

ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN PADA PT CIPTA GAYA KREASINDO

Chania Aprilia

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik
Universitas Satya Negara Indonesia

ABSTRAK

Tulisan ini menjelaskan tentang Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan pada PT. Cipta Gaya Kreasindo. Manajemen Hubungan Pelanggan dilakukan untuk mempertahankan pelanggan yang telah ada dan membuka peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Kendala yang dialami yaitu dalam hal berkomunikasi dengan pelanggannya, baik secara langsung maupun tidak langsung, kurangnya pengetahuan pelanggan mengenai harga terbaru karena kurangnya sosialisasi dari perusahaan. Adapun salah satu penyelesaian dari masalah dan kendala tersebut ialah dengan menggunakan metode *waterfall*. Dengan metode ini diharapkan perusahaan dapat meningkatkan sekaligus mempertahankan hubungan perusahaan dengan pelanggan menjadi lebih baik dan sistem yang dirancang dapat membantu mempermudah pelanggan dalam berkomunikasi dan mendapatkan informasi.

Kata Kunci : Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan pada PT. Cipta Gaya Kreasindo

ABSTRACT

This paper explains about the Analysis and Design of Customer Relationship Management Information Systems at PT. Cipta Gaya Kreasindo. Customer Relationship Management is carried out to retain existing customers and open opportunities for new customers. Constraints experienced are in terms of communicating with their customers, both directly and indirectly, lack of customer knowledge about the latest prices due to lack of socialization from the company. As for one of the solutions to these problems and constraints is to use the waterfall method. With this method it is expected that the company can improve and maintain a better corporate relationship with customers and a system that is designed to help facilitate customers in communicating and getting information.

Keywords: *Analysis and Design of Customer Relationship Management Information System at PT. Cipta Gaya Kreasindo.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan yang semakin maju, mengakibatkan banyak perusahaan saling bersaing dalam dunia bisnis perdagangan. Setiap perusahaan pasti membutuhkan pelanggan untuk membuat perusahaannya semakin maju. Oleh karena itu perusahaan berlomba – lomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Perusahaan membutuhkan konsep Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM – Customer Relationship Management) guna mempertahankan pelanggan yang telah ada dan membuka peluang untuk mendapatkan pelanggan baru.

PT. Cipta Gaya Kreasindo merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang konveksi yang menerima pesanan (seragam kantor). PT. Cipta Gaya Kreasindo. Mengalami kendala dalam berkomunikasi dengan pelanggannya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kurangnya pengetahuan pelanggan mengenai harga terbaru karena kurangnya sosialisasi dari perusahaan. Karena alur sistem komunikasi yang dibuat perusahaan terlalu panjang, sementara pelanggan butuh jawaban cepat dari perusahaan.

Hal ini membuat pelanggan PT. Cipta Gaya Kreasindo ada yang bertahan dan ada yang pergi mencari kompetitor lain. Dengan permasalahan yang dihadapi oleh PT. Cipta Gaya Kreasindo, maka penulis tertarik untuk menyusun laporan skripsi dengan judul “Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Pada PT. Cipta Gaya Kreasindo” Perancangan Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Pada PT. Cipta Gaya Kreasindo”.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Sistem

Sistem adalah sekelompok komponen yang saling berhubungan, bekerja bersama untuk mencapai tujuan bersama dengan menerima *input* serta menghasilkan *output* dalam proses transformasi yang teratur.

2.2 Informasi

Secara umum informasi dapat didefinisikan sebagai hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian yang nyata/fakta yang digunakan untuk pengambilan keputusan.

2.3 Sistem Informasi

Sistem Informasi dapat merupakan kombinasi teratur apa pun dari orang-orang, *hardware*, *software*, jaringan komunikasi, dan sumber daya data yang mengumpulkan, mengubah, dan menyebarkan informasi dalam sebuah organisasi.

2.4 Manajemen Hubungan Pelanggan

Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM – *Customer Relationship Management*) adalah sebuah istilah industri TI untuk metodologi, strategi, perangkat lunak (*software*) dan atau aplikasi berbasis *web* lainnya yang mampu membantu sebuah perusahaan (enterprise, kalau besar ukurannya) untuk mengelola hubungannya dengan pelanggan.

2.5 Electronic Customer Relationship Managemet (E-CRM)

E-CRM adalah menggunakan teknologi komunikasi digital untuk memaksimalkan penjualan pelanggan saat ini dan terus mendorong penggunaan pelayanan *online*.

2.6 Pelanggan

Pelanggan adalah pemaksimal nilai. Mereka membentuk ekspektasi nilai dan bertindak berdasarkan nilai tersebut. Pembeli akan membeli dari perusahaan yang mereka anggap menawarkan nilai tertinggi yang dapat dihantarkan kepada pelanggan, yang didefinisikan sebagai selisih antara total manfaat pelanggan dan total biaya pelanggan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan untuk penulisan ini yaitu :

a. Metode Observasi

Penelitian ini dilakukan secara langsung pada bagian operasional PT. Cipta Gaya Kreasindo untuk memperoleh data/informasi tentang objek penelitian untuk mengetahui alur proses sistem pemasaran yang sedang berjalan.

b. Metode Studi Pustaka

Penelitian ini dilakukan dengan cara mempelajari buku-buku, jurnal-jurnal yang berkaitan dengan sistem Manajemen Hubungan Pelanggan/*Customer Relationship Managemen* (CRM) untuk menambah pengetahuan dalam menyelesaikan penyusunan penelitian.

c. Metode Wawancara

Pelaksanaan wawancara dilakukan secara langsung kepada pihak internal PT. Cipta Gaya Kreasindo yang ikut terkait dalam kegiatan operasional, untuk membahas dan menjabarkan permasalahan yang terjadi dalam operasional secara lengkap dan jelas sehingga peneliti dapat menggunakan hasil wawancara sebagai acuan dalam proses perancangan fitur-fitur yang dibutuhkan dalam sistem Manajemen Hubungan Pelanggan/*Customer Relationship Management* (CRM) operasional.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

4.1 Analisis Sistem Berjalan

Hingga saat ini, sistem yang berjalan di PT. Cipta Gaya Kreasindo masih belum terlaksana dengan baik. Seperti permintaan pembelian pelanggan pencatatannya masih menggunakan kertas saja sehingga sering sekali terdapat pencatatan yang terlewat, salah dalam hal pencatatan, atau kertasnya tertumpuk dengan kertas lain sehingga bagian admin lupa untuk memberitaukan ke bagian produksi catatan yang telah dibuat oleh bagian marketing, pelanggan yang datang hanya pelanggan yang mengetahui PT. Cipta Gaya Kreasindo melalui mulut ke mulut atau dari kenalan dan belum menggunakan sosial media apapun. Sehingga masih belum banyak pelanggan yang mengetahui keberadaan perusahaan, fasilitas perusahaan yang mendukung aktivitas pelanggan untuk melakukan komunikasi dengan perusahaan belum tersedia, setiap akan melakukan pendekatan dan menarik pelanggan baru, bagian marketing harus datang ke tempat pelanggan tersebut dan mencatat keinginan pelanggan, bagian marketing akan mengirim hasil catatannya ke bagian admin dan admin memberikan ke bagian produksi. Setelah bagian produksi menyelesaikan hasil catatannya, bagian produksi akan memberikan catatan tersebut ke bagian admin dan admin akan memberikan hasil catatan

tersebut ke bagian marketing. Setelah itu bagian marketing akan bernegosiasi untuk mendapatkan harga yang cocok untuk kedua belah pihak. Terlebih lagi setelah pelanggan menyelesaikan transaksi dari pihak perusahaan tidak melakukan maintance kontak dengan pelanggan sehingga repeat purchase tidak terjadi dan berdampak pada hilangnya pelanggan.

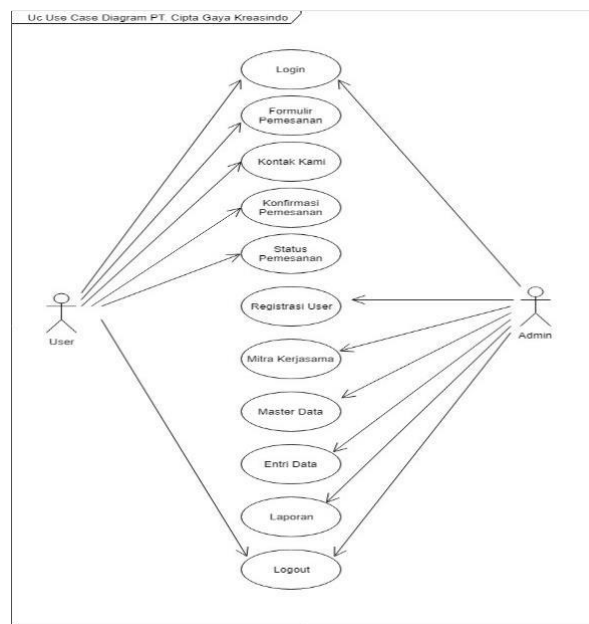
4.2 Usulan Pemecahan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, maka usulan pemecahan untuk masalah tersebut adalah dengan membuat Manajemen Hubungan Pelanggan/*Customer Relationship Management* (CRM) operasional berbasis *web Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) yang dinilai paling tepat sebagai media penghubung antara pelanggan dengan perusahaan guna terciptanya kerjasama yang saling menguntungkan bagi kedua pihak, mempermudah perusahaan mendapatkan pelanggan baru sekaligus memberikan pelayanan yang lebih baik terhadap para pelanggan lama serta mempertahankannya dan mempermudah dalam pengoperasian didalam perusahaan. Dengan adanya *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) ini diharapkan akan mempermudah kegiatan operasional penjualan perusahaan dan meningkatkan keuntungan bagi perusahaan untuk kedepannya.

4.3 Perancangan Sistem

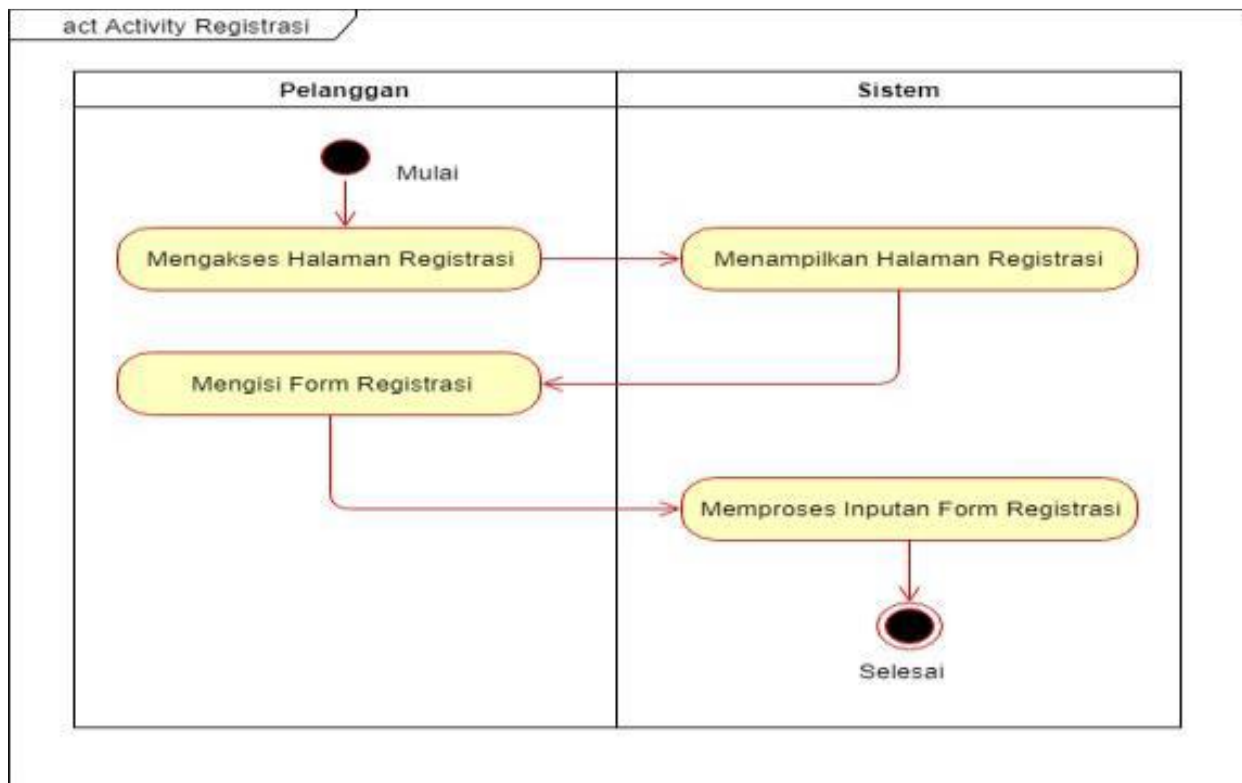
Untuk menggambarkan sistem usulan secara logika, dalam penulisan ini menggunakan UML Diagram (Unified Modelling Language Diagram) yang fungsinya untuk mempermudah pemahaman tentang sistem yang berjalan di PT. Cipta Gaya Kreasindo. Adapun UML diagram dari usulan prosedur sistem yang baru terdiri dari *Use Case Diagram*, *Activity Diagram*, *Sequence Diagram* dan *Class Diagram*. Adapun perincian prosedurnya seperti yang terlihat pada Gambar 4.1.

a. Use Case Diagram



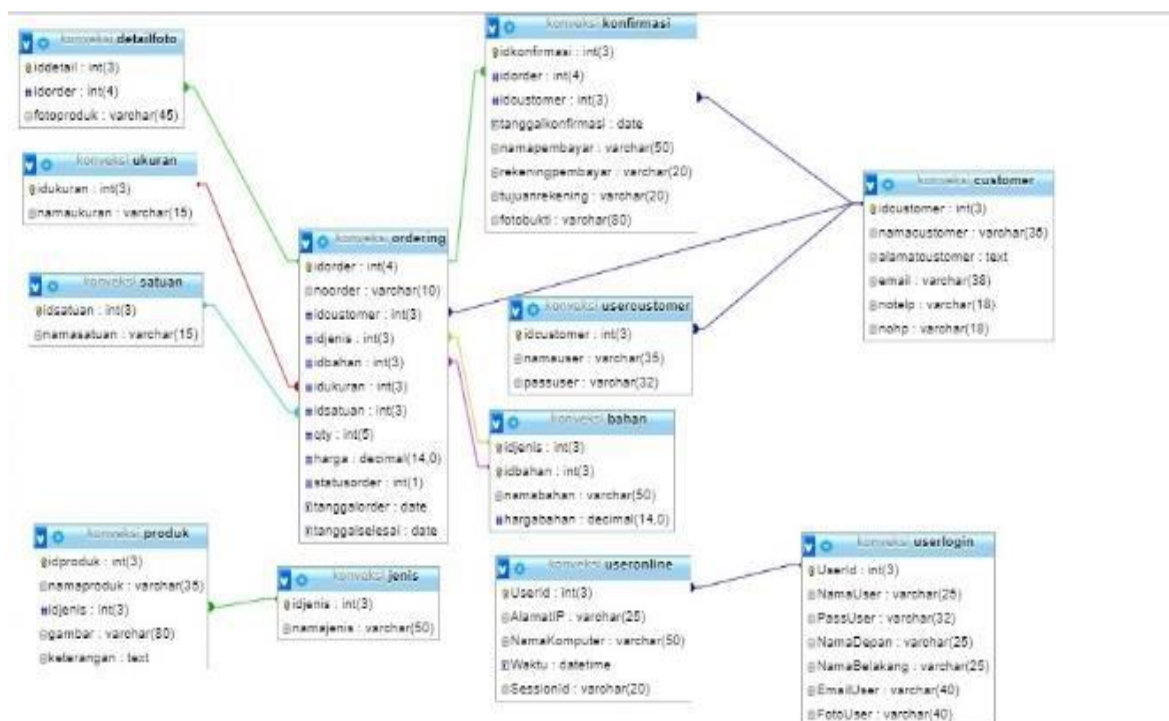
Gambar 4.1 Use Case Diagram

b. Activity Diagram



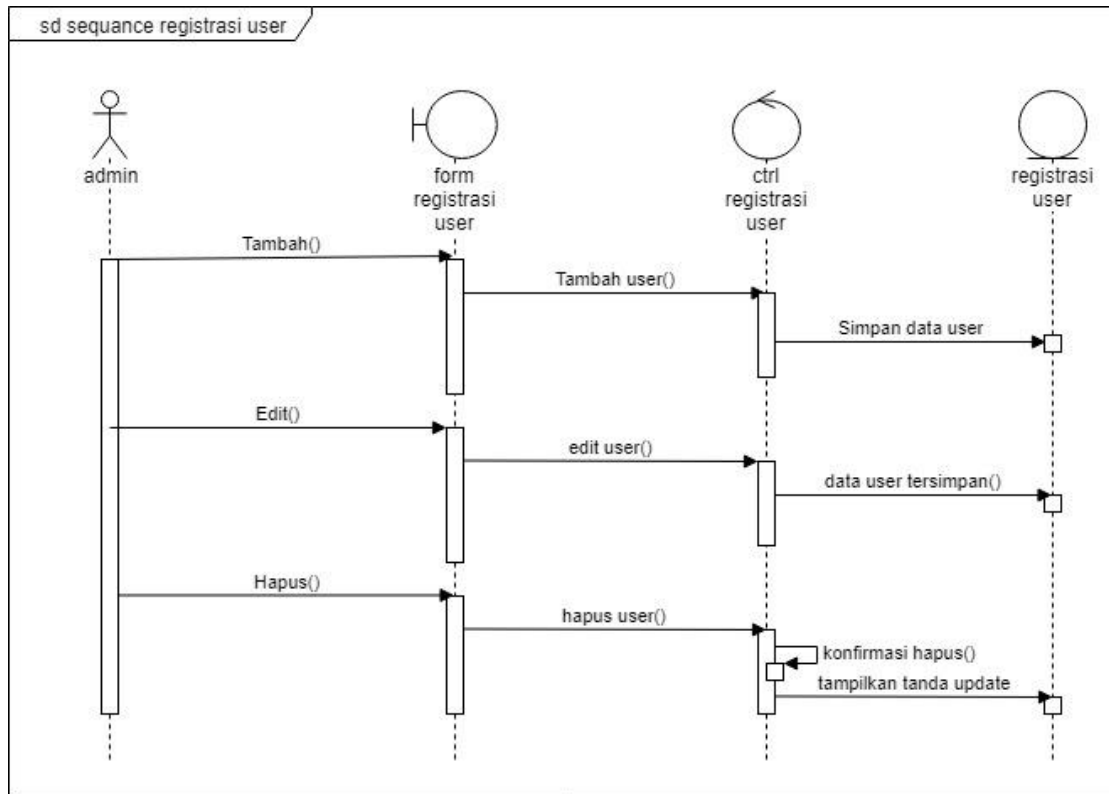
Gambar 4.2 Activity Diagram

c. Class Diagram



Gambar 4.3 Class Diagram


d. Sequence Diagram





Gambar 4.4 Sequence Diagram

4.4 Implementasi dan Evaluasi

a. Tampilan Halaman Registrasi



Registrasi Member

REGISTRASI

b. Tampilan Halaman Login

The screenshot shows the 'Login Member' page. At the top, there's a header with the GK Kreasindo logo, a search bar, and links for 'Member Login', 'Kontak Kami', and 'Help'. Below the header is a blue navigation bar with 'Jenis Produk'. The main content area is titled 'Login Member' and contains a login form with fields for 'Email/Username' and 'Password', and a 'Login' button.

c. Tampilan Menu Formulir Pemesanan

The screenshot shows the 'Formulir Pemesanan' (Order Form) page. It includes fields for 'Nama Customer', 'Alamat Customer', 'No Telp / HP', 'Email', 'Jenis Produk', 'Bahan Produk', 'Jumlah Produk', 'Tanggal Selesai', 'Bahan / Satuan', 'Harga Satuan', 'Total Harga', and 'Total Peng'. There is a 'Pesan' (Order) button at the bottom.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil urain dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

- Analisis dan perancangan sistem informasi manajemen hubungan pelanggan berbasis website dinilai tepat untuk diterapkan pada PT. Cipta Gaya Kreasindo untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi perusahaan dalam hal kemudahan akses serta pelayanan informasi yang cepat.
- Perusahaan akan dapat meminimalkan kesalahan yang dikarenakan *human error* dan akan dapat meningkatkan pelayanannya secara optimal terhadap pelanggan sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriariza, Y. A. S. (2013). Perancangan Aplikasi Berbasis *Costumer Relationship Management* (CRM) untuk IKMTas Yanri di Bogor. Studi Kasus Bagaimana mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada pada IKMTas Yanri, Jakarta, *Jurnal Pekommas*. Vol. 16, No. 2.
- Dave, C. (2011). *E-Business and E-Commerce Management*. 4th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Fathansyah. (2015). *Basis Data Revisi Kedua*. Bandung : Informatika.
- Fauziah. (2012). Analisis Implementasi Elektronik CRM pada PT Cordova Garment untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Yogyakarta : Universitas Nasional.
- Habie, H. G. (2016). *Perencanaan Sistem Informasi Berbasis Web untuk Sistem Persediaan dan Sistem Pemesanan Produk jadi Konveksi Seragam pada PD. Devi Khusus*. Bandung : Universitas Telkom.
- Hartono, B. (2013). *Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Kadir, A. (2003). *Dasar Pemrograman Web Dinamis Menggunakan PHP*. Yogyakarta : ANDI.
- Kalakota, R., & Robinso, M. (2001). *E-Business 2.0 : Roadmap for Success*. USA: Addison Wesley, Longman Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta : Erlangga.
- Kusnendi, S. M. (2015). *Konsep Dasar Sistem Informasi : Modul 1*.
- Munawar. (2005). *Pemodelan Visual dengan UML*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Mulyanto, A. (2009). *Sistem Informasi Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Nugroho, B. (2005). *Database Relasional dengan MySQL*. Yogyakarta : ANDI
- O'brien, J. A. (2006). *Pengantar Sistem Informasi Perspektif Bisnis dan Manajerial*. Jakarta : Salemba Empat.
- Rosa, S. A. & Salahuddin, M. (2014). *Rekaya Perangkat Lunak 2nd ed*. Bandung : Informatika.
- Sidiq, B & Pohan, H. I. (2009). *Pemrograman Web dengan HTML*. Bandung : Informatika.
- Silvio, W. (2011). *Customer Knowledge Management Improving Customer Relationship Through Knowlede Application*. United States of America : Springer.
- Tim Penulis. (2012). *Pengantar Sistem Informasi*. Pekanbaru : Creative Team UR-IK.