

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

Prionggo Hendradi¹, Chania Aprilia²

prionggo.hendradi@gmail.com, chaniaaprilia2@gmail.com

ABSTRAK

PT. Cipta Gaya Kreasindo. Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM – Customer Relationship Management) adalah sebuah konsep yang dilakukan untuk mempertahankan pelanggan yang telah ada dan membuka peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Kendala yang dialami oleh perusahaan ini dalam hal berkomunikasi dengan pelanggannya, baik secara langsung maupun tidak langsung, serta kurangnya pengetahuan pelanggan mengenai informasi-informasi harga terbaru yang disebabkan kurangnya sosialisasi dari perusahaan kepada pelanggan yang ada. Dengan demikian konsep Manajemen Hubungan Pelanggan ini sangatlah tepat untuk diterapkan di PT. Cipta Gaya Kreasindo. Adapun salah satu pendukung penyelesaian dari masalah dan kendala pada sistem informasi perusahaan adalah dengan menggunakan metode *waterfall*. Dengan metode ini diharapkan implementasi konsep Manajemen Hubungan pelanggan pada perusahaan dapat meningkat sekaligus mempertahankan hubungan perusahaan dengan pelanggan menjadi lebih terarah serta mampu memenuhi kebutuhannya dan sistem informasi yang dirancang dalam hal ini berbasis on-line dapat membantu mempermudah pelanggan dalam berkomunikasi dan mendapatkan informasi secara cepat dan tepat.

Kata Kunci : Manajemen Hubungan Pelanggan, Pelanggan, Informasi, Sistem Informasi, On-line.

ABSTRACT

PT. Kreasindo Cipta Style. Customer Relationship Management (CRM) is a concept that is carried out to retain existing customers and open opportunities for new customers. Constraints experienced by this company in terms of communicating with customers, both directly and indirectly, after lack of customer knowledge about the latest price information caused by lack of socialization from the company to existing customers. Thus the concept of Customer Relations Management is very appropriate to be applied at PT. Kreasindo Cipta Style. As for one of the supporting solutions to problems and constraints on company information systems is to use the waterfall method. With this method, it is expected that the implementation of the Management concept of customer relations in the company can increase while maintaining the company's relationship with customers to be more focused and able to meet their needs and information systems designed in this online basis can help facilitate customers in communicating and getting information quickly right.

Keywords: Customer Relationship Management, Customer, Information, Information System, On-line.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan komunikasi yang semakin maju pada era bisnis sekarang ini, berdampak signifikan terhadap perusahaan perdagangan. Seperti kebanyakan perusahaan bisnis perdagangan bahwa setiap perusahaan pasti membutuhkan pelanggan yang loyal dan berorientasi pada kepedulian untuk membuat pemilik perusahaannya semakin berkembang dan maju. Banyak perusahaan perdagangan khususnya yang sejenis akan saling bersaing dalam menarik pelanggan baru serta pelanggan lama (setia-nya) agar tetap membeli produk yang dihasilkan. Oleh karena itu perusahaan berlomba – lomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Menyadari akan pentingnya pelanggan, maka perusahaan membutuhkan suatu konsep pelayanan yaitu konsep Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM – Customer Relationship Management) yang fungsi utamanya mempertahankan pelanggan yang telah ada dan membuka peluang untuk mendapatkan pelanggan baru.

PT. Cipta Gaya Kreasindo merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang konveksi yang menerima pesanan (seragam kantor). PT. Cipta Gaya Kreasindo.

Mengalami kendala dalam berkomunikasi dengan pelanggannya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini terlihat adanya gejala penurunan pelanggan dan pembelajaan dari pelanggan yang ada. Salah satu sebab yang diamati oleh peneliti adalah kurangnya pengetahuan pelanggan mengenai harga terbaru ataupun perubahan harga, hal ini dikarenakan kurangnya sosialisasi dari perusahaan kepada pelanggannya. Hal tersebut disebabkan karena alur sistem komunikasi yang berlaku diperusahaan terlalu birokrasi, sementara pelanggan butuh jawaban cepat dari perusahaan terkait adanya info perubahan harga khususnya. Tentu saja situasi ini membuat pelanggan PT. Cipta Gaya Kreasindo berangsur-angsur semakin berkurang yang bertahan yang dikarenakan kekecewaan ataupun kurang informasi dan komunikasi antara perusahaan dengan pelanggannya dan ada beberapa yang pergi mencari kompetitor sejenis yang lain yang mampu memberikan pelayanan yang lebih cepat serta komunikasi yang lebih mudah serta lancar.

Dengan permasalahan yang dihadapi oleh PT. Cipta Gaya Kreasindo, maka peneliti tertarik untuk menyusun penulisan jurnal dengan judul “Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Pada PT. Cipta Gaya Kreasindo.

Landasan teori

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 (*James A. O'brien* : 2006 : 29).

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 (*Creative Team UR* : 2011 : 1).

Sistem Informasi

Sistem Informasi dapat merupakan kombinasi pengaturan apapun dari orang-orang, *hardware*, *software*, jaringan komunikasi, dan sumberdaya data yang mengumpulkan, mengubah, dan menyebarkan informasi dalam sebuah organisasi (*James A. O'brien* : 2006:5).

Perancangan Sistem Informasi

Definisi mengenai perancangan sistem menurut George M. Scott adalah: “Desain sistem menentukan bagaimana suatu sistem akan menyelesaikan apa yang mesti diselesaikan, tahap ini menyangkut mengkonfigurasi dari komponen-komponen perangkat lunak dan perangkat keras dari suatu sistem sehingga setelah instalasi dari sistem akan benar-benar memuaskan rancang bangun yang telah ditetapkan pada akhir analisis sistem.

Pengertian UML (Unified Modeling Language)

UML (*Unified Modeling Language*) adalah ‘bahasa’ pemodelan untuk sistem atau perangkat lunak yang berparadigma ‘berorientasi objek’. Pemodelan (*modeling*) sesungguhnya digunakan untuk penyederhanaan permasalahan-permasalahan yang kompleks sedemikian rupa sehingga lebih mudah dipelajari dan dipahami. (Nugroho, 2009).

UML (*Unified Modeling Language*) adalah Metodologi kolaborasi antara metoda-metoda Booch, OMT (*Object Modeling Technique*), serta OOSE (*Object Oriented Software Engineering*) dan beberapa metoda lainnya, merupakan metodologi yang paling sering digunakan saat ini untuk analisa dan perancangan sistem dengan metodologi berorientasi objek mengadaptasi maraknya penggunaan bahasa “pemrograman berorientasi objek” (OOP). (Nugroho, 2009).

Pengertian PHP (*Processor Hypertext Protocol*)

Menurut Agus Saputra (2011) PHP atau yang memiliki kepanjangan *PHP Hypertext Preprocessor* merupakan suatu bahasa pemrograman yang difungsikan untuk membangun suatu website dinamis. PHP menyatu dengan kode HTML, maksudnya adalah beda kondisi. HTML digunakan sebagai pembangun atau pondasi dari kerangka layout web, sedangkan PHP difungsikan sebagai prosesnya sehingga dengan adanya PHP tersebut, web akan sangat mudah di maintenance. PHP berjalan pada sisi *server* sehingga PHP disebut juga sebagai bahasa *Server Side Scripting*. Artinya bahwa dalam setiap/untuk menjalankan PHP, wajib adanya web server. PHP ini bersifat open source sehingga dapat dipakaisedemikian rupa dan mampu lintas *platform*, yaitu dapat berjalan pada sistem operasi *Windows* maupun *Linux*. PHP juga dibangun sebagai modul pada web server *apache* dan sebagai binary yang dapat berjalan sebagai CGI.

Pengertian MySQL

MySQL adalah sebuah perangkat lunak sistem manajemen basis data SQL atau DBMS yang multithread, multi-user, dengan sekitar 6 juta instalasi diseluruh dunia. MySQL merupakan server basis data dimana pemrosesan data terjadi di server, dan client hanya mengirimkan data serta meminta data. Oleh karena pemrosesan terjadi di server sehingga pengaksesan data tidak terbatas (Solihin,2010).

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*, jika besar ukurannya) untuk mengelola hubungannya dengan pelanggan (Agus Mulyanto : 2009 : 177).

Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)

Menurut Chaffey (2009 : 455) E-CRM adalah menggunakan teknologi komunikasi digital untuk memaksimalkan penjualan pelanggan saat ini dan terus mendorong penggunaan pelayanan online.

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 diantarkan kepada pelanggan, yang didefinisikan sebagai selisih antara total manfaat pelanggan dan total biaya pelanggan (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller : 2008 : 163).

Metodelogi pengumpulan data mitra kerja sama dan data perusahaan

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan untuk penulisan ini yaitu :

1. 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.
2. Metode Studi Pustaka
Penelitian ini dilakukan dengan cara mempelajari buku-buku, jurnal-jurnal yang berkaitan dengan sistem Manajemen Hubungan Pelanggan/*Customer Relationship Management*(CRM) untuk menambah pengetahuan dalam menyelesaikan penyusunan penelitian.
3. 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.

Analisis hasil dan pembahasan

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 saat dikumpulkan sehingga bagian admin lupa untuk memberitahukan 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 dalam menjalankan proses marketing. Dengan melaksanakan konsep lama ini berdampak masih banyak pelanggan yang belum mengetahui keberadaan perusahaan. Fasilitas perusahaan saat ini 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 maintenance kontak dengan pelanggan sehingga *repeat purchase* tidak terjadi dan berdampak pada hilangnya pelanggan.

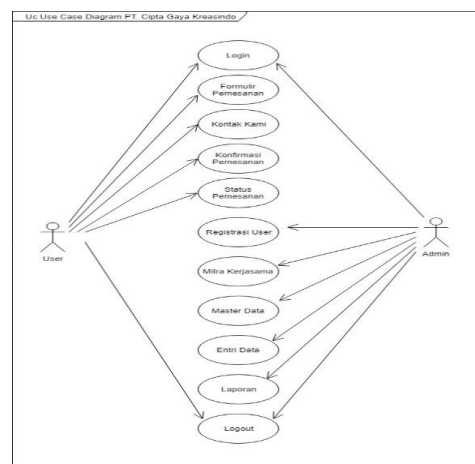
2. Usulan Pemecahan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, maka usulan pemecahan untuk masalah tersebut adalah dengan menerapkan konsep 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.

3. Perancangan Sistem

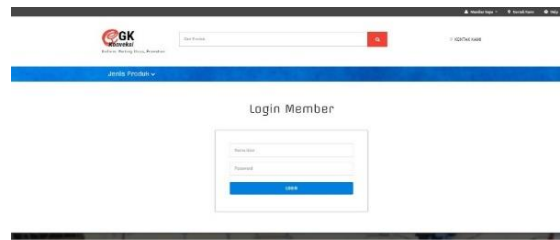
Untuk menggambarkan sistem usulan secara logika, dalam penulisan ini menggunakan UML Diagram (*Unified Modelling Language Diagram*) yang fungsinya untuk mempermudah pemahaman tentang sistem yang berjalan di PT. Cipta Gaya Kreasindo. Adapun UML diagram dari usulan prosedur sistem yang baru terdiri dari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

a. Use Case Diagram



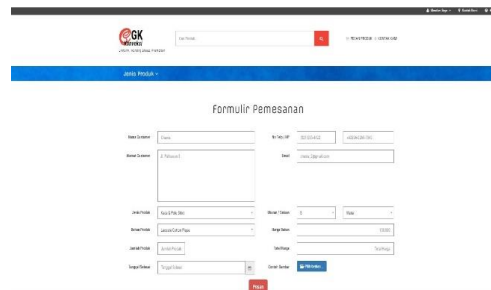
Gambar 1. Use Case Diagram Sistem Yang Berjalan

b. Tampilan Halaman Login



Gambar 6. Halaman Login

c. Tampilan Menu Formulir Pemesanan



Gambar 7. Menu Pemesanan

Kesimpulan

Berdasarkan hasil uraian dan pembahasan pada uraian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Implementasi 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 kapan saja dan dimana saja, sehingga pelanggan merasa terlayani dengan baik. Dengan konsep CRM, mekanisme alur sistem komunikasi menjadi lebih mudah serta bagi pelanggan serta pelayanan informasi yang cepat khususnya adanya perubahan harga. Dari sisi perusahaan akan dapat meminimalkan kesalahan yang dikarenakan *human error* dan akan dapat meningkatkan pelayanannya secara optimal terhadap pelanggan sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dengan mempertahankan pelanggan yang ada serta memberikan peluang bagi pelanggan yang baru.

Saran

Dari sistem yang sudah ada, baik nya perlu dikembangkan dengan menggunakan aplikasi yang berbasis android dan juga bisa digunakan pada smartphone dengan sistem operasi IOS dan Windows yang sekarang telah banyak beredar di masyarakat sehingga para pengguna aplikasi dalam pemesanan bisa menggunakannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzakyl Gamma Habie. 2016, Perencanaan Sistem Informasi Berbasis Web untuk Sistem Persediaan dan Sistem Pemesanan Produk jadi Konveksi Seragam pada PD. Devi Khusus. Bandung :Universitas Telkom
- Dave, Chaffey. 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.
- Hartono, Bambang. 2013. *Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer*. Jakarta :Rineka Cipta.
- Kadir, Abdul. 2003. *Dasar Pemrograman Web Dinamis Menggunakan PHP*. Yogyakarta : ANDI.
- Kalakota, R., and Robinso, M. 2001. *E-Business 2.0 : Roadmap for Success*. Addison Wesley, Longman Inc., USA
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta :Erlangga.
- Munawar. 2005. *Pemodelan Visual dengan UML*. Yogyakarta :Graha Ilmu.
- Mulyanto, Agus. 2009. *Sistem Informasi Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta :Pustaka Pelajar.
- Nugroho, Bunafit. 2005. *Database Relasional dengan MySQL*. Yogyakarta : ANDI
- Nougroho, Adi. 2009. *Rekayasa Perangkat Lunak Menggunakan UML dan Java*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- O'brien, James A. 2006. *Pengantar Sistem Informasi Perspektif Bisnis dan Manajerial*. Jakarta :Salemba Empat.
- S, Kusnendi, M. *Konsep Dasar Sistem Informasi* :Modul 1.
- S, Rosa, A. Dan Salahuddin M. 2014. *Rekayasa Perangkat Lunak 2nd ed*. Bandung :Informatika 2014.
- S, Yan Andriariza A. 2013. Perancangan Aplikasi Berbasis *Costumer Relationship Management* (CRM) untuk IKMTasYanri di Bogor. Studi Kasus Bagaimana mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada pada IKMTasYanri. Jakarta :Jurnal Pekommas. Vol. 16, No. 2.