

# **Sistem Informasi Pelayanan Pengaduan Pelanggan Menggunakan Strategi Customer Relationship Management Pada PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung Cabang Cimahi**

## ***Information System Customers Complain Service Using Customer Relationship Management At PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung Branch of Cimahi***

**Angga Setiyadi**

Program Studi Teknik Informatika – Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer UNIKOM  
Jl. Dipati Ukur No. 112-116 Bandung 40132  
Email : anggasetiyadi@gmail.com

**Abstrak** - Pelayanan pelanggan menggunakan strategi merupakan faktor penting yang dapat berpengaruh terhadap sumber pendapatan perusahaan. Maka dari itu diperlukan suatu sistem pengelolaan yang terkomputerisasi dan terintegrasi dengan baik dan pengolahannya harus mendapatkan perhatian khusus sehingga dapat menjadi pendapatan yang akan diterima oleh Perusahaan dan akan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Maka dibuatlah Sistem Informasi Pelayanan Pengaduan Pelanggan Menggunakan Strategi *Customer Relationship Management* Pada PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung Cabang Cimahi agar bisa membantu Perusahaan mengelola pengaduan dari pelanggan Sehingga dapat menunjang kelancaran terhadap pendapatan perusahaan dan pelayanan pelanggan PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung Cabang Cimahi.

**Kata kunci** : maksimum 5 kata kunci yang relevan dengan riset

**Abstract** - *Customer serve using strategy are important factor which can influential to company. Because of that needed a carefully processing system computerized, integrated and processing must get special notice causing can become earning which will be received by company. Hence made information system complain customers service using customer relationship management At PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung Branch of Cimahi to help company manages complaint from customers. So that can supports company income fluency and customers service PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung Branch of Cimahi.*

**Keyword** : *Customer Relationship Management, Service Complaint, Pelayanan Pengaduan Pelanggan.*

### **I. PENDAHULUAN**

*E-bussiness* merupakan kegiatan berbisnis di internet yang tidak saja meliputi pembelian penjualan dan jasa tapi juga meliputi pelayanan pelanggan dan kerja sama dengan rekan bisnis (baik individual maupun instansi). Ada 3 penerapan aplikasi *E-Bussiness* yang biasa diterapkan oleh beragam perusahaan, yaitu : *enterprise resource planning (ERP)*, *Supply chain management (SCM)*, dan *Customer Relationship Management (CRM)*. CRM adalah sebuah strategi bisnis berorientasi pelanggan dimana sebuah organisasi berusaha meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan menawarkan layanan spesifik pelanggan.[1]

#### **A. Latar Belakang**

PDAM atau perusahaan daerah air minum merupakan salah satu unit usaha milik daerah, yang bergerak di dalam distribusi air bersih bagi masyarakat umum. PDAM merupakan perusahaan daerah sebagai sarana penyedia air bersih yang diawasi dan dimonitor

oleh aparat – aparat eksekutif maupun legislative daerah. Perusahaan daerah air minum (PDAM) Tirta Raharja Kabupaten Bandung turut serta meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui pelayanan air minum dengan memberikan pelayanan yang prima dan memberikan pelayanan air bersih secara baik yang mengacu pada kualitas, kuantitas dan kontinuitas sehingga diharapkan dapat memberikan dampak peningkatan kesehatan masyarakat pengguna air bersih. Saat ini pelanggan PDAM kota cimahi berjumlah 92.617 pelanggan.

#### **B. Tujuan**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mempermudah staf / pegawai PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung Cabang Cimahi dalam memperoleh informasi yang berkaitan dengan Pelanggan serta mempermudah pelanggan PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung Cabang Cimahi dalam mengadakan suatu pengaduan dan menerapkan pelayanan pengaduan pelanggan

menggunakan strategi *Customer Relationship Management*.

### C. Rumusan Masalah

Pelanggan melaporkan pengaduan dan pelanggan menginginkan data yang berhubungan dengan data pelanggan atau proses pengecekan pembayaran maka pelanggan harus datang ke kota cabang PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung untuk mengisi formulir pengaduan. Dalam proses pemberian informasi kepada pelanggan, pihak PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung melakukan sosialisasi kepada pelanggan dengan cara memasang informasi pada papan pengumuman ketika proses pembayaran rekening bulanan. Hal itu dirasa kurang efektif bagi pelayanan yang ada disana, sehingga akan membuat pelanggan yang mengajukan permasalahannya akan menunggu lama dalam proses pendataan dan penyidikan maka dibuatlah pelayanan pengaduan yang terkomputerisasi dengan menggunakan strategi *Customer Relationship Management* sehingga pelayanan dapat bekerja secara optimal.

### D. Tahap Penelitian

Adapun tahapan penelitian yang dilakukan untuk membangun Sistem Informasi Pelayanan Pengaduan Pelanggan Menggunakan Strategi *Customer Relationship Management* Pada PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung Cabang Cimahi adalah sebagai berikut :

- a. Mengumpulkan data dan membaca beberapa *literature* yang mendukung baik dari studi pustaka maupun sumber bacaan lainnya yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.
- b. Mengumpulkan data dengan mengadakan Tanya jawab secara langsung dengan pihak perusahaan terhadap permasalahan yang diteliti.
- c. Menetapkan berbagai kebutuhan dari semua elemen yang diperlukan sistem dan mengalokasikannya kedalam pembentukan perangkat lunak
- d. Menganalisis hal – hal yang diperlukan dalam pelaksanaan pembuatan perangkat lunak
- e. Menerjemahkan dari data yang dianalisis kedalam bentuk yang mudah dimengerti oleh user
- f. Penerjemahan dari data atau pemecahan masalah yang telah dirancang kedalam bahasa pemrograman.
- g. Melakukan pengujian terhadap perangkat lunak yang dibangun.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. *Customer Relationship Management (CRM)*

*CRM* adalah praktik berbisnis yang terfokus atau berorientasi pada pelanggan. *CRM* adalah strategi inti dalam bisnis yang mengintegrasikan proses – proses dan fungsi – fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para pelanggan.[2]

Istilah *CRM* sendiri baru populer digunakan dalam beberapa tahun terakhir. Bagi kalangan perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi (IT), istilah *CRM* digunakan untuk mendeskripsikan berbagai aplikasi perangkat lunak yang digunakan untuk mengotomatisasi fungsi – fungsi pemasaran, penjualan dan pelayanan. Secara umum dapat dikatakan bahwa tujuan setiap strategi *CRM* adalah untuk mengembangkan hubungan yang menguntungkan dengan *pelanggan*. Beberapa perusahaan melakukannya dengan menghilangkan biaya hubungan tersebut, Misalnya dengan mengalihkan pelanggan layanan mandiri berbasis web.[2]

### B. Konsep dan Kajian *Customer Relationship Management*

Konsep *CRM* menekankan pada pendekatan untuk membangun *portfolio* melalui jalinan bisnis yang terbentuk dengan pelanggan dengan cara interaksi, memberdayakan hubungan yang terbentuk, pembentukan jaringan, dan meningkatkan komunikasi dalam rangka menumbuhkan loyalitas pelanggan. Adapun kajian pada *CRM* terbagi menjadi 3 bagian yaitu :

1. *CRM* Strategis terfokus pada upaya untuk mengembangkan kultur usaha yang berorientasi pada pelanggan atau *customer- centric*. Kultur ini ditujukan untuk merebut hati konsumen dan menjaga loyalitas mereka dengan menciptakan serta memberikan nilai bagi pelanggan yang mengungguli para pesaing.
2. *CRM* Operasional terfokus pada otomatisasi cara – cara perusahaan dalam berhubungan dengan para pelanggan.
3. *CRM* analitis digunakan untuk mengeksploitasi data konsumen demi meningkatkan nilai pelanggan dan nilai perusahaan. Sistem ini dikembangkan berdasarkan informasi mengenai pelanggan. Data pelanggan dapat diperoleh dari pusat – pusat informasi atau bank data yang dimiliki setiap perusahaan yang relevan. [2]

### C. Tahapan Utama dari Rantai Nilai *Customer Relationship Management (CRM)*

Lima tahapan penting dalam pengembangan dan penerapan strategi *CRM*, secara singkat kelima tahapan tersebut adalah sebagai berikut :

#### A. Analisis Portfolio Pelanggan

Dalam analisis portfolio pelanggan menunjukkan bahwa hasil dari proses ini merupakan klasifikasi pelanggan menjadi kelompok – kelompok yang berlainan.

#### B. Keintiman Pelanggan

Pada tahap ini dapat dikenali identitas riwayat, harapan dan pilihan pelanggan.

#### C. Pengembangan Jaringan

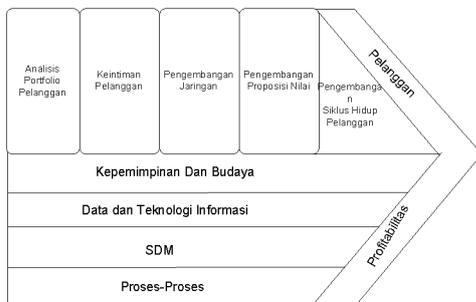
Untuk mengidentifikasi, menjelaskan dan mengelola hubungan dengan anggota jaringan dalam perusahaan. Hal ini termasuk organisasi – organisasi dan orang yang berkontribusi pada penciptaan dan penyampaian proposisi nilai untuk pelanggan terpilih. Jaringan dapat mencakup anggota dari luar seperti supplier, mitra dan pemilik dan juga pihak internal yang penting yaitu pegawai.

#### D. Pengembangan Proposisi Nilai

Pengidentifikasian sumber – sumber nilai bagi pelanggan dan harapan pelanggan.

#### E. Mengelola Siklus Hidup Pelanggan

Tugas dalam mengelola siklus hidup pelanggan adalah mendapatkan pelanggan baru, menguasai dan mempertahankan pelanggan yang ada dan mengembangkan nilai – nilai pelanggan. [2]



**Gambar 1** Rantai Nilai *CRM*

### D. Sistem Informasi

Sistem informasi adalah sekumpulan hardware, software, brainware, prosedur dan atau aturan yang diorganisasikan secara integral untuk mengeloah data menjadi informasi yang bermanfaat guna memecahkan masalah dan pengambilan keputusan. Sistem informasi terdiri dari komponen – komponen yang disebutnya dengan istilah blok bangunan (*building block*), yaitu blok masukan, blok model, blok keluaran, blok teknologi, blok basis data dan blok kendali. Sebagai suatu sistem keenam blok tersebut masing – masing saling berinteraksi satu dengan yang lainnya membentuk satu kesatuan untuk mencapai sasarannya. [3]

## III. ANALISIS DAN IMPLEMENTASI

### A. Analisis *Portfolio* Pelanggan

Analisis *portofolio* pelanggan menunjukkan bahwa hasil dari proses ini merupakan klasifikasi pelanggan menjadi kelompok – kelompok / golongan – golongan yang berlainan. Secara strategis, daftar teratas akan menjadi pelanggan yang signifikan termasuk mereka yang akan menghasilkan keuntungan nilai di masa mendatang. [2]

Berikut ini adalah daftar pelanggan di PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung berdasarkan analisis data laporan Humas dan Hukum tentang konsolidasi penjualan air PDAM Kabupaten Bandung Cabang Cimahi Tahun 2009.

**Tabel 1** Daftar Pelanggan di PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung Cabang Cimahi

Pelanggan	Golongan	Jumlah Pelanggan
Rumah Sangat Sederhana	1A	0
Rumah Sederhana	1B	2527
Rumah Menengah	1C	64511
Rumah Mewah	1D	0
Rumah Peristirahatan	1E	0
Niaga dan Jasa Kecil	2A	13517
Niaga dan Jasa Besar	2B	11211
Industri Kecil	3A	35
Industri Besar	3B	10
Lembaga Pemerintah Bukan Badan Usaha	4A	34
Lembaga Pemerintah Bentuk Badan Usaha	4B	65
Lembaga Pendidikan Kesehatan Pemerintah	4C	157
Lembaga Pendidikan Kesehatan Swasta	4D	44
Lembaga Sosial / Pendidikan	4E	63
Kran Umum / Rumah Ibadat	4F	443

Berdasarkan wawancara di PDAM Kabupeten Bandung Cabang Cimahi, maka urutan kelompok berdasarkan jumlah pelanggan yang akan menghasilkan keuntungan adalah sebagai berikut :

**Tabel 2** Daftar Urutan kelompok pelanggan yang akan menghasilkan keuntungan di PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung Cabang Cimahi

Pelanggan	Golongan	Jumlah Pelanggan
Rumah Menengah	1C	64511
Niaga dan Jasa Kecil	2A	13517
Niaga dan Jasa Besar	2B	11211
Rumah Sederhana	1B	2527

Kran Umum / Rumah Ibadat	4F	443
Lembaga Pendidikan Kesehatan Pemerintah	4C	157
Lembaga Pemerintah Bukan Badan Usaha	4A	65
Lembaga Sosial / Pendidikan	4E	63
Lembaga Pendidikan Kesehatan Swasta	4D	44
Lembaga Pemerintah Bentuk Badan Usaha	4B	44
Industri Kecil	3A	35
Industri Besar	3B	10
Rumah Sangat Sederhana	1A	0
Rumah Mewah	1D	0
Rumah Peristirahatan	1E	0

### B. Analisis *Portfolio* Pelanggan

Berdasarkan wawancara di PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung orang – orang yang berkontribusi pada penciptaan dan penyampaian proposisi nilai untuk pelanggan terpilih di PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung cabang cimahi adalah :

1. Bagian Pelayanan Langganan berjumlah 3 orang.
2. Bagian Distribusi berjumlah 4 orang

Berikut ini adalah daftar pengaduan semester 1 tahun 2007 – 2008 di PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung Cabang Cimahi.

**Tabel 3** Daftar pengaduan semester 1 tahun 2007 – 2008 di PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung Cabang Cimahi

Golongan	Jumlah Pengaduan	Kondisi	
		Terselesai	Tidak Terselesaikan
1C	689	688	1
1B	135	135	0
2A	68	67	1
2B	15	15	0
4F	20	20	0
4C	23	23	0
4A	9	9	0
4E	4	4	0
4D	8	8	0
4B	2	2	0
3A	2	2	0
3B	1	1	0
1A	0	0	0
1D	0	0	0
1E	0	0	0

Maka hasil dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa bagian pelayanan dan bagian distribusi tersebut sudah cukup memadai untuk melayani pelayanan pengaduan, berdasarkan penanganan pengaduan semester 1 tahun 2007 – 2008 total pengaduan di kota cimahi berjumlah 978 dan penanganan yang terselesaikan berjumlah 976

### C. Analisis Pengembangan Proposisi Nilai dan Keintiman Pelanggan.

Analisis pengembangan proposisi nilai dan keintiman pelanggan yaitu pengidentifikasian sumber – sumber nilai bagi pelanggan, harapan dan tuntutan dari pelanggan. [2]

Berdasarkan wawancara di PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung sumber – sumber nilai bagi pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan prima kepada pelanggan serta memberikan pelayanan air bersih secara baik yang mengacu pada kualitas, kuantitas dan kontinuitas. Adapun harapan yang diinginkan dari pelanggan adalah untuk pengecekan rekening bulanan dan informasi pelayanan pengaduan pelanggan tidak harus datang ke PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung.

Maka hasil dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa pengembangan proposisi nilai dan keintiman pelanggan di PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung tersebut belum cukup memadai untuk melayani pelayanan yang terbaik kepada pelanggan dikarenakan belum adanya informasi pelayanan pengaduan dan pengecekan rekening bulanan tanpa harus datang ke PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung .

### D. Analisis Pengelolaan Siklus Hidup Pelanggan

Pengelolaan siklus hidup pelanggan adalah bagaimana cara perusahaan mendapatkan pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.[2]

Berdasarkan wawancara di PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung cara PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung cabang cimahi untuk mempertahankan pelanggan yaitu :

1. Merespon segala keluhan yang masuk untuk ditangani selambat-lambatnya 2 x 24 jam, dalam pencatatan keluhan dari pelanggan masih menggunakan buku besar.
2. Penerbitan buletin Gema Tirta Raharja.

Maka hasil dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa pengelolaan pelanggan PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung tersebut belum cukup memadai untuk melayani pelayanan dikarenakan pencatatan keluhan dari pelanggan masih menggunakan buku besar.

Maka Kebutuhan yang dibutuhkan untuk pengelolaan pelanggan adalah dengan menyediakan



**BIODATA PENULIS**

Angga Setiyadi, lahir di Bandung, pada tanggal 30 Oktober 1986, saat ini bekerja sebagai Dosen di Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer di Universitas Komputer. Menyelesaikan pendidikan S1 Teknik Informatika dan Sedang melanjutkan Pendidikan S2 di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer LIKMI Bandung.