

MEMBANGUN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) BERBASIS WEBSITE PADA TESTTUBE CLOTHING AND DIGITAL PRINTING

Deasy Permatasari, S.Si, MT dan Firniawati, S.Kom
Program Studi Sistem Informasi
Universitas Komputer Indonesia
Jl. Dipati Ukur No. 112-114
Bandung 40132, Indonesia

Email : deasy.permatasari@gmail.com

No telp : 081214455949

No fax : 022-2533754

ABSTRAK

Testtube Clothing and Digital Printing merupakan usaha kecil menengah (UKM) yang bergerak dibidang jasa pembuatan merchandise, souvenir dan cetak digital untuk kepentingan pribadi atau promosi perusahaan. Saat ini perusahaan dituntut untuk dapat memberikan kebutuhan dan keinginan pelanggan karena perusahaan sadar akan persaingan bisnis setiap tahunnya semakin meningkat. Sehingga perlu adanya strategi bisnis yang dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan, yaitu dengan menerapkan konsep Customer Relationship Management (CRM).

Proses pembangunan website CRM ini menggunakan metode pengembangan Prototype, untuk teknik analisis dalam pembuatan perangkat lunak menggunakan metode analisis terstruktur, untuk menggambarkan model data menggunakan ERD (Entity Relationship Diagram) dan untuk model fungsional menggunakan DFD(Data Flow Diagram). Sedangkan bahasa pemrograman yang digunakan untuk membuat program ini adalah PHP dengan database server MySQL.

Penelitian ini menghasilkan sebuah sistem CRM yang berbentuk sebuah website yang memiliki beberapa menu sesuai dengan kebutuhan strategi bisnis CRM. Website ini juga memiliki kelengkapan informasi yang cukup sehingga pelanggan dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang diinginkan. Dengan adanya perancangan aplikasi CRM ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi dan pelayanan kepada pelanggan yang saat ini masih terbatas, sehingga dapat memberikan keuntungan bagi pelanggan dan perusahaan.

Kata kunci : CRM, website, Testtube Clothing and Digital Printing

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin pesat, menuntut manusia untuk selalu “berdampingan” dengan teknologi. Karena dengan keberadaan teknologi, khususnya teknologi informasi memudahkan manusia dalam menyelesaikan pekerjaannya. Hal tersebut pun berlaku di dunia bisnis, dengan adanya kecanggihan teknologi informasi dan telekomunikasi, seperti halnya jaringan internet, merupakan salah satu teknologi yang mendukung dalam operasional sebuah bisnis, untuk memberikan pelayanan secara

maksimal kepada pelanggan dengan menerapkan konsep *Customer Relationship Management* (CRM) pada bisnis yang diimplementasikan dalam sebuah website.

Customer Relationship Management (CRM) merupakan suatu sistem yang dikembangkan dengan tujuan untuk menunjang perusahaan dalam membangun hubungan yang erat dengan para pelanggannya. Karena pelanggan merupakan aspek yang sangat penting bagi perusahaan.

Testtube Preneur atau yang lebih dikenal dengan nama Testtube Clothing and Digital Printing berdiri pada awal tahun 2010, merupakan usaha yang bergerak dibidang pembuatan personal merchandising atau corporate merchandising, souvenir dan jasa cetak digital yaitu pembuatan berbagai produk sebagai media promosi untuk keperluan pribadi maupun promosi perusahaan. Pelanggan dari perusahaan ini tersebar di wilayah Jawa Barat terutama di kota Bandung.

Dalam upaya mempertahankan pelanggan, perusahaan memberikan beberapa keuntungan diantaranya adalah dalam setiap transaksi yang dilakukan pihak perusahaan memberikan sebuah *gift* (bingkisan) berupa produk bagi pelanggan yang telah melakukan lima kali transaksi pembelian dan menerima pelayanan berupa pengantaran barang pesanan ke tempat khusus untuk wilayah kota Bandung.

Terlepas dari upaya perusahaan dalam memberikan pelayanan yang prima untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan dalam mendapatkan pelanggan baru, perusahaan menemukan beberapa kendala pada proses bisnisnya, diantaranya ketika proses pembelian, konsumen harus datang langsung ke perusahaan untuk memesan produk, hal ini menyebabkan pemanfaatan waktu yang tidak efektif dan tidak efisiennya biaya yang dikeluarkan pelanggan yang berada jauh dari lokasi perusahaan, sedangkan jika pemesanan dilakukan melalui telepon, pelanggan tidak dapat melihat langsung informasi mengenai produk yang ditawarkan.

Selain itu pada proses promosi dan pemasaran, perusahaan juga mengalami kesulitan dalam menyampaikan informasi produk karena belum mempunyai website yang terkait informasi produk perusahaan. Kemudian pada proses pelayanan pelanggan (*customer service*) perusahaan membuka layanan pengaduan berupa kritik dan saran dari pelanggan baik secara langsung maupun lewat telepon. Namun, hal ini menjadi kendala dimana perusahaan belum mempunyai media untuk menampung masukan tersebut serta layanan ini tidak dapat dilakukan dalam waktu 24 jam.

Kendala lainnya adalah belum tersedianya media yang dapat menyimpan sekaligus mencari data-data yang dibutuhkan, karena pengolahan data masih dilakukan secara manual, mengakibatkan lambatnya sistem informasi penjualan di perusahaan serta kurang akuratnya informasi yang dihasilkan dan keterlambatan pembuatan laporan menghambat dalam pengambilan keputusan pimpinan, kemudian dari sisi pelanggan menyulitkan perusahaan dalam memperhatikan pelanggan yang potensial dan loyal terhadap perusahaan karena tidak dapat melihat pelanggan yang telah melakukan transaksi pembelian.

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi dan rumusan masalah pada Testtube Clothing and Digital Printing adalah sebagai berikut:

1.2.1. Identifikasi Masalah

1. Pengelolaan data pelanggan masih dilakukan secara manual mengakibatkan lambatnya pengelolaan serta kurang akuratnya informasi yang dihasilkan.
2. Perusahaan mengalami kesulitan dalam mendapatkan pelanggan baru yang dikarenakan media promosi yang sudah berjalan saat ini masih belum maksimal.
3. Perusahaan belum maksimal dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggannya mengakibatkan kesulitan komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan.
4. Perusahaan membutuhkan sistem informasi untuk pengelolaan data-data pelanggan, memberikan pelayanan yang lebih optimal terhadap pelanggan dan sebagai media promosi yang efektif dalam meningkatkan penjualannya.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian di Testtube Clothing and Digital Printing adalah sebagai berikut:

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini untuk mengumpulkan data dan informasi yang terkait dalam pengelolaan data pelanggan, melakukan pemesanan (*order*), memberikan pelayanan terhadap pelanggan (*customer service*) secara maksimal, serta sebagai media promosi yang efektif dan efisien, sehingga implementasi dari aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web yang akan dibangun diharapkan dapat memberikan pengaruh terhadap penjualan di Testtube Clothing and Digital Printing.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sistem yang berjalan di Testtube Clothing and Digital Printing dalam melakukan pengelolaan data pelanggan, pemesanan (*order*), pelayanan terhadap pelanggannya (*customer service*), dan bentuk promosi yang dijalankan.
2. Untuk merancang aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web dalam memudahkan perusahaan ketika melakukan pengelolaan data yang akan lebih cepat dan akurat, melakukan pemesanan (*order*) secara online, pelayanan terhadap pelanggan (*customer service*) berjalan maksimal dan sebagai media promosi berjalan secara efektif.
3. Untuk melakukan pengujian aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web pada Testtube Clothing and Digital Printing.
4. Untuk mengimplementasikan aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web pada Testtube Clothing and Digital Printing.

II. LANDASAN TEORI

2.1. Definisi Sistem Informasi

Menurut Jogiyanto (2005:11) Sistem informasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi, dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan - laporan yang diperlukan.

Menurut Jeck Febrian (2007:238) sistem informasi adalah sistem yang dapat menghasilkan informasi yang berguna.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa sistem informasi adalah suatu alat yang dapat membantu dalam pengolahan data menjadi informasi yang berguna bagi penerimaannya baik perusahaan maupun pihak luar perusahaan dan untuk membanantu dalam pengambilan keputusan bagi manajemen didalam operasi perusahaan.

2.2. Customer Relationship Management (CRM)

2.2.1. Definisi Customer Relationship Management (CRM)

Menurut Dadang Munandar (2001:101) *Customer Relationship Management* merupakan strategi yang diimplementasikan secara luas untuk mengatur hubungan antara perusahaan dengan pelanggan, dan calon pelanggan.

Menurut Zikmund dan Gilbert (2003:3) *Customer Relationship Management* sebagai suatu proses pengumpulan informasi yang akan meningkatkan pemahaman terhadap bagaimana mengelola hubungan organisasi dengan pelanggannya.

CRM menggunakan suatu teknologi untuk mengorganisasikan, otomatisasi, dan sinkronisasi semua proses bisnis, terutama kegiatan penjualan-penjualan tetapi juga kegiatan pemasaran-pemasaran, pelayanan pelanggan, dan dukungan teknis. Tujuan umum dari CRM adalah untuk mencari, menarik, dan memenangkan klien-klien baru, memelihara dan mempertahankan pelanggan-pelanggan tersebut, mendorong klien-klien lama untuk kembali lagi, serta mengurangi biaya pemasaran dan pelayanan pelanggan.

Beberapa keuntungan CRM, diantaranya meningkatkan kualitas dan efisiensi, mengurangi biaya, pendukung keputusan dan pergerakan bisnis perusahaan. Mengingat pentingnya CRM, perusahaan tidak boleh mengabaikan dan hanya berfokus pada proses pembuatan produk dan nilai. CRM dalam praktiknya dapat dimulai dengan memberikan kenyamanan pada kebutuhan pelanggan, melayani pelanggan, dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan.

Prinsip dalam CRM ialah memperoleh pelanggan, mempertahankan pelanggan dan memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga pelanggan merasa puas dan menjadi loyal terhadap perusahaan.

2.3. Internet

2.3.1. Definisi Internet

Menurut Abdul Kadir (2002) internet merupakan forum global yang tidak membatasi negara birokrasi, manusia, dan waktu, sehingga antar manusia dapat saling bertukar informasi tersebut. Internet merupakan contoh jaringan terbesar yang menghubungkan jutaan komputer yang tersebar diseluruh penjuru dunia dan tak terikat pada satu organisasi pun.

Internet singkatan dari (*interconnection-networking*) yaitu sebuah sistem global jaringan komputer yang saling menghubungkan antara satu dengan yang lain di seluruh penjuru dunia. Adapaun standar yang digunakan disebut *Internet Protocol Suite* (TCP/IP). Komputer yang terhubung ke internet dapat melakukan aktifitas pertukaran data dengan cepat.

III. OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah Membangun *Customer Relationship Management* (CRM) Berbasis Website Pada Testtube Clothing and Digital Printing. Penelitian dilakukan pada Testtube Clothing and Digital Printing yang beralamatkan di Jalan Jl. Rajawali Timur Gg Barnas 1 Bandung .

3.2. Metode Pendekatan dan Pengembangan Sistem

Metode pendekatan dan pengembangan sistem menggambarkan tahapan-tahapan dalam proses penelitian guna memecahkan masalah penelitian dari awal perencanaan hingga tercapainya tujuan penelitian dan pengembangan sistem.

3.2.1. Metode Pendekatan Sistem

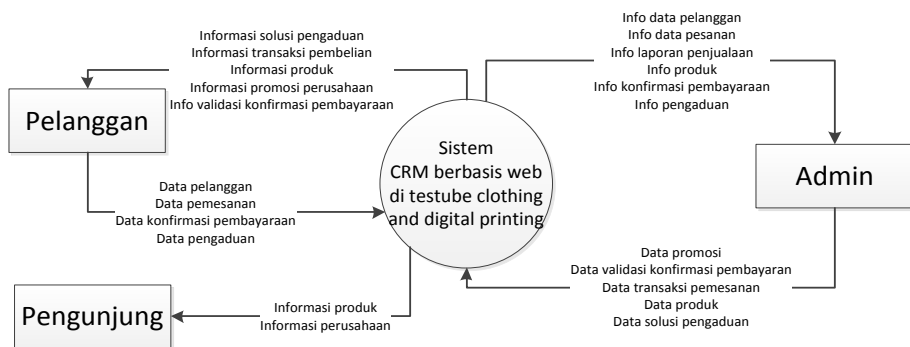
Metode pendekatan sistem yang digunakan penulis dalam membangun *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web adalah pendekatan terstruktur. Pendekatan terstruktur adalah menulis daftar perintah yang harus diikuti oleh komputer, kemudian mengorganisir perintah-perintah tersebut kedalam kelompok-kelompok yang dinamakan fungsi atau prosedur. Meskipun demikian, setiap fungsi dapat memiliki data yang bersifat lokal. Kelemahan pendekatan terstruktur adalah pada data global, pada program yang berukuran sangat besar sangat sulit untuk dilacak.

3.2.2. Metode Pengembangan Sistem

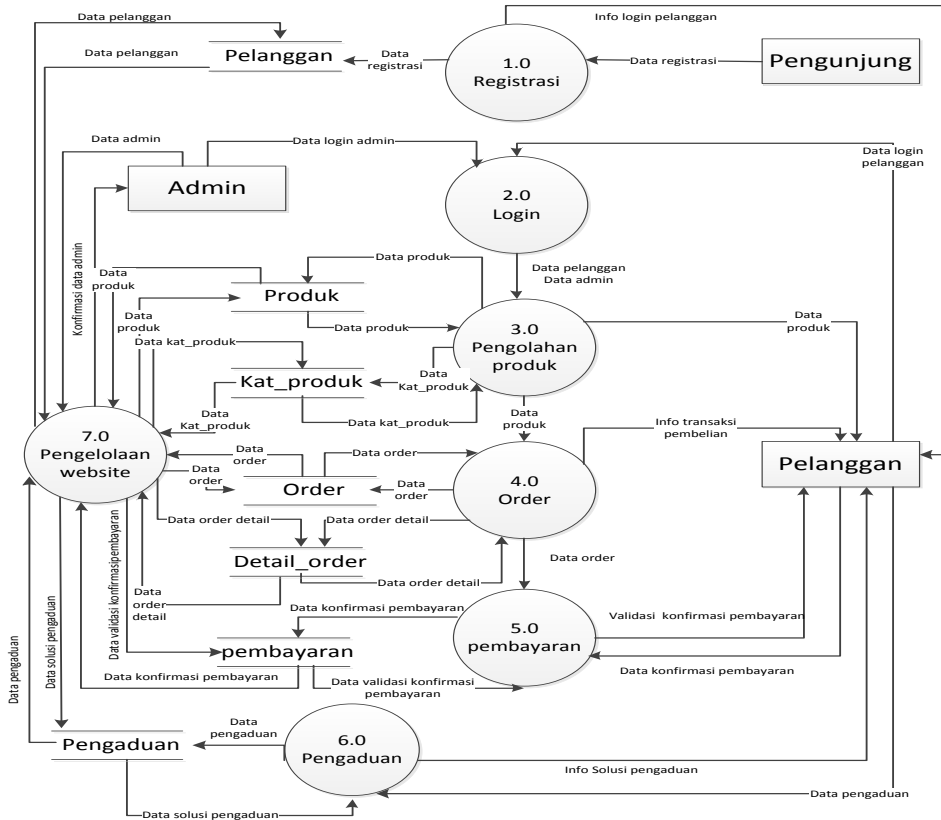
Metode yang digunakan untuk proses pengembangan perangkat lunak yang akan dibangun adalah model *prototype*. *Prototype* merupakan suatu metode dalam pengembangan sistem yang menggunakan pendekatan untuk membuat sesuatu program dengan cepat dan bertahap sehingga segera dapat dievaluasi oleh pemakai. Selain itu *prototype* juga membuat proses pengembangan sistem informasi menjadi lebih cepat dan lebih mudah, terutama pada keadaan kebutuhan pemakai sulit untuk diidentifikasi.

IV. ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

4.1. Analisis Sistem Yang Berjalan



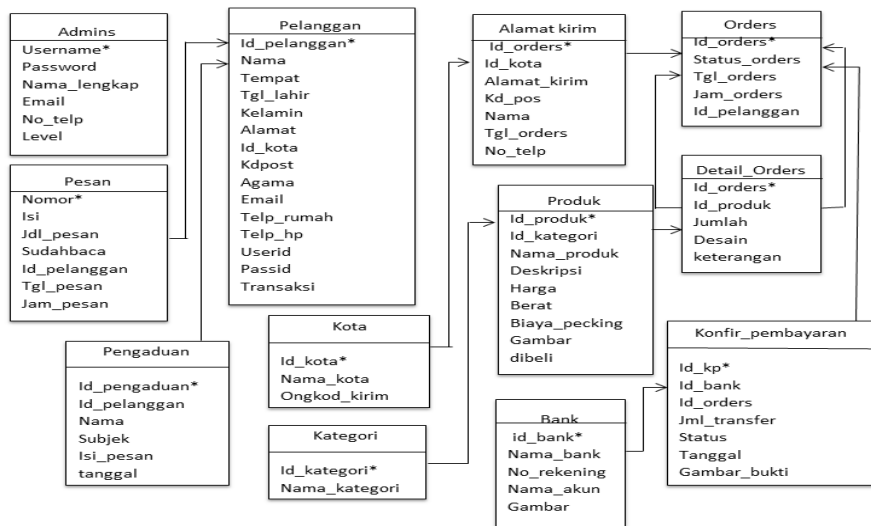
Gambar 1. Diagram Konteks aplikasi yang Diusulkan



Gambar 2. Data Flow Diagram yang Diusulkan

4.2. Relasi Tabel

Berikut ini adalah basis data yang dirancang untuk aplikasi *Customer Relationship Management (CRM)* berbasis web yang menyimpan data-data dalam tabel yang saling berelasi :



Gambar 3. Tabel Relasi aplikasi CRM yang diusulkan

V. IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM

5.1. Implementasi

Tahap implementasi sistem merupakan tahap meletakkan sistem agar sistem dapat dioperasikan secara optimal sesuai dengan kebutuhan. Sesuai dengan tahapan dari pengembangan sistem yang telah dilaksanakan, proses implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* Berbasis web pada Testtube Clothing and Digital Printing dilakukan menggunakan bahasa dan pemrograman PHP. Dimana poses implementasi ini dilakukan sebagai hasil akhir dari perancangan system yang dibuat pada penelitian skripsi ini.

1. Halaman Utama Publik



Gambar 4. Menu utama halaman pelanggan

2. Tampilan Halaman Pengaduan

Halaman pengaduan terdapat pada menu kontak kami. Pada halaman ini menampilkan informasi perusahaan dan menampilkan form pengaduan pelanggan yang akan melakukan pengaduan berupa masukan kritik dan saran terhadap perusahaan.

KRITIK dan SARAN dari anda kami butuhkan demi mutu perusahaan kami. Silahkan tinggalkan pengaduan berupa kritik dan saran di form pengaduan yang telah kami sediakan dibawah ini:
Pastikan anda sudah login sebelum mngisi form pengaduan ini.

FORM PENGADUAN

Nama

Judul Pengaduan

Isi Keluhan


(isikan captcha diatas dengan benar)

Gambar 5. Halaman Form Pengaduan

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan implementasi dan penjelasan yang telah dikemukakan sebelumnya oleh penulis, menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Dengan adanya aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) maka perusahaan tidak merasa kesulitan dalam mengelola dan menyimpan data pelanggan yang telah melakukan transaksi, dan perusahaan tidak merasa kesulitan menghubungi pelanggan untuk diberikan informasi mengenai informasi produk dan informasi promosi perusahaan.
2. Dengan adanya aplikasi ini maka perusahaan tidak akan mengalami kesulitan dalam mempromosikan dan menginformasikan produk, melayani pelanggan, sehingga membantu pelanggan untuk mendapatkan informasi, dan membantu pelanggan dalam melakukan proses pemesanan produk yaitu secara *online*.
3. Aplikasi *customer relationship management* (CRM) berbasis web ini menyediakan media pelayanan yang dapat membuat perusahaan dan pelanggandapat berinteraksi dan komunikasi, yaitu melalui sarana pelayanan pelanggan berupa kotak pengaduan (keluhan, kritik, saran) maupun di fasilitas *chatting*.

6.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran-saran terhadap pengguna sistem yang telah dibuat adalah sebagai berikut :

1. perlunya upaya publikasi ataupun mempromosikan website kepada pelanggan, perlunya dukungan atau pengembangan sumber daya manusia yang kompeten dibidang IT untuk memperoleh hasil yang maksimal terhadap pemanfaatan

- website perusahaan, dan juga senantiasa melakukan perawatan terhadap sistem yang diusulkan dan senantiasa memperbaharui informasi-informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan.
2. Perlu adanya pengembangan pada fungsionalitas CRM agar lebih membantu perusahaan dalam menjalankan sistem *customer service* pada bisnis mereka dan penambahan fasilitas lain yang mendukung kecenderungan pelanggan yang semakin loyal terhadap perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir.2003. *Pengenalan Sistem Informasi*. Andi. Yogyakarta.
- Andri Kristanto.2008. *Perancangan Sistem Informasi*. Gava Media. Yogyakarta.
- Dadang Munandar.2011. *E-Bussines*.Andi.Jogjakarta
- Iwan Sofana.2010. *CISCO CCNA & Jaringan*.Informatika.Bandung.
- HM,Prof.Dr.Jogiyanto,MBA,Akt.2005. *Analisis & Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur, Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Andi.Yogyakarta.
- Janner Simarmata.2010. *Rekayasa Perangkat Lunak*. Andi.Yogyakarta.
- Jack Febrian.2008. *Kamus Komputer dan Teknologi Informasi*. Informatika. Bandung.
- Jogiyanto.2002. *Pengenalan Komputer*. Andi. Yogyakarta.
- Sutarman.2007. *Membangun Aplikasi Web Dengan PHP dan MySQL*. Grahailmu.Yogyakarta.
- Tata Sutarbi.2005. *Analisa Sistem Informasi*. Andi. Yogyakarta.
- Witarto.2004. *Memahami Sistem Informasi*.Informatika.Bandung.
- Yevis Marty.2010. *Sukses Mengelola Marketing mix, crm, customer value, dan customer dependency*. Alafabeta. Bandung.
- <http://www.surfscranton.com/architecture/internetArchitecture.htm/>
<http://www.slideshare.net/aziesIT/analisis-dan-desain-sistem-informasi>