

RANCANG BANGUN *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM)* DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS DAN LAYANAN PELANGGAN (STUDI KASUS PT.DIGIKIDZ INDONESIA)

Brury Trya Sartana¹, Ririt Roeswidiah², Lisaroyan Hidayatulah³

^{1, 2, 3}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260
Telp. (021) 5853753, Fax. (021) 5853489
¹brury@budiluhur.ac.id, ²ririt@budiluhur.ac.id, ³lisaroyan11@gmail.com

ABSTRAK

Saat ini perusahaan-perusahaan dalam bidang pendidikan maupun jasa sudah mulai menggunakan teknologi informasi demi kemajuan perusahaan dan untuk mengimbangi persaingan dengan perusahaan lainnya. Perusahaan menggunakan banyak cara dalam strategi mereka, salah satunya adalah melalui pelanggan. Perusahaan bersaing dalam mendapatkan pelanggan ataupun mempertahankan pelanggan yang loyalitas. Hal ini dapat diwujudkan dengan mengaplikasikan model Customer Relationship Management (CRM) yaitu suatu jenis manajemen yang secara khusus membahas teori mengenai penanganan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan dimata pelanggan. PT. Digikidz Indonesia akan berusaha menjadi rekan kerja yang dapat memberikan pelayanan terbaik tanpa mengurangi kualitas, mutu dan kenyamanan. Untuk menjalani komitmennya dan mengatasi segala permasalahan bisnis, PT. Digikidz Indonesia perlu memanfaatkan secara maksimal penggunaan teknologi informasi. Dengan rancangan sistem berbasis web ini, diharapkan dapat menyelesaikan masalah menurunnya loyalitas dan pelayanan yang dialami PT. Digikidz Indonesia.

Kata Kunci : *Electronic Customer Relationship Management, meningkatkan loyalitas dan pelayanan*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, suatu bisnis akan dapat berhasil apabila didukung oleh teknologi. Banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk menguasai teknologi informasi, dengan harapan dapat menguasai pasar dan mendapat pelanggan yang setia. Tetapi dukungan dari teknologi informasi saja tidak cukup, untuk itu diperlukan tenaga ahli yang kompeten dibidangnya dan yang paling penting adalah komitmen manajemen perusahaan untuk membuat pelanggan tetap setia membel produk atau memakai jasa dari perusahaan.

Perusahaan juga bersaing ketat untuk mencari dan memperebutkan pelanggan, tetapi setelah mereka mendapatkannya, pelanggan tersebut tidak diperhatikan sehingga pelanggan tersebut menghilang. Dampak nyatanya adalah pelanggan mulai mencari perusahaan lain yang memperhatikan dirinya. Yang dimaksud "memperhatikan" ialah dalam hal pelayanan (*service*) dan dukungan yang diberikan suatu perusahaan kepada suatu pelanggan (orientasi pada *customer*). Perusahaan yang akan berhasil bersaing di dalam dunia usaha sekarang ini adalah perusahaan yang bisa mendengarkan pelanggannya dan menjadikan pelanggan sebagai prioritas dari perusahaan, inilah masalah yang akan dihadapi suatu perusahaan yaitu "memperhatikan pelanggan", mempertahankan pelanggan merupakan salah satu faktor penting dan sangat menentukan kelanjutan hidup sebuah perusahaan dalam persaingan sekarang ini.

PT. Digikidz Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di dunia pendidikan khususnya kursus

multimedia komputer, robotik, *coding*, dan *art factory*. PT. Digikidz Indonesia akan berusaha menjadi rekan kerja yang dapat memberikan pelayanan terbaik tanpa mengurangi kualitas, mutu dan kenyamanan. Untuk menjalani komitmennya dan mengatasi segala permasalahan bisnis, PT. Digikidz Indonesia perlu memanfaatkan secara maksimal penggunaan teknologi informasi. Oleh karena itu, perlu adanya suatu media yang dapat mengelola hubungan antara perusahaan dengan pelanggan Dan mengaplikasikan konsep *Electronic Customer Relationship Management (e-CRM)* agar dapat dimanfaatkan untuk memantau dan memonitor setiap kegiatan dan keinginan pelanggan sehingga dapat menunjang para stakeholder untuk memperhatikan pelanggan, memberikan pelayanan lebih baik sebagai kelanjutan akan meningkatkan hubungan yang lebih personal dengan pelanggan dan pengambilan keputusan akan lebih cepat, tepat dan akurat.

Dengan melihat kondisi dan permasalahan pada PT. Digikidz Indonesia, maka ditarik kesimpulan untuk mengangkat topik penelitian ini dengan merancang *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)* agar dapat meningkatkan loyalitas dan pelayanan terhadap pelanggan pada PT. Digikidz Indonesia".

B. Masalah

Permasalahan yang dihadapi oleh PT. Digikidz Indonesia adalah sebagai berikut :

- 1) Perusahaan masih sulit untuk mengetahui kelas yang paling diminati, dikarenakan data laporan yang tidak di update secara berkala. Sehingga hal ini dapat menyulitkan pimpinan untuk mengatur jadwal dan mengambil

keputusan dalam menambah atau mengurangi jumlah tenaga mengajar pada kelas yang paling diminati ataupun yang kurang diminati.

- 2) Perusahaan juga sulit untuk melihat jumlah pendaftar dan jumlah siswa disetiap centernya dikarenakan penyampaian informasi yang tidak dilakukan secara berkala sesuai dengan periode yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
- 3) Belum efektifnya penanganan keluhan dikarenakan data penyampaian komplain yang hanya melalui lisan atau pesan singkat (*WA* ataupun *SMS*) dan tidak dicatat berupa laporan sehingga perusahaan sulit untuk mengetahui seberapa puas orang tua murid ataupun pelanggan dengan solusi yang diberikan oleh staff.
- 4) Perusahaan masih sulit dalam mengetahui kinerja atau pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada orang tua dan murid, karena belum adanya sistem yang menampung hasil penilaian dari pelanggan ataupun laporan yang dibuat untuk mengevaluasi hasil dari penanganan atau kinerja karyawan selama ini.
- 5) Penyampaian informasi tentang kegiatan belajar anak ataupun hasil belajar anak yang sering kali kurang *up to date* sehingga orang tua murid sulit untuk mengetahui sejauh mana perkembangan anaknya dalam mengikuti kelas yang dijalankannya.
- 6) Sering terjadinya keterlambatan dalam waktu pembayaran dikarenakan penyampaian informasi yang tidak dilakukan secara berkala yang menyebabkan pembayaran dilakukan setelah lewat tanggal atau tempo yang sudah ditetapkan.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dan manfaat yang diperoleh dari penulisan adalah :

- 1) Merancang aplikasi *Customer Relationship Management* yang memiliki fitur *Customer Treatment*, serta *Management*.
- 2) Data Pelanggan lebih terintegrasi dan lebih terorganisir.
- 3) Menghasilkan aplikasi CRM yang dapat membantu perusahaan dalam melayani dan memberikan informasi yang lengkap dan secara tepat kepada pelanggan dalam meningkatkan mutu pelayanan.
- 4) Hasil penelitian dapat memberikan kemudahan kepada PT. Digikidz Indonesia dalam mengelola data pelanggan.
- 5) Dengan aplikasi CRM, pelanggan akan dengan mudah mengakses informasi yang diperlukan.
- 6) Hasil penelitian dapat digunakan PT. Digikidz Indonesia sebagai sarana untuk menjalin hubungan yang berkelanjutan antara perusahaan dan pelanggan melakukan pendaftaran

II. LANDASAN TEORI

A. Konsep Sistem Informasi

Konsep dasar sistem yang didefinisikan [8] adalah *“Sebuah sistem terdiri atas bagian-bagian atau komponen yang terpadu untuk suatu tujuan. Model dasar dari bentuk sistem ini adalah adanya masukan, pengolahan dan keluaran.”* [8] mengungkapkan bahwa sistem ialah:

“Suatu sistem terdiri atas objek-objek atau unsur-unsur atau komponen-komponen yang berkaitan dan berhubungan satu sama lainnya sedemikian rupa sehingga unsur-unsur tersebut merupakan suatu kesatuan pemrosesan atau pengolahan tertentu.”

B. Konsep Dasar Analisa dan Perancangan Sistem Informasi

Pengertian Analisis Sistem Kegiatan analisis sistem adalah *“Kegiatan untuk melihat sistem yang berjalan, melihat bagian mana yang bagus dan tidak bagus, dan kemudian mendokumentasikan kebutuhan yang akan dipenuhi dalam sistem yang baru.”* Definisi lainnya, [10] bahwa analisis sistem adalah: *“Suatu proses untuk memahami sistem yang ada, dengan menganalisa jabatan dan uraian tugas (business users), proses bisnis (business process), ketentuan atau aturan (business rule), masalah dan mencari solusinya (business problem & solution), business tolls dan rencana-rencana perusahaan (business plans).”*

Pengertian Perancangan Sistem Perancangan sistem adalah kombinasi atau seri dari proses yang menyangkut segala aktivitas-aktivitas mulai dari mengidentifikasi masalah, memahami kerja dari sistem yang ada, menganalisa sistem, sampai membuat laporan hasil analisa. Dengan kata lain, perancangan sistem adalah upaya untuk mengonstruksi sebuah sistem yang memberikan kepuasan (mungkin informal) akan spesifikasi kebutuhan fungsional, memenuhi target, memenuhi kebutuhan secara implisit atau eksplisit dari segi *performance* maupun penggunaan sumber daya, kepuasan batasan pada proses desain dari segi biaya, waktu, dan perangkat. Kualitas perangkat lunak biasanya dinilai dari segi kepuasan pengguna perangkat lunak terhadap perangkat lunak yang digunakan [2]

1) Konsep Dasar Analisa Berorientasi Obyek

Analisa berorientasi obyek menurut [9] adalah *“metode analisis yang memeriksa requirement (syarat/keperluan) yang harus dipenuhi sebuah sistem dari sudut pandang kelas-kelas dan objek-objek yang ditemui dalam ruang lingkup perusahaan”*. Sedangkan menurut [2] bahwa *Object Oriented Analysis* (OOA) adalah : *“tahapan untuk menganalisis spesifikasi atau kebutuhan akan sistem yang akan dibangun dengan konsep berorientasi objek, apakah benar kebutuhan yang ada dapat diimplementasikan menjadi sebuah sistem berorientasi objek.”*

2) Pengertian Lembaga Kursus

Lembaga kursus merupakan satuan pendidikan nonformal seperti yang tertera dalam pasal 26 ayat (4) UU No. 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. Secara umum dalam pasal 26 ayat (5) dijelaskan bahwa Kursus dan pelatihan diselenggarakan bagi masyarakat yang memerlukan bekal pengetahuan, keterampilan, kecakapan hidup, dan sikap untuk mengembangkan diri, mengembangkan profesi, bekerja, usaha mandiri, dan/atau melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Selain itu kembali diperlengkap dalam pasal 103 ayat (1) PP No. 17 tahun 2010 tentang pengelolaan dan penyelenggaraan pendidikan bahwa kursus dan pelatihan diselenggarakan bagi masyarakat dalam rangka untuk

mengembangkan kepribadian profesional dan untuk meningkatkan kompetensi vokasional dari peserta didik kursus.

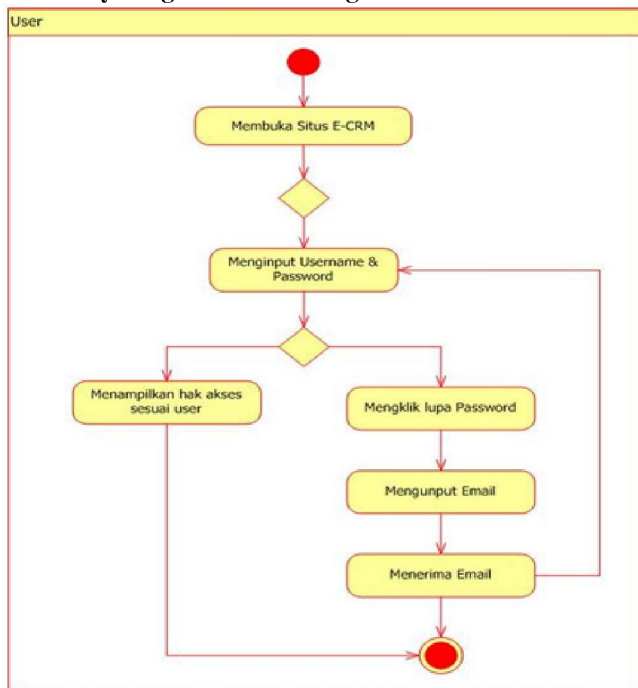
III. METODOLOGI PENELITIAN

Untuk menyelesaikan masalah yang ada di PT. Digikidz Indonesia, penelitian menggunakan pendekatan-pendekatan dengan model *Customer Relationship Management (CRM)* maka penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data dengan memperoleh keterangan dari sistem berjalan saat ini, yaitu :

- 1) Observasi
Penulis melakukan pengamatan langsung terhadap proses bisnis yang sedang berjalan PT. Digikidz Indonesia.
- 2) Wawancara
Pengumpulan data dengan cara bertatap muka langsung dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan mengenai proses bisnis yang sedang berjalan kepada staff terkait.
- 3) Analisa dokumen
Pengumpulan data dalam penelitian dengan mencari informasi berdasarkan dokumen berjalan yang terkait adar diperoleh informasi yang sesuai dengan kebutuhan sistem yang akan dibuat.
- 4) Studi kepustakaan
Penelitian ini melakukan studi kepustakaan dari berbagai buku serta referensi lain yang sesuai dengan permasalahan yang diamati. Selain itu juga mencari informasi tambahan melalui internet.

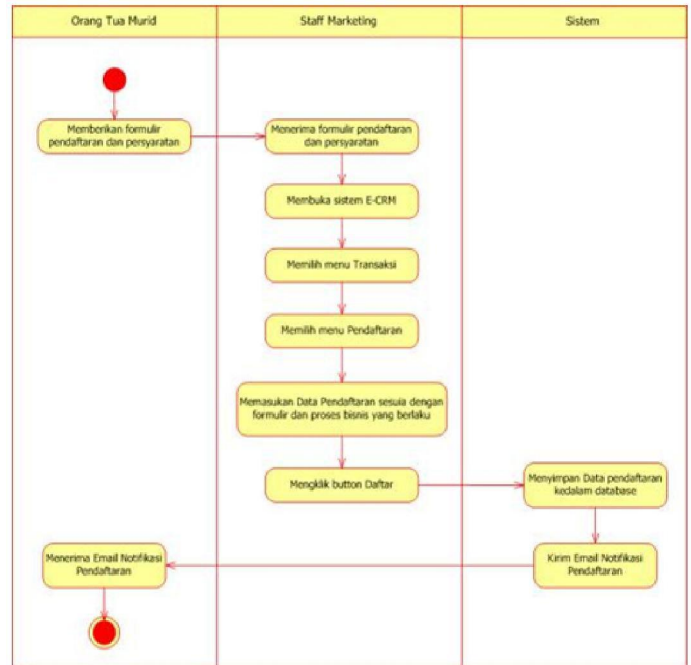
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Activity Diagram Usulan Login



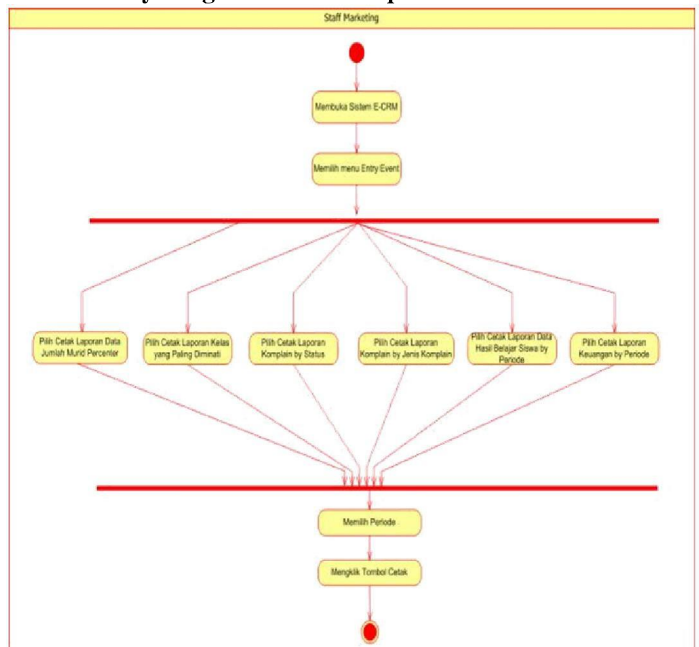
Gambar 1: Activity Diagram usulan Login

B. Activity Diagram Usulan Pendaftaran



Gambar 2: Activity Diagram Usulan Pendaftaran

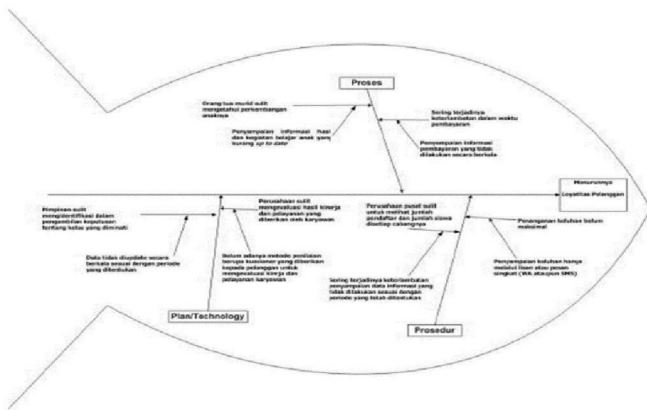
C. Activity Diagram Usulan Laporan



Gambar 3 : Activity Diagram usulan Laporan

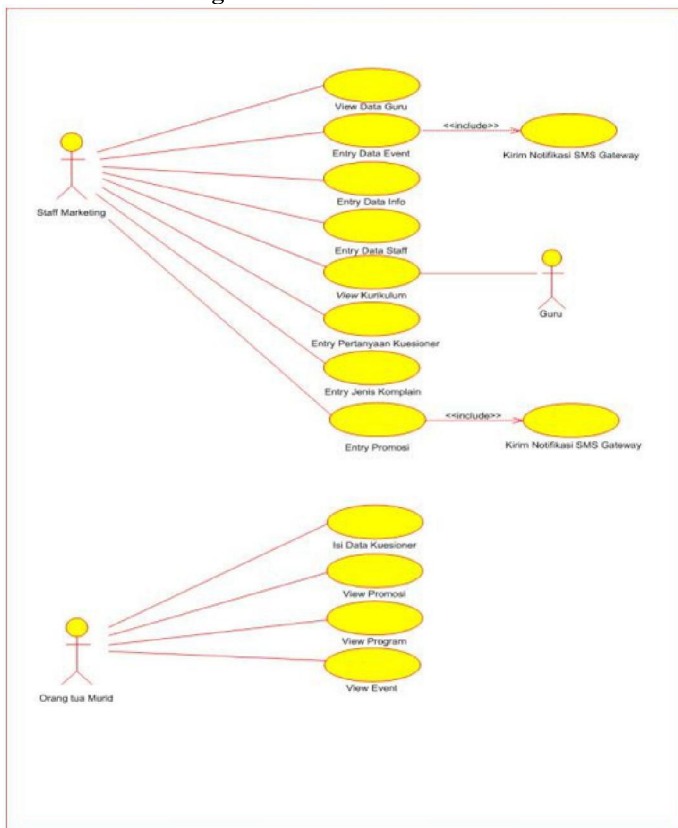
D. Fishbone Diagram

Penulis menganalisa masalah di instansi menggunakan tool *Fishbone Diagram*. *Fishbone Diagram* dijelaskan sebagai berikut :



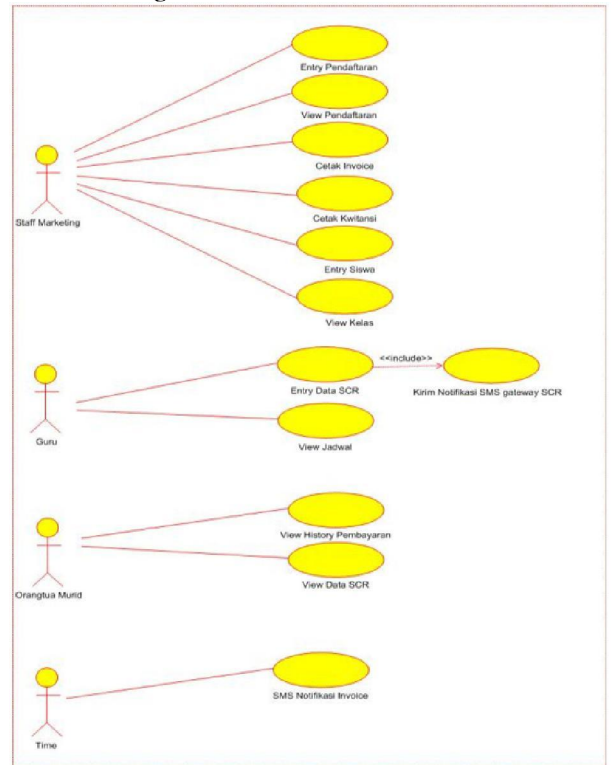
Gambar 4: Fishbone Diagram

E. Use Case Diagram Master



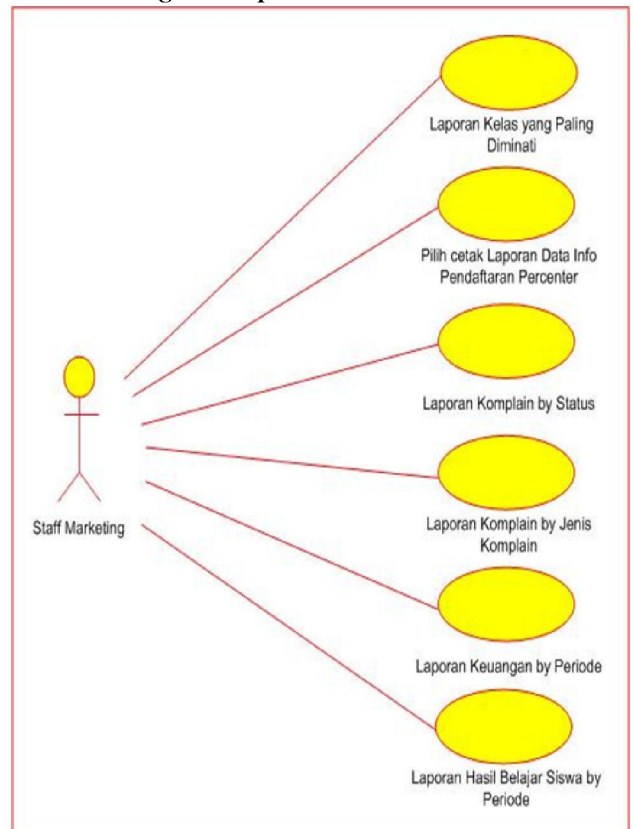
Gambar 5 : Use Case Diagram Master

F. Use Case Diagram Transaksi



Gambar 6 : Use Case Diagram Transaksi

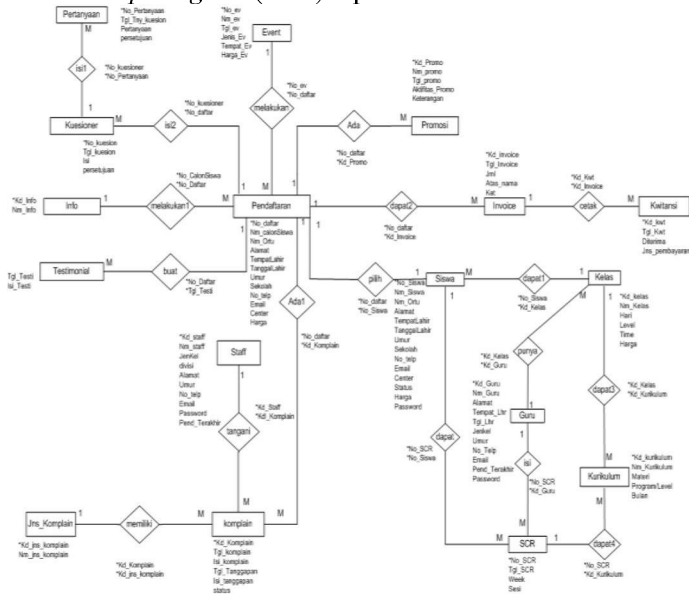
G. Use Case Diagram Laporan



Gambar 7: Use Case Diagram Laporan

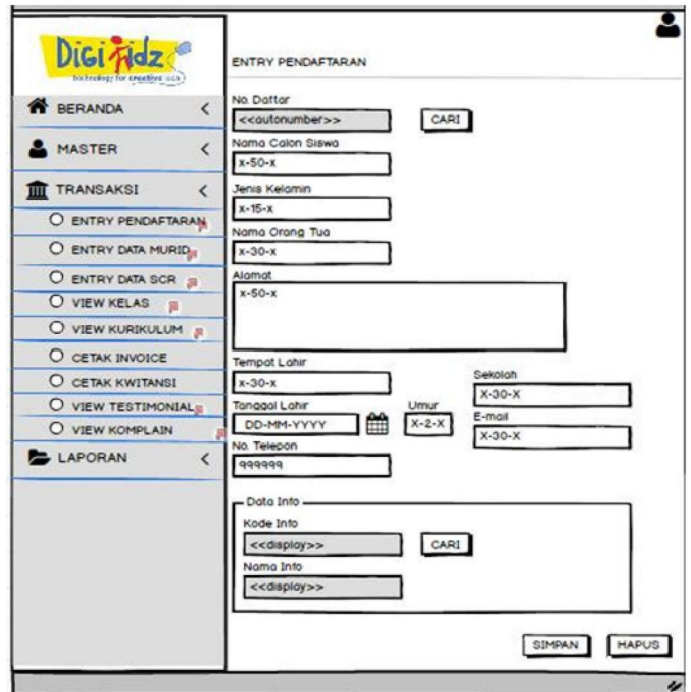
H. Pemodelan Data

Untuk memodelkan data, penulis menggunakan Entity Relationship Diagram (ERD) seperti berikut ini :



Gambar 8 : Entity Relationship Diagram

3) Rancangan Layar Entry Pendaftaran



Gambar 13 : Entry Pendaftaran

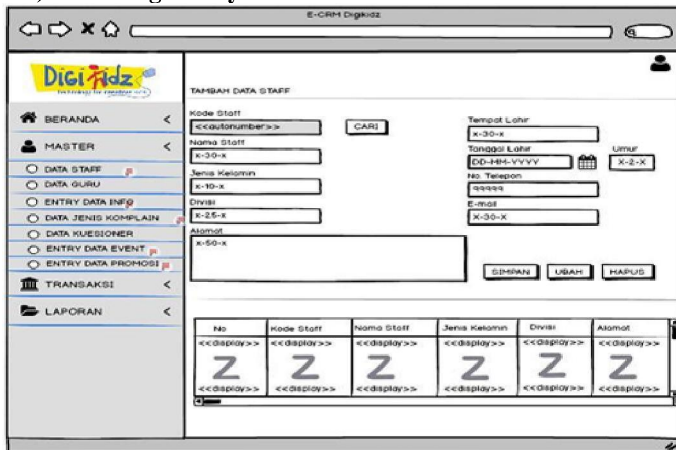
I. Rancangan Layar

1) Rancangan Layar Menu Utama



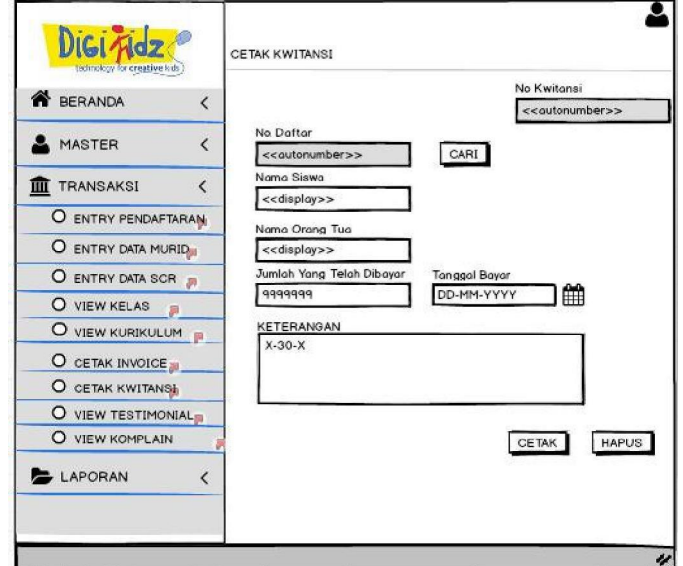
Gambar 9 : Struktur Tampilan Menu Utama

2) Rancangan Layar Master Data Guru



Gambar 10 : Entry Data Guru

4) Rancangan Layar Cetak Kwitansi



Gambar 14 : Cetak Kwitansi

V. PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil analisa dan perancangan sistem diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Pada kategori informasi penyebab turunnya loyalitas pelanggan dikarenakan dalam penyampaian informasi kegiatan hasil belajar anak yang kurang up to date menyebabkan orangtua murid sulit untuk mengetahui perkembangan anaknya dan penyampaian informasi

pembayaran yang tidak dilakukan secara berkala menyebabkan sering terjadinya keterlambatan dalam waktu pembayaran. Dengan adanya fitur yang terdapat pada E-CRM berupa cetak invoice, cetak kwitansi, entry SCR, dan SMS Notifikasi gateway pelanggan terutama orang tua murid dapat merasakan kemudahan dan keakuratan dalam mendapatkan informasi tersebut.

- 2) Pada kategori sistem penyebab menurunnya loyalitas pelanggan dikarenakan Perusahaan tidak dapat mengidentifikasi pelanggan yang potensial sehingga sulit untuk mempertahankan pelanggan loyal yang disebabkan karena perusahaan tidak memiliki data pelanggan yang akurat dan juga perusahaan sulit mengetahui hasil kinerja dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan dikarenakan belum adanya sistem penilaian ataupun laporan kinerja dan pelayanan para karyawan sehingga perusahaan sulit untuk mengevaluasi kinerja para guru dan karyawan. Dengan adanya fitur yang terdapat pada E-CRM berupa Entry Data Siswa, Entry Pendaftaran, Entry Pertanyaan Kuesioner, dan Isi Kuesioner perusahaan dapat mengetahui seberapa puas pelanggan dengan pelayanan dan kinerja yang telah diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan, sehingga nantinya informasi tersebut dapat dipakai oleh perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan
- 3) Pada kategori prosedur penyebab menurunnya loyalitas pelanggan dikarenakan penanganan keluhan belum maksimal dikarenakan penyampaian keluhan hanya melalui lisan ataupun pesan singkat (WA ataupun SMS) dan data keluhan tidak disimpan maupun dicatat sebagai laporan sehingga sulit untuk mengetahui seberapa puas pelanggan dengan solusi yang telah diberikan. Dengan adanya fitur Entry Komplain, Entry Jenis Komplain, dan Entry Testimonial. Pelanggan dapat dengan mudah mengentrikan komplainnya secara online, dan ini tentu dapat mempermudah staff perusahaan dalam menangani dan melihat setiap keluhan yang masuk. Selain itu menu testimonial akan menjadi bahan koreksi bagi perusahaan juga.

B. Saran

Saran-saran penulis mengenai peningkatan loyalitas dan pelayanan terhadap pelanggan adalah berikut :

- 1) Rancangan sistem E-CRM yang dibuat diharapkan dapat dikembangkan kembali oleh PT. Digikidz Indonesia untuk meningkatkan loyalitas dan pelayanan terhadap pelanggan

perusahaan yang nantinya akan berujung pada penambahan pemasukan atau keuntungan bagi perusahaan.

- 2) Agar terlaksananya sistem ini dengan baik, diharapkan adanya proses pelatihan dan kerjasama yang baik pada semua pihak staf perusahaan yang terkait.
- 3) Selalu menjaga kepercayaan pelanggan agar tetap loyal terhadap perusahaan dan tidak beralih ke perusahaan kompetitor.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Al-Shammari, & Mallouh, M. (2011). Customer-Centric Knowledge Management: Concepts and Applications. Hershey: IGI Global
- [2] A. S Rosa dan Shalahuddin, M. 2013. Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur Dan Berorientasi Objek, Informatika Bandung
- [3] Buttle, F. (2012). Customer Relationship Management Concept and Technologies (Second).
- [4] Buttle, F., & Maklan, S. (2015). Customer Relationship Management: Concepts and Technologies (Third Edit). New York: Routledge.
- [5] Ghea Viarti Abdillah. (2014). Analisis dan Perancangan E-CRM Pada International Language Center (ILC) Jakarta. <http://eprints.binus.ac.id/31805/1/2014-2-00205-MNSI%20Abstrak001.pdf>
- [6] Lea Sulaiman Saputra. (2012). Analisis dan Perancangan Aplikasi CRM Berbasis Web Pada Lembaga Pendidikan Bahasa. <http://journal.binus.ac.id/index.php/comtech/article/viewFile/2388/1814>
- [7] Inayatulloh, & Sukandi, A. (2010). Perancangan Aplikasi e-CRM pada PT Manfuku Sejahtera Indonesia. ComTech.
- [8] Kadir, A. (2011). From Zero to Pro CSS. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- [9] Sutabri, T. (2012a). Analisis Sistem Informasi. Yogyakarta: Andi Offset.
- [10] Sugiarti, Yuni (2013). Analisis Dan Perancangan UML (Unified Modeling Language) Generated VB.6. Graha Ilmu Yogyakarta
- [11] Yakub (2012). Pengantar Sistem Informasi. Graha Ilmu Yogyakarta