

## PENERAPAN COMPUTER BASED CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA PT. XYZ

**Wendy Fernando<sup>1)</sup>, Budi Wasito<sup>2)</sup> dan Humdiana<sup>3)</sup>**

<sup>1)</sup> Alumni Program Studi Sistem Informasi

<sup>2)</sup> Staff Pengajar Program Studi Sistem Informasi

<sup>3)</sup> Staff Pengajar Program Studi Teknik Informatika

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jl. Yos Sudarso Kav.87 Sunter Jakarta Utara 14350

<http://www.kwikkiangie.ac.id>

[budi.wasito@kwikkiangie.ac.id](mailto:budi.wasito@kwikkiangie.ac.id)

### ABSTRACT

*The development of information system has made people easier for getting information also share the information, especially since internet was made, getting any the information is easier and faster. Customer information system design using some theoretical support for the system run in accordance with the topic of writing that created that is a customer information system design.*

*Stage method of data collection using questionnaires, interviews and observation at PT. XYZ. Interviews were conducted by asking question directly. The result of this research will be developed into a new system that will generate an information about Customer Relationship Management PT. XYZ Indonesia using the system development life cycle, DFD context, DFD 0, DFD Detailed, and Entity Relationship Diagram. The conclusion of this study is a Customer Relationship Management application which can help PT. XYZ in getting accurate reports as well as information and can live a good relationship with customers, increase customer loyalty and relationships with business partners.*

**Keywords :** *Customer Relationship Management, System Development Life Cycle*

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan sistem informasi telah membuat perusahaan berkompetisi dengan cepat menggunakan sistem teknologi informasi untuk menunjang kinerja perusahaan agar lebih efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan perusahaan. PT. XYZ mengalami kesulitan dalam menda-patkan pelanggan loyal serta melakukan pen-dataan pelanggan untuk memberikan penghargaan kepada pelanggan setia yang berpotensi. Penyampaian keluhan secara langsung dari pelanggan kepada manajemen menjadi kendala perusahaan PT.XYZ. Dengan menerapkan sistem CRM, pihak management mendapatkan pelaporan yang dapat menunjang XYZ.

### Ruang Lingkup Penelitian

Berikut ini adalah masalah-masalah yang sudah diidentifikasi oleh penulis, yaitu:

1. Belum adanya sistem pendataan pelanggan yang berpotensi.

2. Belum adanya penghargaan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan.

3. Tidak tersedianya penyampaian keluhan secara langsung oleh pelanggan kepada pihak PT.XYZ.

4. Tidak tersedianya pelaporan yang baik untuk manajemen

Berdasarkan beberapa masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya, penulis memutuskan untuk membatasi masalah seputar pengelolaan data untuk calon mahasiswa sebagai berikut:

- a. Belum adanya sistem pendataan pelanggan yang berpotensi
- b. Belum adanya penghargaan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan
- c. Tidak tersedianya penyampaian keluhan secara langsung oleh pelanggan kepada pihak manajemen
- d. Belum adanya promo yang dikhususkan untuk pelanggan loyal
- e. Tidak tersedianya pelaporan yang baik untuk manajemen.

## Tujuan Penelitian

- Membantu perusahaan agar lebih efektif dan efisien dalam melakukan pendataan pelanggan.
- Membantu pembaca dalam meningkatkan pengetahuan di bidang sistem pelanggan
- Mengetahui alur sistem yang terdapat dalam Garuda Miles.

## Manfaat Penelitian

- Mendapatkan informasi lebih mengenai sistem pelanggan
- Peningkatan *time to market*.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

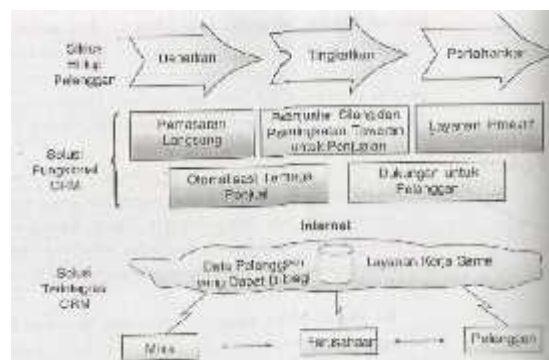
Menurut James A. O'Brien(2005:5) sistem informasi dapat merupakan kombinasi teratur apa pun dari orang-orang, hardware, software, jaringan komunikasi, dan sumber daya data yang mengumpulkan, mengubah, dan menyebarkan informasi dalam sebuah organisasi.

Menurut James A.O'Brien(2005:32), tiga komponen atau fungsi dasar yang terkait adalah :

- Input / masukan: melibatkan penangkapan dan perakitan berbagai elemen yang memasuki sistem untuk diproses.
- Process / proses:melibatkan proses transformasi yang mengubah input menjadi output.
- Output / keluaran: melibatkan perpindahan elemen yang telah diproduksi oleh proses transformasi ke tujuan akhirnya.

Menurut James A. O'Brien(2005:38) informasi sebagai data yang telah diubah menjadi konteks yang berarti dan berguna bagi para pemakai akhir tertentu.

Menurut James A. O'Brien(2005:325) CRM adalah “mengelola berbagai hubungan pelanggan melibatkan dua tujuan yang saling berkaitan: pertama, memberi organisasi dan semua karyawannya yang berhadapan dengan pelanggan, satu pandangan lengkap tentang setiap pelanggan di setiap hal dan di lintas semua saluran; dan, kedua, memberi pelanggan satu pandangan lengkap tentang perusahaan dan salura-salurannya yang luas.”



Gambar 1. CRM Support Customer Life

Cycle CRM menggunakan teknologi informasi untuk membuat sistem lintas fungsi perusahaan yang mengintegrasikan dan mengotomatisasi banyak proses layanan pada pelanggan yang berinteraksi dengan pelanggan perusahaan. Sistem CRM juga menciptakan kerangka kerja TI software serta database.

Siklus hidup customer terdiri dari:

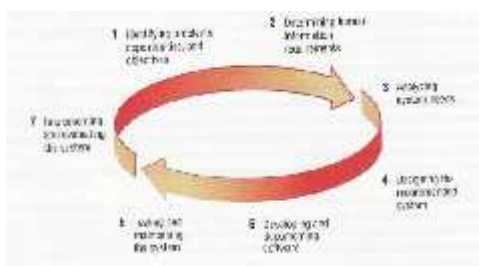
- Mendapatkan pelanggan baru  
Menghasilkan informasi tentang pelanggan maupun calon pelanggan, perusahaan menggunakan strategi marketing yang menggunakan alat media cetak maupun elektronik bertujuan agar selalu mendapatkan pelanggan baru agar perusahaan dapat terus bertahan.
- Meningkatkan hubungan dengan pelanggan  
Mengidentifikasi dan menganalisa pelanggan yang benar-benar merupakan calon pelanggan yang loyal. Kemudian melakukan pendekatan secara langsung kepada pelanggan tersebut agar pelanggan merasa puas telah melakukan pembelian produk/jasa di perusahaan tersebut.
- Mempertahankan pelanggan. Perusaha-an harus dapat mempertahankan pelanggan bukan hanya mendapatkan lalu tidak di kendalikan. Di dalam sistem CRM ini perusahaan wajib melakukan pengendalian kepada pelanggan agar pelanggan terus dapat loyal dan merasa puas.

Sistem CRM membantu para praktisi pemasaran menyelesaikan kampanye pema-saran langsung dengan mengotomatisasi tugas-tugas seperti pengkualifikasian pemasaran

pada sasaran, dan penjadwalan serta penelusuran pengiriman.

Sistem CRM memberi para staf penjualan alat software dan akses *real-time* ke data base umum pelanggan yang dapat dibagi bersama dengan para praktisi penjualan dan pemasaran. CRM membantu para manajer layanan pelanggan membuat, menetapkan, dan mengelola berbagai permintaan atas layanan dari pelanggan. *Software call centre* mengirimkan semua panggilan ke para staf dukungan untuk pelanggan berdasarkan pada keahlian serta otoritas mereka untuk menangani permintaan layanan tertentu. *Software help desk* membantu para staf layanan untuk pelanggan membantu para pelanggan yang memiliki masalah dengan suatu produk atau jasa, dengan memberi data layanan dan saran yang relevan untuk mengatasi masalah tersebut. Layanan mandiri berbasis web memungkinkan para pelanggan mengakses dengan mudah informasi pendukung pribadi di situs web perusahaan dengan tetap memberi mereka pilihan untuk menerima bantuan lebih jauh secara online atau melalui telepon dari personel layanan pelanggan.

Menurut Kenneth E.Kendall dan Jullie F.Kendall(2011:36) SDLC adalah pendekatan bertahap untuk analisis dan desain yang menyatakan bahwa sistem yang terbaik dikembangkan melalui penggunaan siklus analisis tertentu dan kegiatan pengguna.



Gambar 2. Model SDLC

### 3.ANALISIS SISTEM YANG BERJALAN

Perusahaan: PT. XYZ. Bergerak dibidang maskapai penerbangan. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah dengan melakukan wawancara langsung dengan pihak Marketing Communication PT. XYZ dan melakukan observasi langsung terhadap dokumen-dokumen yang dibutuhkan

### 3.1.Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah bertemu langsung dengan pihak PT XYZ dengan mengumpulkan masalah-masalah yang timbul berkenaan dengan topik penulis, lalu penulis menyimpan beberapa pertanyaan yang akan diajukan kepada pihak perusahaan dalam proses wawancara.

Penulis juga menanyakan hal yang berkaitan langsung kepada manajemen pelanggan yang nantinya informasi tersebut dapat berguna bagi penulis dalam menentukan sistem baru yang akan dibuat.

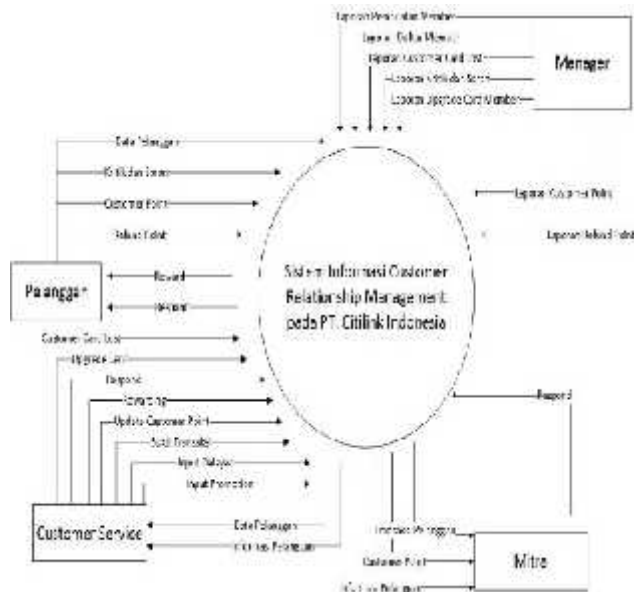
1. Observasi:Penulis melakukan observasi langsung ke bandara Soekarno Hatta untuk melihat secara langsung keadaan pihak manajemen XYZ menanggapi keluhan serta pertanyaan dari pelang-gannya.
2. Kuesioner: Penulis melakukan tahap kuesioner dimana penulis ingin mengetahui ekspektasi masyarakat dengan pelayanan yang diberikan kepada pihak maskapai dan bagaimana tanggapan masyarakat kepada pihak maskapai. Apakah dengan mengimplementasikan Customer Relationship Management di perusahaan dapat berdampak baik atau buruk.

## 4.PERANCANGAN SISTEM YANG DIUSULKAN

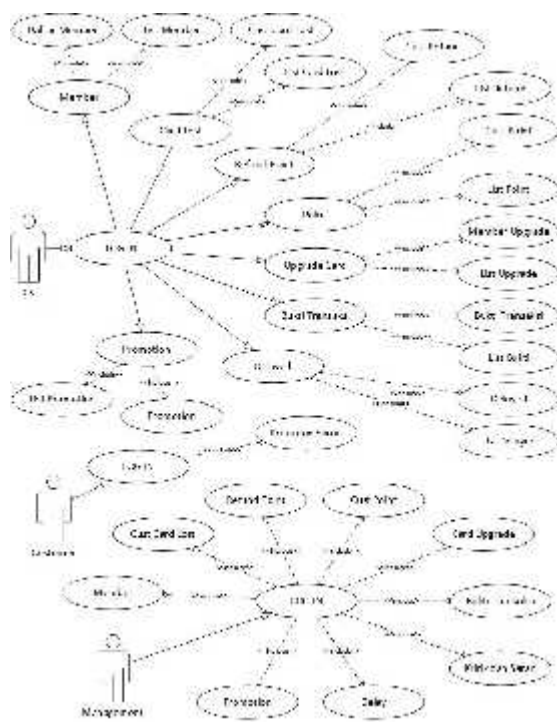
### 4.1.Rancangan Sistem

Sistem informasi yang dirancang berhubungan dengan intensitas eksternal dan internal seperti *customer, customer service, manajemen, merchant, general manager*.

Mereka yang terlibat dalam rancangan sistem adalah pihak manajemen, bagian customer service, pelanggan dan mitra yang memiliki keterkaitan dengan sistem.



Gambar 3. Use Case Diagram



Gambar 4. Use Case Diagram

## 4.2. Rancangan Basis Data

### 1. Diagram NOL 1.0

- a. Daftar member = ID Member + Sapaan + Nama Depan + Nama Belakang + Tanggal Lahir + Kewarganegaraan + E-Mail + No Telepon + No Telepon Kantor + Alamat + Negara + {Jenis Kartu Member} + Kota + Status + Point
- b. List Member = ID Member

### 3. Diagram NOL 2.0

- a. Customer Card Lost = Kode Lost + ID Member + Nama Depan + Nama Belakang + Tanggal Lahir + No KTP + Kewarganegaraan + No Telepon + Alamat + Email + Negara + Tanggal Hilang + Tanggal Lapor + { Jenis Kartu Member }
- b. List Customer Card Lost = Kode Lost + ID Member

### 4. Diagram NOL 3.0

Customer Critics and Suggestion = Kode Kritik + ID Member + Nama Depan + Nama Belakang + Tanggal Kritik + Kritik + { Jenis Kartu Member }

### 5. Diagram NOL 4.0

- a. Customer Refund Point = Kode Refund + ID Member + Nama Depan + Nama Belakang + NO Telepon + E-Mail + Alamat + Negara + Kewarganegaraan + { Jenis Kartu Member } + Penukaran + Point
- b. List Refund Point = Kode Refund + ID Member

### 6. Diagram NOL 5.0

- a. Customer Point = Kode Customer Point + ID Member + Nama Depan + Nama Belakang + No Telepon + E-Mail + Alamat + Negara + Kewarganegaraan + { Jenis Kartu Member } + Ditukarkan dari + Point
- b. List Customer Point = Kode Customer Point + ID Member

### 7. Diagram NOL 6.0

- a. Upgrade Member = Kode Upgrade + ID Member + Nama Depan + Nama Belakang + No Telepon + Alamat + E-Mail + Negara + {Jenis Kartu Member } + Kewarganegaraan + Status

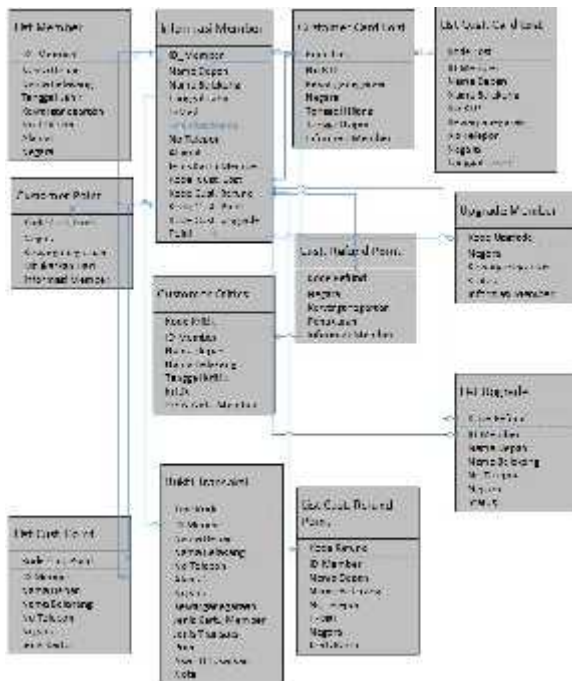
- b. List Upgrade Member = Kode Upgrade + ID Member

8. Diagram NOL 7.0

- a. Delayed = Kode Penerbangan + Nama Pesawat + Arrive + Departure + Tanggal + Jenis Pesawat + Jam Penerbangan.
- b. List Delayed = Kode Penerbangan

9. Diagram NOL 8.0

- a. Promotion = Kode Promo + Nama Promo + Tanggal Berlaku + {Jenis Kartu Member }.
- b. List Promotion = Kode Promo + Nama Promo.



Gambar 5. Entity Relationship Diagram

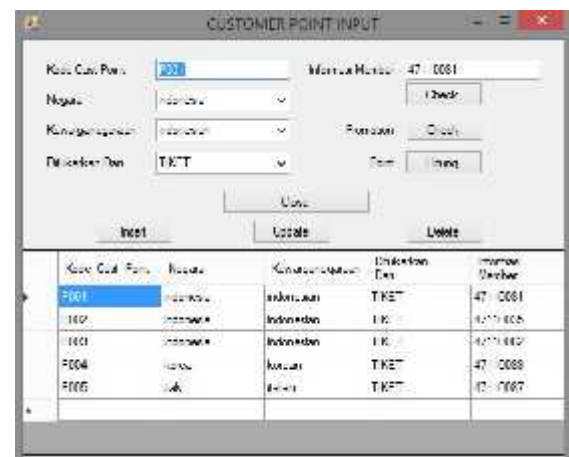
5.IMPLEMENTASI SISTEM

Pada rancangan ini terdapat 3 menu utama yang terdiri dari: Menu Master, Customer Service dan Laporan. Menu master dikelola oleh admin. Customer Service adalah menu untuk mengelola pelanggan. Pada tampilan *customer service*, user akan melihat beberapa pilihan menu yang terdiri dari: Menu member adalah menu member sebagai pelanggan yang akan mendaftarkan diri sebagai member maskapai PT XYZ, menu card lost dimana member yang secara sengaja/tidak sengaja menghilangkan kartu

member, menu refund point dimana member akan melakukan penukaran point dengan syarat dan ketentuan yang telah diberlakukan oleh pihak maskapai, menu point dimana pelanggan akan melakukan penambahan point yang nantinya akan dikumpulkan untuk penukaran point, menu card upgrade dimana member akan memperbaharui tingkatan member yang nantinya akan mendapatkan fasilitas lebih dari tingkatan member sebelumnya, bukti transaksi dimana pelanggan akan mendapatkan bukti yang telah dilakukan oleh pelanggan dan dimasukan secara otomatisasi oleh customer service, menu delay adalah menu yang akan memasukan data-data mengenai penerbangan yang terhambat yang nantinya akan dimasukan oleh customer service dan dibuatkan laporan untuk pihak management, menu promotion adalah menu yang akan dimasukan oleh customer service dimana nantinya data-data mengenai promosi akan dimasukan dalam database untuk dibuatkan pelaporan.



Gambar 6. Refund Point



Gambar 7. Customer Point Input

## 6.SIMPULAN

Dengan adanya proses pembuatan Sistem Pelanggan maka dapat disimpulkan

1. Dengan pengimplementasian sistem pendataan pelanggan berpotensi sehingga perusahaan dengan mudah melakukan penawaran terhadap pelanggan.
2. Memberikan penghargaan terhadap pelanggan menjadi bagian dari pelayanan atas kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan.
3. Tersedianya penyampaian kritik dan saran yang membangun bagi perusahaan
4. Telah tersedianya pelaporan pelanggan PT. XYZ INDONESIA yang memungkinkan pihak manajemen dalam pengambilan keputusan.

## 7.REKOMENDASI

Berikut adalah beberapa hal yang dapat penulis Rekomendasikan dari hasil penelitian ini untuk upaya perbaikan kedepan:

1. Perlunya pengembangan terhadap sistem pelanggan CitiWays yang masih menggunakan sistem offline sehingga tidak memungkinkan penggunaan sistem dalam jarak jauh.
2. Fitur-fitur sistem CRM masih standart sehingga perlunya penambahan fitur sesuai dengakebutuhan yang terjadi.

## 8.DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Buttle, Francis, Customer Relationship Management, Edisi ke-1, Elsevier;Bayumedia.
- [2]. Hoffer, Jeffrey A., Mary B.Prescott, dan Fred R.McFadden, Modern Database Management, Edisi ke-7, New Jersey;Pearson.
- [3]. Irawan D., Handi, MBA.Mcom, 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, Jaka-rta; PT Elex Media Komputindo.
- [4]. Kendall, Kenneth E., dan Jullie E.Kendall, Systems Analysis and Design, Edisi ke-8, England;Pearson.
- [5]. Kroenkoe, David M., dan David J.Auer, Database Concepts, Edisi ke-4, New Jersey; Pearson.
- [6]. Laudon, kenneth C., dan Jane P.Laudon (2014), Management Information Systems: Managing the Digital Firm, Edisi ke-13, Jakarta; Salemba Empat.
- [7]. Mallach, Efrem G.(2010), Decision Support and Data Warehouse Systems, Edisi International 2000, Singapore;Mc Graw-Hill.
- [8]. McLeod,Jr,Raymond., dan George P.Schell, Management Information Systems, Edisi ke-10, Jakarta; Sa-lemba Empat.
- [9]. O.Briend, James A.(2005), Introduction to Information Systems, Edisi ke- 12, Jakarta;Salemba Empat.