

RANCANGAN *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM)* PADA PT. CIPTA MULTI PERSADA

Muhammad Yusuf Saputra¹, Ita Novita^{2*}

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, DKI Jakarta, Indonesia

Email: ¹*1812501144@student.budiluhur.ac.id, ²*ita.novita@budiluhur.ac.id,

(* : corresponding author)

Abstrak- Pada era globalisasi yang canggih, pembuatan statistik sangat penting bagi banyak jenis aktivitas, tetapi khususnya penting bagi perusahaan komersial. Faktor pembuatan catatan memiliki kapasitas untuk memberikan kontribusi yang signifikan dan ramah lingkungan. Meskipun demikian, masih banyak bisnis yang belum mengintegrasikan teknologi dalam operasi sehari-hari mereka. Selama bisnis ini berjalan, belum ada cara mudah untuk mengetahui dan meningkatkan kepuasan pelanggan, seperti media bagi pelanggan untuk memberikan kritik dan saran, atau cara bagi pelanggan memesan dari jauh secara *online*. Faktor-faktor tersebut merupakan masalah yang akan diatasi dalam penelitian ini menggunakan konsep dari sistem *Customer Relationship Management (CRM)*. Dalam konsep ini, yakni *retain* sebagai konsep untuk mempertahankan pelanggan dan metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan analisis dokumen.

Kata Kunci: *Electronic Customer Relationship Management, Retain, Alat Kesehatan*

ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DESIGN AT PT. CIPTA MULTI

Abstract- *In the current era of globalization, information technology plays an important role in all types of activities, especially in the business sector. Because the features obtained from information technology can contribute effectively and efficiently. However, there are still many companies that have not implemented technology into business processes. As long as this business is running, there is no easy way to find out and increase customer satisfaction, such as a medium for customers to provide criticism and suggestions, or a way for customers to order remotely online. These factors are problems that will be addressed in this research using Customer Relationship Management (CRM) concepts and systems. In this concept, namely Retain as a concept to retain customers. And the data collection methods used are observation, interviews and document analysis.*

Keywords: *Electronic Customer Relationship Management, Retain, Medical Devices*

1. PENDAHULUAN

Online shop atau toko online telah menjadi hal yang umum di Indonesia dan saat ini banyak dibicarakan oleh sebagian besar masyarakat. [1] Bersama dengan toko belanja tradisional, pengecer daring menjadi “tujuan belanja” lain bagi masyarakat Indonesia karena berbagai keuntungan belanja daring dan beragamnya produk dan layanan yang tersedia [2]. Pengecer *online* saat ini dipaksa untuk bersaing dengan cara menyajikan barang-barang mereka dengan cara yang menarik klien [3] Namun, CRM memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan tren *online shopping* yang sedang berkembang di kalangan masyarakat Indonesia karena kemudahan penggunaannya.

Customer Relationship Management (CRM) mengacu pada kegiatan-kegiatan yang meningkatkan kepuasan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan untuk meningkatkan keuntungan usaha, seperti memberikan kemudahan dalam pelayanan bagi pelanggan [4]. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan sebuah sistem *Customer Relationship Management (CRM)*.

PT. Cipta Multi Persada adalah sebuah bisnis yang menjual perlengkapan peralatan kesehatan yang menjual kebutuhan medis dan non medis. Terletak di Pamulang Kota Tangerang Selatan, bisnis ini sedang mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dengan ramainya pesanan dari konsumen, karena kepuasan membantu produsen dan distributor dengan cepat memanfaatkan peluang dengan mengaktifkan hubungan pelanggan langsung, layanan pelanggan yang skalabel dan berkualitas yang dipersonalisasi serta memantau kualitas pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan [5].

Oleh karenanya, berdasarkan pada penjelasan tersebut. Penulis mengusulkan sebuah perancangan *E-CRM* untuk menunjang perkembangan bisnis pada *PT. Cipta Multi Persada*, dengan berjudul: “*Rancangan Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) pada PT. Cipta Multi Persada*”.

2. METODE PENELITIAN

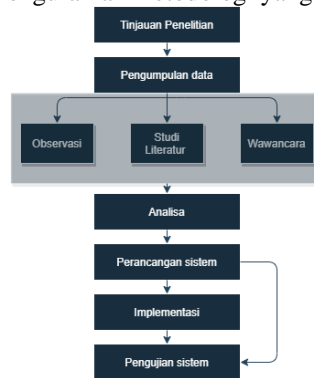
2.1 Identifikasi Masalah

Dalam pelaksanaan penelitian, terdapat beberapa proses yang dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan-kebutuhan pada *PT. Cipta Multi Persada*, yakni sebagai berikut:

- 1) Memahami masalah yang menjadi dasar dimulainya kegiatan penelitian.
- 2) Menggambarkan masalah pada proses bisnis berjalan dengan *fishbone diagram*, untuk memudahkan pemahaman mengenai sebab dan akibat terjadi masalah.
- 3) Mengidentifikasi masalah melalui hasil wawancara dan dokumen yang berkaitan.
- 4) Hasil identifikasi digambarkan ke dalam model *usecase diagram* dan *activity diagram*.
- 5) Membuat rancangan/*prototipe electronic relationship management*.

2.2 Tahapan Penelitian

Penelitian melibatkan beberapa langkah penting yang harus dilakukan secara sistematis. [6] Tahap-tahap pada gambar 1 berikut menguraikan metodologi yang diterapkan dalam penelitian ini.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

- a. Tinjau penelitian, awal dalam penelitian ini sebagai wadah untuk mengumpulkan data yang diperlukan oleh penulis. Tujuan dari ini untuk membantu *PT. Cipta Multi Persada* dalam meningkatkan pelayanan pelanggan.
- b. Proses pengumpulan data meliputi peninjauan jurnal akademik yang relevan, analisis pernyataan masalah, pelaksanaan tinjauan pustaka, dan pelaksanaan wawancara utama [7]. Metode-metode ini memastikan perolehan informasi yang berkualitas tinggi dan relevan..
- c. Analisis, proses bisnis yang telah diuraikan, dianalisa dan dibuat menjadi *fishbone diagram*. Diagram ini dibuat untuk mengidentifikasi jenis dan sumber masalah yang ada [8].
- d. Sistem *e-CRM* dirancang untuk memfasilitasi pemrosesan data yang efisien, yang menghasilkan informasi yang akurat dan pemantauan operasi sistem. Penulis menggunakan diagram untuk mengilustrasikan desain sistem *e-CRM* ini [9] meliputi:
 1. *Use Case Diagram*
Sebuah diagram *UML (Universal Modeling Language)* yang menggambarkan interaksi antara sistem dan pengguna (yang digambarkan sebagai aktor).
 2. *Activity Diagram*
Merupakan sebuah diagram *UML (Universal Modeling Language)* yang menggambarkan aktivitas apa saja yang terjadi dalam suatu kegiatan. Dengan kata lain, diagram ini menggambarkan proses-proses yang terjadi dalam sistem.
 3. *Sequence Diagram*

Diagram UML yang menggambarkan interaksi antara komponen sistem dari waktu ke waktu. Diagram ini menguraikan langkah-langkah yang diambil oleh sistem untuk menghasilkan interaksi yang direpresentasikan dalam diagram use case.

4. *Class Diagram*

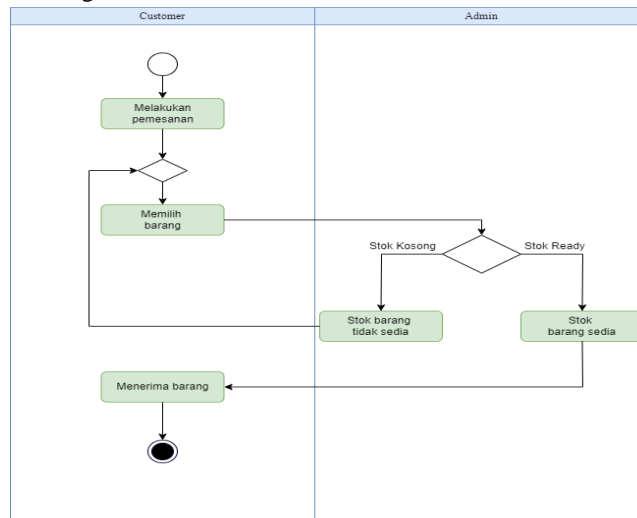
Diagram *UML* yang menampilkan struktur *classes* yang akan diperlukan oleh sistem usulan. Diagram ini menggambarkan relasi antar objek dalam sistem, beserta atribut dan metode, yang mana mewakili *class* yang diprogram.

- e. Untuk mengimplementasikan sistem, data harus dimasukkan setelah melalui analisis dan pemrosesan menyeluruh. Ini memastikan penerapan model yang andal, dengan demikian mempersiapkan sistem untuk penggunaan yang efektif [10].
- f. Tujuan pengujian sistem E-CRM adalah untuk menentukan apakah sistem beroperasi sebagaimana mestinya dan mematuhi spesifikasi desain [11]. [12] Pengujian sistem memverifikasi bahwa sistem yang dikembangkan mematuhi pedoman prosedural dan menilai fungsionalitas sistem E-CRM.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

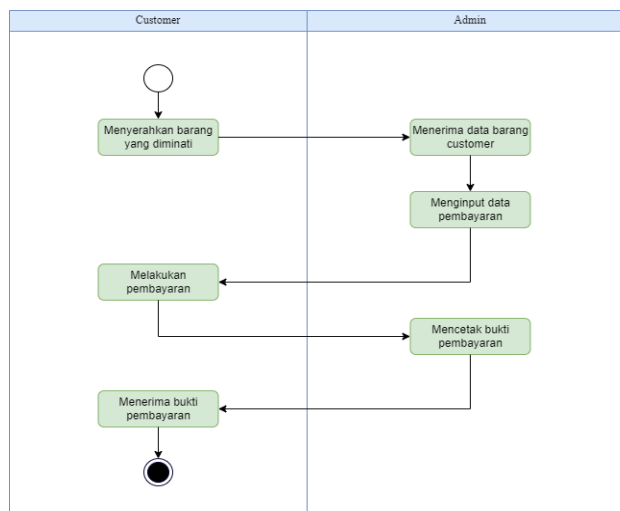
3.1 Analisa Proses Bisnis

a. Proses pemesanan barang



Gambar 2 Activity Diagram Proses Pemesanan Barang

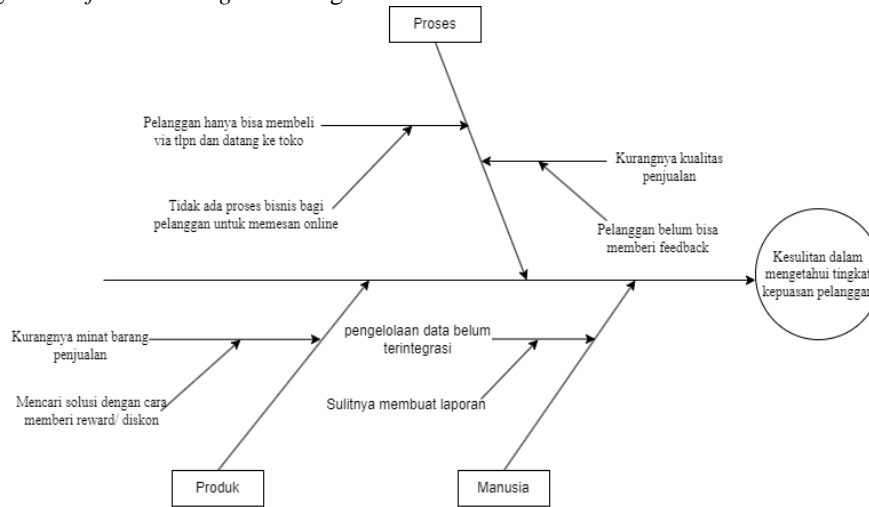
b. Proses transaksi dan pembayaran



Gambar 3 Activity Diagram Proses Bisnis Transaksi Dan Pembayaran

3.2 Analisa Masalah

Dalam menganalisa masalah yang terdapat dalam *PT. Cipta Multi Persada*, penulis menggunakan *fishbone diagram* sebagai berikut:

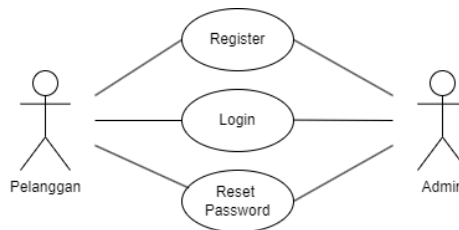


Gambar 4 Fishbone Diagram

3.3 Use Case Diagram

a. Use Case Diagram Login

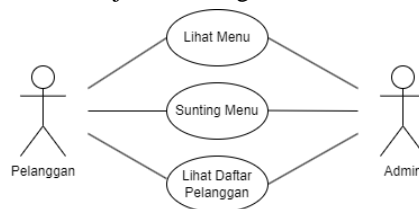
Use Case Diagram ini memaparkan bagian login, atau sistem yang terdapat digunakan oleh user/pelanggan dan admin.



Gambar 5 Use Case Diagram Login

b. Use Case Diagram Master

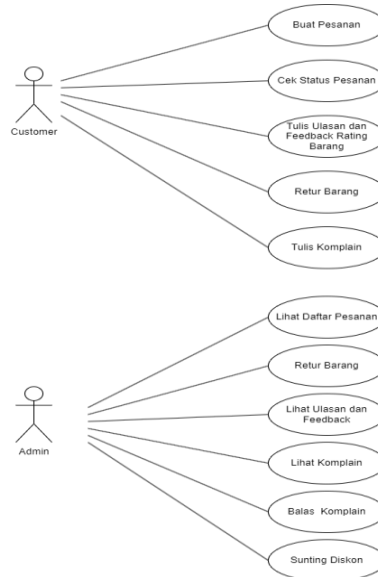
Use Case Diagram ini menggambarkan bagian *master*, atau bagian utama sistem berkaitan dengan data-data yang diperlukan untuk menjalankan kegiatan transaksi.



Gambar 6 Use Case Diagram Master

c. *Use Case Diagram Service*

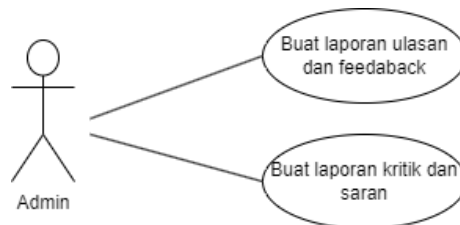
Use Case Diagram ini menggambarkan bagian *service*, atau bagian pelayanan yang terjadi sehari-hari dan bersifat transaksional.



Gambar 7 *Use Case Diagram Service*

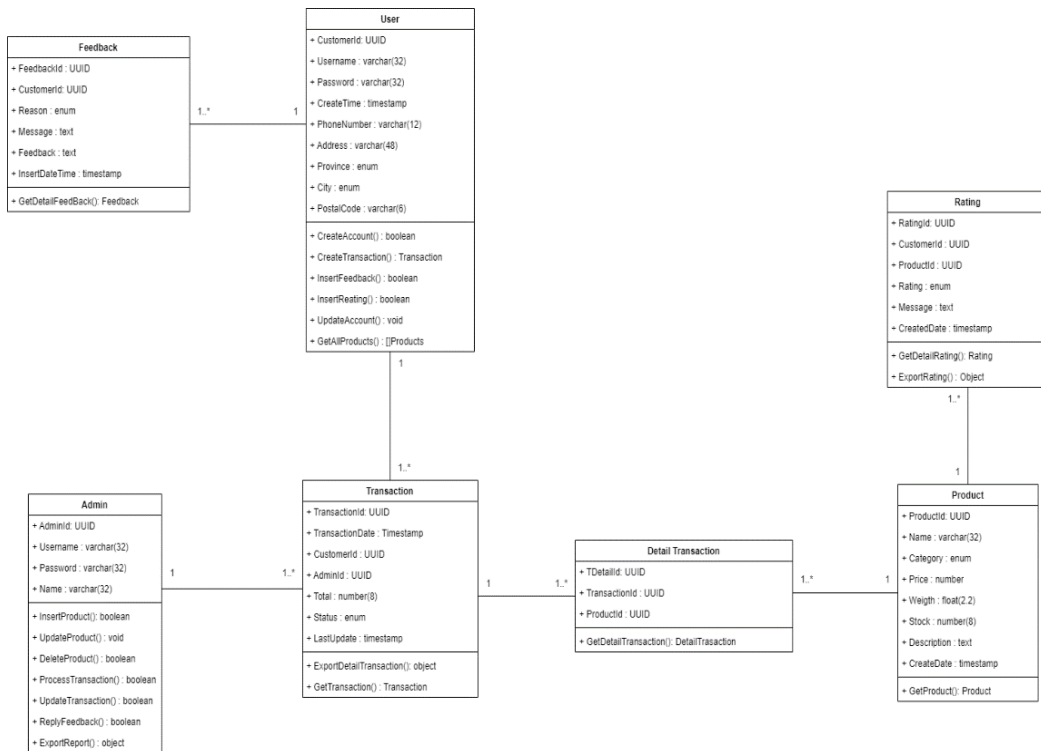
d. *Use Case Diagram Laporan*

Use Case Diagram ini menggambarkan bagian *laporan*, atau bagian pendataan yang terjadi pada sehari-hari dan bersifat *record*.



Gambar 8 *Use Case Diagram Laporan*

3.4 Class Diagram



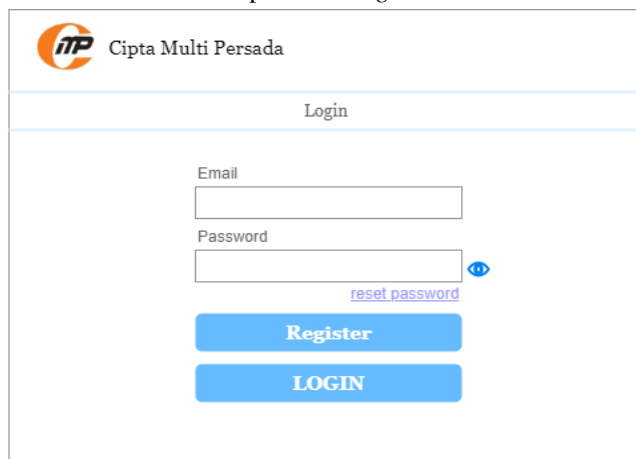
Gambar 9 Class Diagram

3.5 Hasil Implementasi Sistem

a. Tampilan layar *E-CRM PT. Cipta Multi Persada*

1. Tampilan layar *login*

Gambar 10 tampilan layar login. Setelah *user* telah *register*, maka *user* dapat melakukan login dengan cara memasukkan data-data pada saat *register*.



Gambar 10 Tampilan Layar *Login*

2. Tampilan layar *halaman utama*

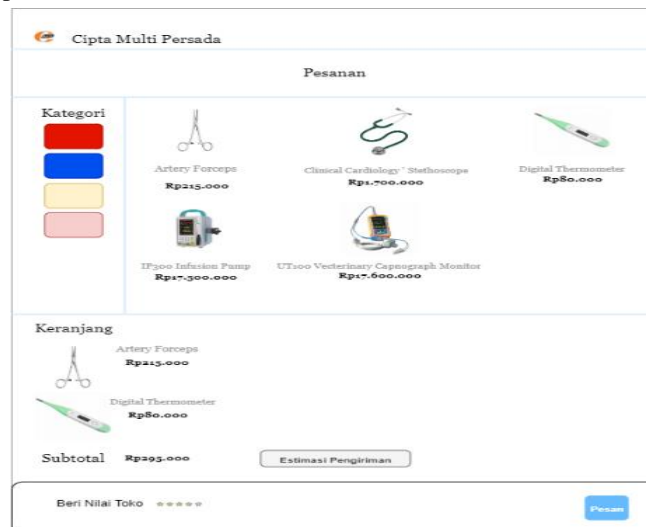
Gambar 11 tampilan layar *halaman utama*. Ditampilkan ini *user* dapat memesan barang yang diminatinya, selain itu tampilan ini terdapat berupa jenis barang, sub total yang harus dibayarkan oleh *user*.



Gambar 11 Tampilan Layar *Halaman Utama*

3. Tampilan layar *buat pesanan*

Gambar 12 tampilan layar *buat pesanan*. Ditampilkan *user* dapat menilai kualitas barang yang dijual oleh perusahaan.



Gambar 12 Tampilan Layar *Buat Pesanan*

4. Tampilan layar *ulasan*

Gambar 13 tampilan layar ulasan. Ditampilkan ini *user* dapat menilai kualitas barang yang dijual oleh perusahaan.



Gambar 13 Tampilan Layar *Ulasan*

5. Tampilan layar *kritik dan saran*

Gambar 14 tampilan kritik dan saran. Ditampilkan ini *user* dapat menilai kualitas pelayanan yang dikelola pada sistem *e-crm*, dan dapat penyampaian *user* kepada pihak perusahaan.



Gambar 14 Tampilan Layar *Kritik Dan Saran*

4. KESIMPULAN

Konsep *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) yang diterapkan oleh agensi ini memudahkan peningkatan hubungan dengan pelanggan, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan di PT. Cipta Multi Persada. Halaman menu terperinci menyertakan alat yang memungkinkan klien baru dan lama untuk memberikan umpan balik tentang layanan perusahaan, termasuk ulasan, komentar, kritik, dan saran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada *PT. Cipta Multi Persada* karena telah mengizinkan penggunaan bisnis mereka sebagai lokasi penelitian dan menyediakan semua data yang diperlukan untuk menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Erawati (2019). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Dengan Pendekatan Metode Waterfall. *Jurnal Media Informasi Budidarma*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.30865/mib.v3i1.987> .
- [2] Lubangaol, Matrin Halomoan (2020). Rancangan Bangun Sistem Informasi Penjualan dan Penyewaan Properti Berbasis WEB Di Kota Batam. *Jurnal Comasie*, 01(03), 83-92.
- [3] GilGomez et al. (2019) “Research model for measuring the impact of customer relationship management (CRM) on performance indicators,” *Econ. Res. Istraz*, vol.34, no.1, 2019, doi:10.1080/1331677X.2019.1836992.
- [4] Qomariah L.N. (2021). Penerapan Customer Relationship Management Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Pelayanan di Sekolah Menggunakan Framework Of Dynamic. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- [5] Huda A.A. (2021). 10 Hari Mengusai Object Oriented Programming, 1st edn. Yogyakarta: Deepublish. Available at: https://book.google.co.id/books?id=To4gEAAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&dq=object+oriented+programming.
- [6] Henderi Raharja, U. And Rahwanto, E. (2021). UML Powered Design System Using Visual Paradigm. 1st edn. Malang: Literasi Nusantara Abadi.
- [7] Syarif, M. And Nugraha, W. (2020). ‘Pemodelan Diagram UML Sistem Pembayaran Tunai Pada Transaksi E-Commerce’, *Jurnal Teknik Informatika Kaputama (JTik)*, 4(1), p. 70 halaman. Available at: <https://jurnal.kaputama.ac.id/index.php/JTIK/article/view/240>.
- [8] Alda, M. (2021). *Rekayasa Perangkat Lunak Berorientasi Objek*. 1st edn. Bandung: Media Sains Indonesia.
- [9] Candrianto (2021). *Kepuasan Pelanggan: Suatu Pengantar*. 1st edn. Edited by M.R. Aqli. Malang: Literasi Nusantara.
- [10] Rahayu (2021). *Manage Customer Loyalty*. 1st edn. Jakarta: Universitas Prof. Moestopo.
- [11] Yofhanda Septi Eirlangga, Aldo Eko Syaputra (2024). Implementasi E-CRM untuk Pemesanan Tiket Travel Pada PT. Nice Trans Group. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi*, 2024. vol.5. no.2, 145-154. <https://jsisfotek.org/index.php>.
- [12] Mutia Hannisyah Putri Lubis, Havid Syafwan, Prstiyanicia Putri (2023). Implementasi E-CRM Dalam Mempertahankan Pelanggan Pada Toko Key Distro Kisaran. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Nusantara*. vol. 1, no.2 51-57. <https://jurnal.padangtekno.com/index.php/jimnu> .