

## PENERAPAN *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM)* PADA THE MEDIA HOTEL AND TOWER

Najmiati<sup>1)</sup>, Hestya Patrie<sup>2)</sup>

<sup>1</sup>Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur  
<sup>1,2</sup>Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260  
E-mail : [najmiajayadi@gmail.com](mailto:najmiajayadi@gmail.com)<sup>1)</sup>, [hestya.patrie@budiluhur.ac.id](mailto:hestya.patrie@budiluhur.ac.id)<sup>2)</sup>

### Abstrak

*The Media Hotel and Tower merupakan hotel dengan segmen customer cenderung pada tamu bisnis dan pemerintahan. Cara melakukan pendekatan pada customer dan pemberian pelayanan yang baik akan sangat berpengaruh pada kepuasan pelayanan dan loyalitas customer. Dengan pengimplementasian E-CRM pada The Media Hotel and Tower akan sangat membantu dalam menjalin hubungan yang baik dengan customer yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas customer pada The Media Hotel and Tower. Customer Relationship Management merupakan suatu strategi yang digunakan perusahaan dalam menjalin dan menjaga hubungan baik dengan customer, hal ini ditujukan agar customer merasa puas atas layanan yang diberikan oleh perusahaan dan pada akhirnya menjadi customer tetap dari perusahaan. E-CRM (Electronic Customer Relationship Management) sendiri merupakan perkembangan dari CRM, E-CRM ditekankan pada penggunaan media elektronik online dan offline untuk mengelola data customer.*

**Kata kunci:** penerapan *electronic customer relationship management (e-crm)*, prototype, hotel.

### 1. PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Peran *customer* dalam perkembangan bisnis sebuah perusahaan sangatlah *vital*, terkadang banyaknya *customer* pada sebuah perusahaan dapat menjadi indikator keberhasilan perusahaan itu sendiri. Demi mendapatkan keuntungan yang besar sebuah perusahaan harus bisa mendapatkan *customer* sebanyak mungkin, selain itu perusahaan juga harus dapat mempertahankan loyalitas *customer-customer* tersebut untuk mempertahankan atau memperbesar keuntungan yang bisa didapat, dalam hal ini aplikasi *E-CRM* akan sangat membantu perusahaan untuk menjalin hubungan yang baik dengan *customer*. *Customer Relationship Management* merupakan suatu strategi yang digunakan perusahaan dalam menjalin dan menjaga hubungan baik dengan *customer*, hal ini ditujukan agar *customer* merasa puas atas layanan yang diberikan oleh perusahaan dan pada akhirnya menjadi *customer* tetap dari perusahaan. *E-CRM (Electronic Customer Relationship Management)* sendiri merupakan perkembangan dari *CRM*, *E-CRM* ditekankan pada penggunaan media elektronik *online* dan *offline* untuk mengelola data *customer*.

*The Media Hotel and Tower* merupakan hotel dengan segmen *customer* cenderung pada tamu bisnis dan pemerintahan. Cara melakukan pendekatan pada *customer* dan pemberian pelayanan yang baik akan sangat berpengaruh pada kepuasan pelayanan dan loyalitas *customer*. Dengan pengimplementasian *E-CRM* pada *The Media Hotel and Tower* akan sangat membantu dalam menjalin hubungan yang baik dengan *customer* yang pada

akhirnya akan meningkatkan loyalitas *customer* pada *The Media Hotel and Tower*.

#### 1.2. Studi Literatur

*Management* Menurut Buttle dan Maklan [1] *Customer Relationship Management* ialah: "Proses mengelola semua aspek interaksi perusahaan dengan pelanggan, penjualan, layanan. Aplikasi *CRM* berusaha memberikan pemahaman serta meningkatkan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan dengan menggabungkan semua pandangan tentang interaksi *customer* menjadi satu gambaran."

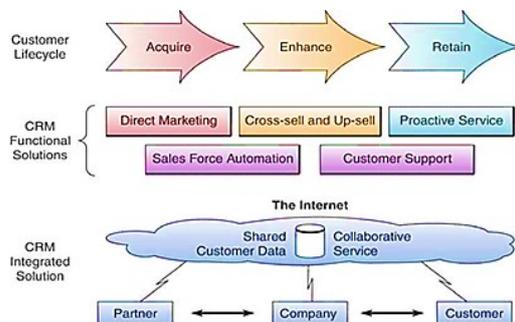
Sedangkan Hasibuan [2] mendefinisikan bahwa *Customer Relationship Management* adalah: "Suatu strategi yang diimplementasikan secara luas untuk mengelola interaksi perusahaan dengan pelanggan, klien, dan prospek-prospek penjualan, dengan menyertakan penggunaan teknologi untuk mengorganisir, mengotomatiskan, dan menyinkronkan proses bisnis, khususnya aktivitas-aktivitas penjualan termasuk pemasaran, pelayanan pelanggan, dan dukungan teknis dengan membangun wadah pelanggan (*customer interface*) dan *feedback management*."

Maka dapat disimpulkan secara umum bahwa *customer Relationship Management* ialah suatu strategi bisnis yang berfokus kepada pelanggan, sehingga perusahaan mendapatkan nilai tambah dimata pelanggan yang menyebabkan pelanggan menjadi loyal dan melakukan pembelian ulang atas produk maupun jasa dari perusahaan yang menimbulkan profit bagi perusahaan.

Menurut Laudon dan Traver [3] *Electronic Customer Relationship Management* merupakan adalah gudang informasi pelanggan yang mencatat semua kontrak yang pelanggan punya dengan perusahaan dan menghasilkan profil pelanggan yang tersedia untuk semua orang dalam perusahaan dengan keperluan untuk mengetahui pelanggan.

### 1.3. Tahapan Customer Relationship Management

CRM sebagai sistem yang terintegrasi dari perangkat lunak website dan database yang mengutamakan pelanggan, O'Brien dan Markas [4] menggambarkan 3 (tiga) fase yang mendukung hubungan antara perusahaan dengan pelanggan.



Gambar 1. Tahapan Customer Relationship Diagram

#### a) Acquire

Membantu perusahaan untuk memperoleh pelanggan baru dengan melakukan pekerjaan yang unggul dari manajemen kontak, penjualan yang berpotensi, penjualan, pemasaran langsung, dan pemenuhan permintaan pelanggan yang bergantung pada perangkat lunak CRM dan database. Fungsi CRM ini membantu pelanggan mendapatkan nilai dari produk unggulan yang ditawarkan perusahaan.

#### b) Enhance

Dengan penggunaan website CRM membantu untuk memberikan kepuasan pelanggan dengan pelayanan yang unggul dari respon yang disampaikan oleh perusahaan, baik dari pihak penjualan, spesialis pelayanan dan mitra bisnis perusahaan. otomatisasi pemasaran CRM membantu perusahaan melakukan *cross-selling* dan *up-selling* dengan menawarkan harga yang menarik untuk memberikan rasa nyaman pelanggan, sehingga akan meningkatkan keuntungan perusahaan.

#### c) Retain

Perangkat lunak analitis CRM dan database membantu perusahaan untuk mengidentifikasi dan memberikan penghargaan bagi pelanggan yang paling setia serta memperluas bisnis perusahaan melalui target pemasaran dan program hubungan pelanggan. Sehingga pelanggan dapat merasakan hubungan yang lebih personal dengan perusahaan.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1. Identifikasi

Dalam penyusunan penelitian ini, terdapat beberapa proses yang dilakukan dalam identifikasi kebutuhan pada The Media Hotel and Tower diantaranya :

- Memahami masalah merupakan tahapan inialisasi dari kegiatan penelitian terhadap permasalahan yang dihadapi oleh The Media Hotel and Tower.
- Hasil identifikasi masalah pada proses bisnis berjalan digambarkan dengan *fishbone diagram*, dimana pada diagram tersebut akan terlihat sebab akibat terjadinya masalah.
- Menganalisa proses bisnis berjalan, mengidentifikasi masalah pada The Media Hotel and Tower berdasarkan hasil wawancara dan dokumen yang berkaitan, yang kemudian digambarkan ke dalam *rich picture*.
- Hasil identifikasi kebutuhan digambarkan dengan menggunakan model data dengan *use case diagram* dan *activity diagram*.
- Menggambarkan model sistem dengan *Entity Relationship Diagram* (ERD) kemudian ditransformasi menjadi *Logical Record Structure* (LRS).
- Membuat rancangan sistem dengan membuat *prototype Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM).

### 2.2. Metodologi Pengumpulan Data

Untuk menyelesaikan masalah yang ada di The Media Hotel and Tower, peneliti 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 :

#### a. Observasi

Penulis melakukan pengamatan langsung terhadap proses bisnis yang sedang berjalan The Media Hotel and Tower.

#### b. Wawancara

Pengumpulan data dengan cara bertatap muka langsung dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan mengenai proses bisnis yang sedang berjalan kepada *general manager*.

### 2.3. Teknis Analisa Data dan Penggunaan Tools

#### a. Analisa Proses Bisnis

Analisa proses bisnis pertama kali dilakukan dengan menguraikan proses bisnis. Kemudian dibuat *rich picture* dengan menggunakan *Microsoft Visio 2010*. Dalam *rich picture* tersebut akan menggambarkan proses bisnis berjalan pada saat ini di The Media Hotel and Tower.

#### b. Analisa Masalah



- 3 Kebutuhan : Komplain  
 Masalah : *Customer* melakukan komplain pada saat *Check in* sedang berlangsung ataupun setelah selesai *Check In* yang hanya dilakukan secara lisan dan dicatat kedalam bentuk *excel*. Sehingga mengakibatkan penanganan komplain menjadi lambat  
 Usulan : Dibuatkanlah *interface entry* komplain secara *online* melalui sistem *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)* yang dibuat dan staf perusahaan dapat menangani komplain dari setiap *customer*
- 4 Kebutuhan : Fitur Live Chat  
 Masalah : Sulitnya *customer* yang ingin berkomunikasi langsung dengan pihak hotel.  
 Usulan : Perlu dibuatkannya *interface live chat* antara pihak hotel dengan *customer* agar *customer* yang ingin berkomunikasi dengan pihak hotel menjadi lebih mudah.
- 5 Kebutuhan : Promo  
 Masalah : Saat ini *customer* yang ingin mendapatkan promo terbaru yang ditawarkan oleh pihak hotel harus mengecek *website* terlebih dahulu sehingga ketidakefektifan waktu.  
 Usulan : Perlu dibuatkan *interface online* berupa mengirimkan *sms* langsung ke *customer*.

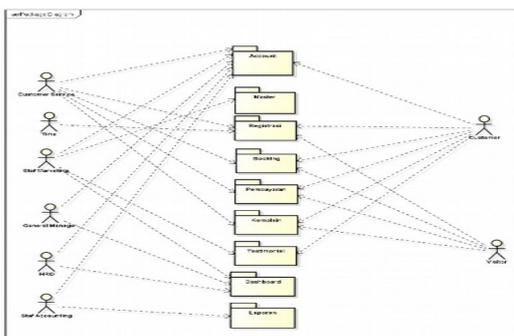
**3.5. Perancangan Sistem**

Model sistem merupakan pemodelan yang dirancang dari hasil identifikasi kebutuhan yang terdapat pada tahapan sebelumnya.

1) Use Case Diagram

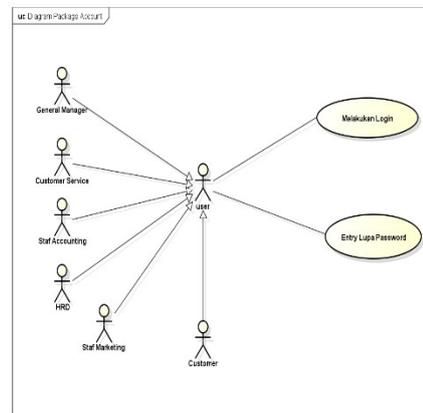
Use case diagram menggambarkan sebuah interaksi antara actor dengan sistem. Use case diagram dibuat oleh peneliti disesuaikan dengan identifikasi kebutuhan pada tahapan sebelumnya.

a) Use Case Package Diagram



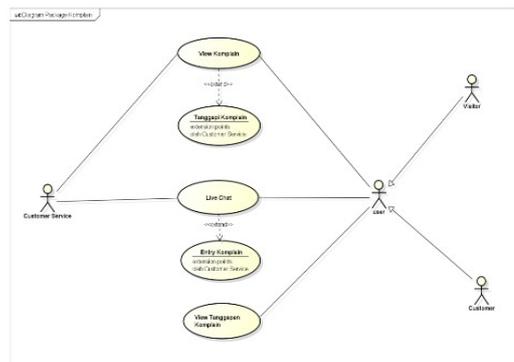
Gambar 4. Use Case Package Diagram

b) Use Case Diagram Package Account



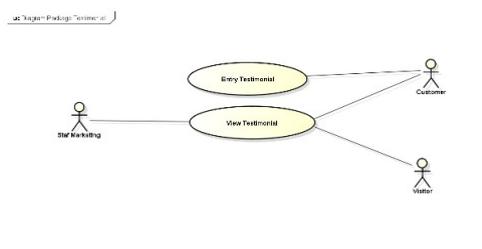
Gambar 5. Use Case Diagram Package Account

c) Use Case Diagram Package Komplain



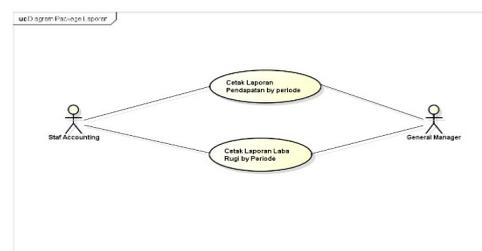
Gambar 6. Use Case Diagram Package Komplain

d) Use Case Diagram Package Testimonial



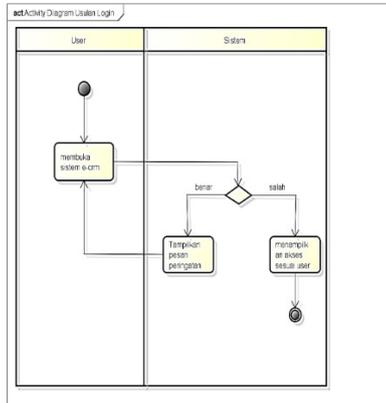
Gambar 7. Use Case Diagram Package Testimonial

e) Use Case Diagram Package Laporan



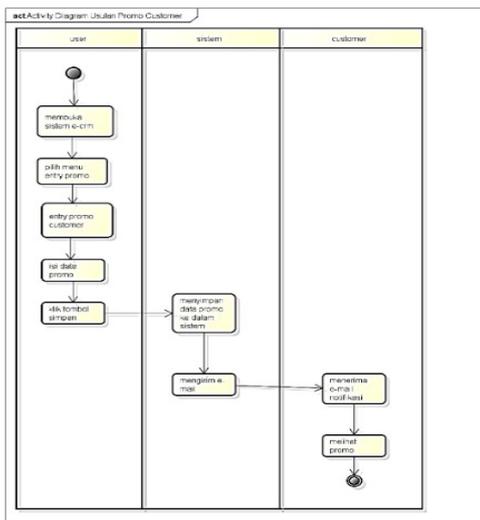
Gambar 8. Use Case Diagram Package Laporan

2) Activity Diagram Usulan  
 a) Activity Diagram Usulan Login



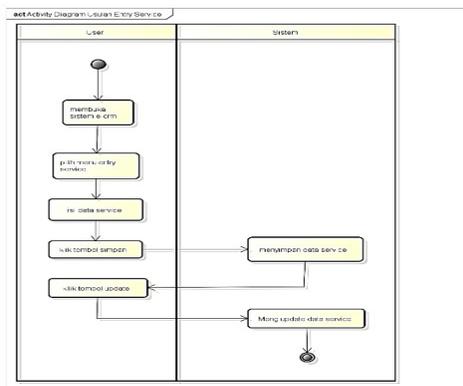
Gambar 9. Activity Diagram Usulan Login

b) Activity Diagram Usulan Promo Customer



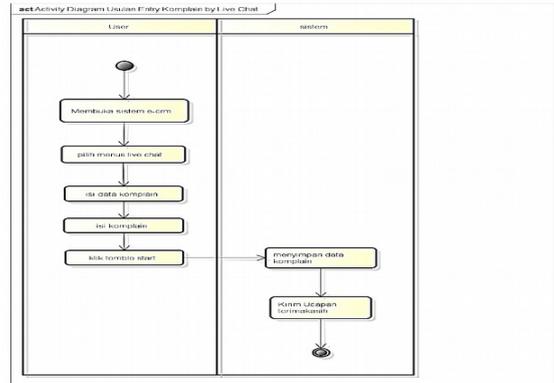
Gambar 10. Activity Diagram Usulan Promo Customer

c) Activity Diagram Usulan Entry Service



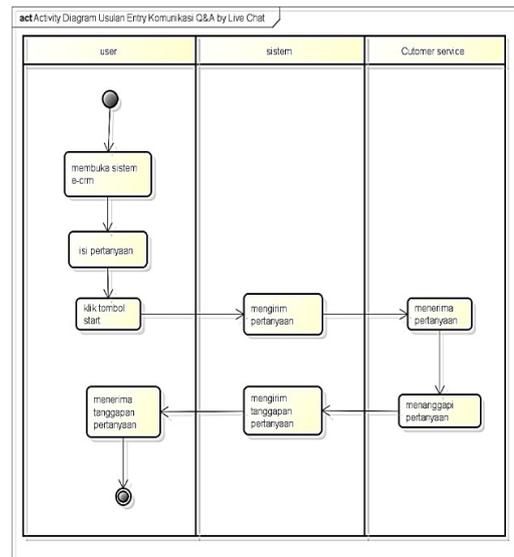
Gambar 11. Activity Diagram Usulan Entry Service

d) Activity Diagram Usulan Entry Komplain by Live Chat



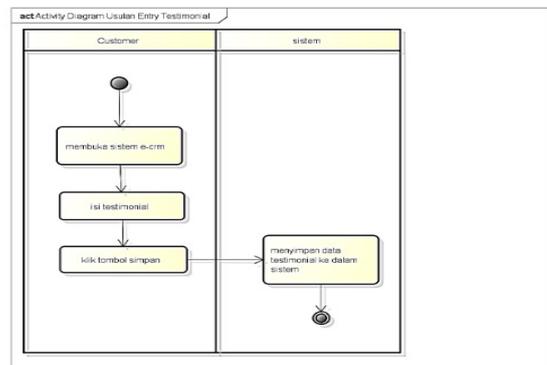
Gambar 12. Activity Diagram Usulan Entry Komplain Live Chat

e) Activity Diagram Usulan Entry Komunikasi Q&A by Live Chat



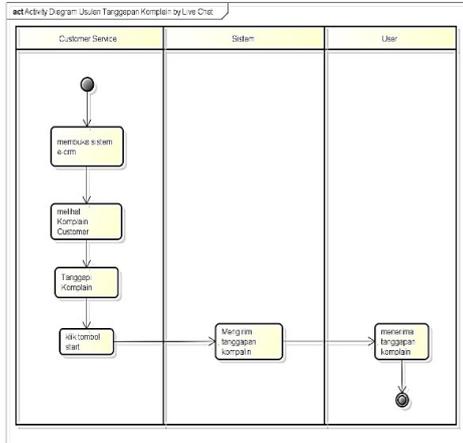
Gambar 13. Activity Diagram Usulan Tanggapan Komplain by Live Chat

f) Activity Diagram Usulan Entry Testimonial



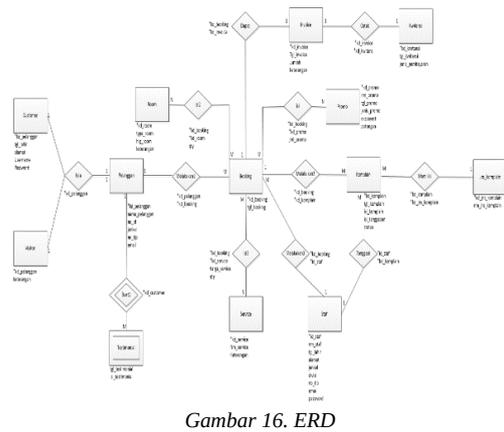
Gambar 14. Activity Diagram Usulan Entry Testimonial

g) Activity Diagram Usulan Tanggapi komplain by Live Chat

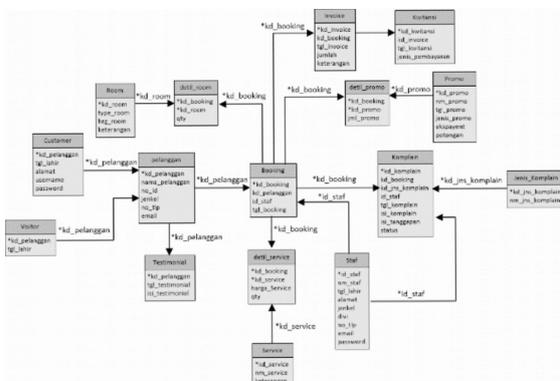


Gambar 15. Activity Diagram Usulan Entry Komunikasi Q&A by Live Chat

3) Model Data  
a) ERD



Gambar 16. ERD



b) Logical Record Structure (LRS)

Gambar 17. Logical Record Structure (LRS)

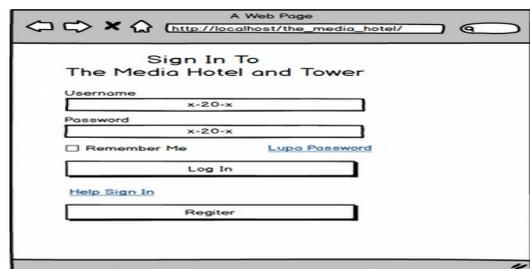
c) Rancangan Layar

1. Rancangan Layar Menu Utama



Gambar 18. Rancangan Layar Menu Utama

2. Rancangan layar Login Customer



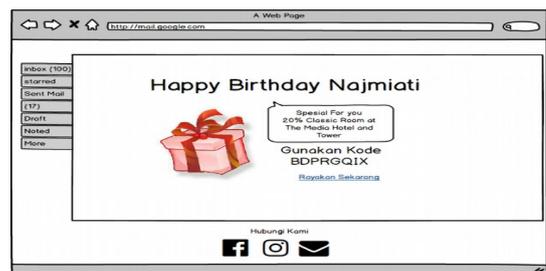
Gambar 19. Rancangan Layar Login Customer

3. Rancangan Layar View SMS Promo



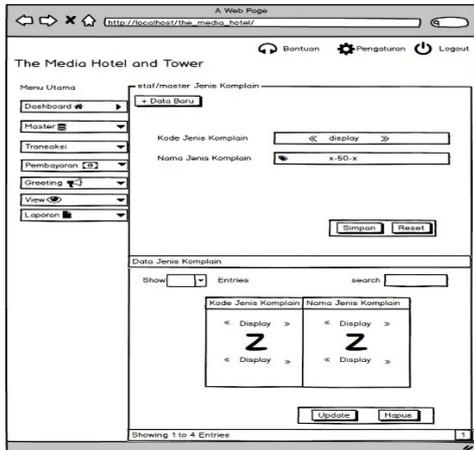
Gambar 20. Rancangan Layar View SMS Promo The Media Hotel and Tower

4. Rancangan layar view greeting Ucapan Ulang Tahun



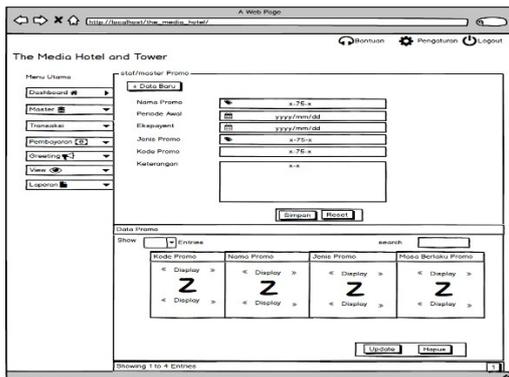
Gambar 21. Rancangan Layar View greeting The Media Hotel and Tower

5. Rancangan Layar Entry Jenis Komplain



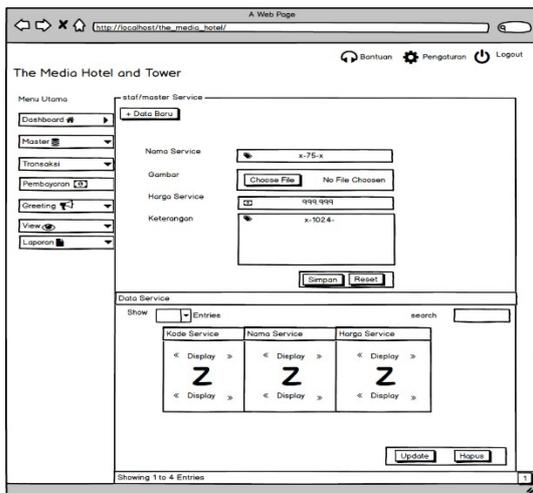
Gambar 22. Rancangan Layar Entry Jenis Komplain

6. Rancangan Layar Entry Promo

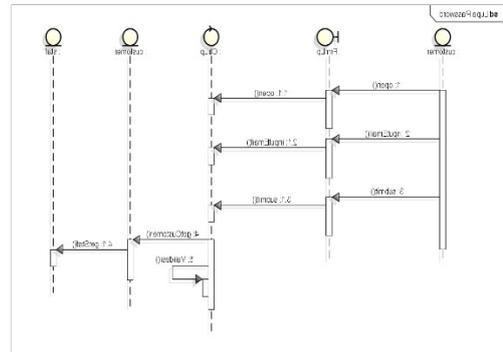


Gambar 23. Rancangan Layar Entry Promo

7. Rancangan Layar Entry Service

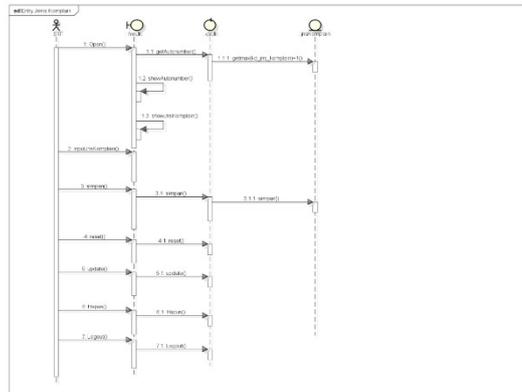


Gambar 24. Rancangan Layar Entry Service



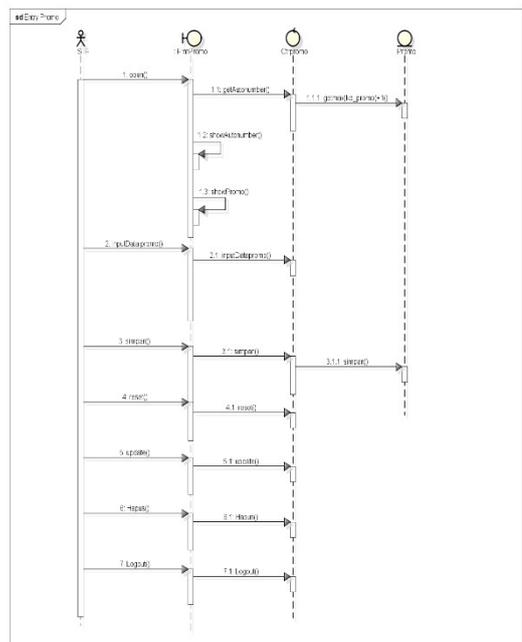
Gambar 25. Sequence Diagram Login Customer

2) Sequence Diagram Login Staf



Gambar 26. Sequence Diagram Login Staf

3) Sequence Diagram Entry Promo



Gambar 27. Sequence Diagram Entry Promo

- d) Sequence Diagram
- 1) Sequence Diagram Login Customer

- 4.) Sequence Diagram Entry Service



## 5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Buttle, F., & Maklan, S., 2015. *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies* (Third Edit). New York: Routledge.
- [2] Hasibuan, A., 2012. *Manajemen Perubahan*. Jakarta: CV.ANDI OFFSET.
- [3] Laudon dan Traver, 2012, *E-Commerce; business technology society, International Edition. USA: Addison Wesley*.
- [4] O'Brien & Markas., 2013. *Management Information System* (10 Edition). United States of America. McGraw Hill.
- [5] Akif, M., Prasetyo, Y. A., & Ambarsari, N. 2015. Pengembangan Aplikasi E-CRM Bojana Sari Menggunakan Metode Prototype. *EProceedings of Engineering*, 2(1), 1057–1070.
- [6] Buttle, F. 2012, *Customer Relationship Management Concept and Technologies* (Second).
- [7] Gaspersz, V., 2012. *All-in-one Marketing Excellence. Bogor: VinchristoPublication*.
- [8] Haryono, PM Budi., 2013. *How to Manage Customer Voice*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- [9] Helmers, Scott.A., 2013. *Step by Step Microsoft Visio 2013*. United States of America: Microsoft 2013.
- [10] Hidayat, R. 2014. Sistem Informasi Ekspedisi Barang Dengan Metode E-CRM Untuk Meningkatkan Pelayanan Pelanggan. *Sisfotek Global*, 4(2), 3.
- [11] Menparpostel RI.(1987).Keputusan Menteri Parpostel No. KM94/HK103/MPPT-87 Tahun 1987. Tentang KETENTUAN USAHA DAN PENGGOLONGAN KELAS HOTEL. Jakarta:Kementrian Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi.
- [12] Rosa A. S, & Shalahuddin, M. 2013. *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur Dan Berorientasi Objek*. Bandung: Informatika.
- [13] Saeger, A. de, & Feys, B. (2015). *The Ishikawa Diagram: Identify problems and take action* (First Edit).
- [14] Saputra, A. 2011. *Trik Kolaborasi CodeIgniter & jquery*. (Lukmanul Hakim, Ed.). Yogyakarta: Lokomedia.
- [15] Saputra, A., Subagio, R., T. dan Saluki. 2012. *Membangun Aplikasi E-Library untuk Panduan Skripsi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- [16] Sidik, B., 2012, *Pemrograman Web dengan PHP*. Bandung: Informatika.
- [17] Sugiarti, Y. 2013. *Analisis & Perancangan UML (Unified Modeling Language) Generated VB.6*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [18] Sukamto, R. A., dan Shalahudin, M. 2014, *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur Dan Berorientasi Objek*. Bandung: Informatika Bandung.
- [19] Sutabri, Tata. 2012. *Analisis Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Offset. *Technologies* (Third Edit). New York: Routledge.
- [20] Yakub. 2012. *Pengantar Sistem Informas*. Yogyakarta: Graha Ilmu.