

# PENGARUH *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PT. WIRASWASTA GEMILANG INDONESIA

Meidiana Almira Putri Aji<sup>1)</sup>, Bullion Dragon Andah<sup>2)</sup>

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

## *Abstrak*

*PT. Wiraswasta Gemilang Indonesia adalah perusahaan sektor industri yang memproduksi pelumas dalam negeri dengan kualitas terbaik dan harga terjangkau. PT. Wiraswasta Gemilang Indonesia resmi beroperasi 4 Maret 1996, meluncurkan produk pelumas nomor satu di Amerika, Pennzoil. Pennzoil kemudian dikenal sebagai produk pertama PT Wiraswasta Gemilang Indonesia. Setahun kemudian, produk Evalube diperkenalkan kepada konsumen. Segera saja Evalube disambut dengan baik. Namun seiring berjalannya waktu mulai terlihat berbagai masalah yang muncul pada PT. Wiraswasta Gemilang Indonesia yang menyebabkan penurunan penjualan pada PT. Wiraswasta Gemilang Indonesia. Hal ini disebabkan oleh customer yang kecewa karena penanganan komplain yang masih belum optimal karena kurangnya informasi untuk customer. Hal lainnya adalah keterlambatan penawaran dan kurangnya informasi produk untuk customer membuat customer berpindah ke pesaing lain. Maka untuk menangani masalah-masalah yang timbul pada PT. Wiraswasta Gemilang Indonesia penulis mengusulkan penerapan model E-CRM (Electronic Customer Relationship Management) yang akan mempertahankan customer yang ada dan akhirnya akan meningkatkan kembali penjualan pada PT. Wiraswasta Gemilang Indonesia.*

**Kata kunci:** E-CRM, komplain, penawaran, meningkatkan penjualan.

## 1. PENDAHULUAN

Pada masa bisnis saat ini, kepuasan pelanggan adalah kunci perusahaan dalam mengambil langkah untuk mengelola pemasaran dan merupakan salah satu kunci perusahaan untuk menaikkan pendapatan. Pelanggan yang puas akan melakukan *repeat-order*, pelanggan puas akan melakukan *feedback* atau timbal balik yang baik atau berbentuk masukan untuk perusahaan dalam menaikkan kualitas pelayanan maupun produk dan pelanggan puas pun akan mengajak pelanggan baru untuk membeli produk atau jasa perusahaan. Maka ada satu metode yang membahas dan mengontrol kepuasan pelanggan yang dinamakan *Customer Relationship Management* (CRM).

Komunikasi antar entitas bisnis semakin cepat mengakibatkan persaingan semakin ketat karena adanya perkembangan teknologi yaitu internet. Perusahaan harus mengadopsi CRM sebagai sarana untuk tetap dekat dalam arti menjaga komunikasi dengan pelanggan dan tidak kehilangan kontak dengan pelanggan baru, pelanggan lama maupun calon pelanggan.

PT. Wiraswasta Gemilang Indonesia adalah suatu perusahaan manufaktur yang memproduksi pelumas sejak tahun 1996. PT. Wiraswasta Gemilang Indonesia meluncurkan produk pelumas pertama yang terkenal di Amerika bernama Pennzoil. Kemudian PT. Wiraswasta Gemilang Indonesia memperkenalkan produk bernama Evalube dan terus memproduksi hingga sekarang. Namun PT. Wiraswasta Gemilang Indonesia memiliki kesulitan dalam mempertahankan pelanggan dikarenakan tidak

adanya informasi tentang kepuasan pelanggan maupun ketidakpuasan pelanggan. Kesulitan dalam menawarkan produk di waktu yang tepat ke pelanggan dan kesulitan dalam memperkenalkan produk-produk lain yang dimiliki perusahaan kepada pelanggan sehingga menyebabkan pelanggan berpindah ke pesaing lain dan menyebabkan pendapatan perusahaan menurun.

Dengan masalah tersebut, perusahaan membutuhkan suatu metode manajemen untuk mengontrol hubungan perusahaan dengan pelanggan atau yang disebut *Customer Relationship Management* (CRM) untuk mengontrol, menjaga dan memantau kepuasan pelanggan. Dengan ini maka PT. Wiraswasta Gemilang Indonesia dapat menjaga hubungan perusahaan dengan pelanggan. Dengan masalah yang berada di PT. Wiraswasta Gemilang Indonesia ini, penulis mengangkat topik yang berjudul “Analisa dan Perancangan *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada PT. Wiraswasta Gemilang Indonesia” sebagai bahan tugas akhir.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1. Identifikasi

Berikut adalah tahap-tahap yang dilakukan untuk memenuhi identifikasi kebutuhan pada PT. Wiraswasta Gemilang Indonesia:

#### a. Wawancara dengan Stakeholder

Tahap pertama untuk mengetahui permasalahan pada PT. Wiraswasta Gemilang Indonesia adalah dengan mewawancarai Bapak Satrio dari bagian IT yang ditunjuk perusahaan sebagai narasumber

penulis dan juga sebagai seseorang yang mengerti proses bisnis dan berjalannya perusahaan.

b. Analisa Proses Bisnis

Setelah melakukan wawancara terhadap stakeholder, penulis mulai menganalisa proses bisnis sesuai dengan yang diinformasikan oleh stakeholder.

c. Identifikasi Masalah

Dari hasil analisa proses bisnis, penulis menemukan masalah yang timbul di perusahaan dan mengidentifikasikannya ke berbagai poin masalah.

d. Analisa Dokumen Berjalan

Setelah mendapatkan poin-poin masalah penulis membandingkannya dengan dokumen-dokumen berjalan yang dimiliki perusahaan untuk mengetahui mana yang sudah ada dan belum.

e. Identifikasi Kebutuhan

Kemudian penulis mengidentifikasi poin-poin masalah ke bentuk kebutuhan sistem yang berbentuk dokumen masukan dan keluaran yang akan dihasilkan sistem.

f. Merancang Sistem Usulan

Tahap terakhir adalah merancang sistem usulan dengan hanya berupa *prototype* dari *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)*.

**2.2. Metode Pengumpulan Data**

Untuk mengatasi masalah yang terdapat pada PT. Wiraswasta Gemilang Indonesia, penulis memutuskan untuk memakai metode CRM dalam menyelesaikan masalah tersebut, maka dilakukanlah metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara

Pada metode ini, dilakukan wawancara secara tatap muka dan melalui media sosial WhatsApp dengan Bapak Satrio yang ditunjuk sebagai narasumber untuk penulis menanyakan permasalahan.

b. Observasi

Dengan informasi yang didapatkan dari narasumber, penulis melakukan pengamatan pada proses bisnis perusahaan yang dimulai dari pelanggan melakukan pemesanan produk.

c. Studi Kepustakaan

Setelah mendapatkan permasalahan penulis melakukan studi kepustakaan dengan membaca referensi-referensi yang memiliki permasalahan yang sejenis dengan topik yang diamati. Studi ini dilakukan dengan membaca buku dan referensi di perpustakaan dan melakukan pencarian lewat internet.

d. Analisa Dokumen

Pengecekan dan pengumpulan data yang berjalan pada PT. Wiraswasta Gemilang Indonesia untuk mendukung analisa kebutuhan sistem.

**2.3. Teknik Analisa Data dan Penggunaan Tools**

Pada tugas akhir ini, ada beberapa teknik analisa data dan penggunaan tools yang digunakan, yaitu:

a. Analisa Proses Bisnis

Melakukan penggambaran hasil analisa proses bisnis yang berjalan di PT. Wiraswasta Gemilang Indonesia dengan menggunakan *rich picture* yaitu menggambarkan proses melalui gambar-gambar untuk mempermudah pemahaman dan dibuat menggunakan *software* Microsoft Visio.

b. Analisa Masalah

Untuk menentukan masalah penulis menggunakan metode diagram sebab akibat atau yang disebut *fishbone* untuk menarik masalah dari kepala masalah hingga akar masalah, tahap ini dibuat menggunakan *software* Microsoft Visio.

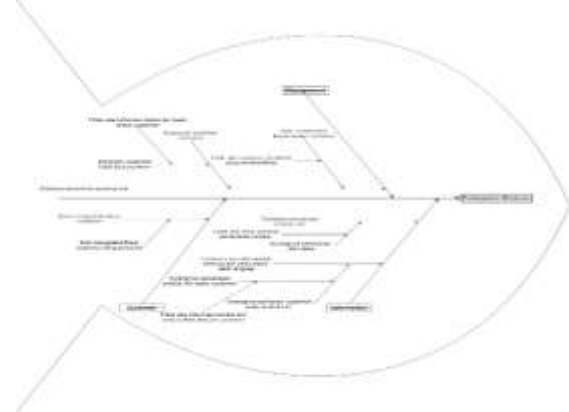
c. Perancangan Sistem Usulan

Dalam proses perancangan sistem usulan penulis membuat use case diagram, *activity diagram* dan pemodelan data dengan *Entity Relationship Diagram (ERD)*, dimana diagram-diagram tersebut dibuat menggunakan *software* Microsoft Visio.

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**3.1. Permasalahan**

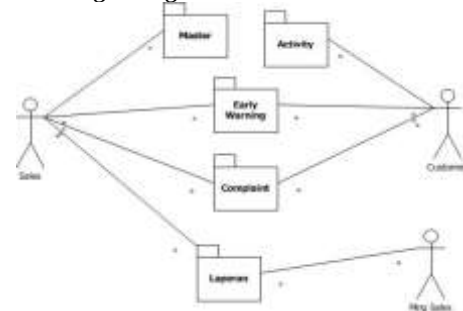
Menurut Saeger&Feys(2015) Diagram ishikawa atau yang disebut juga diagram sebab akibat atau juga *fishbone diagram* adalah diagram yang bisa digunakan dalam mengidentifikasi efek atau sebab dan akibat dari suatu permasalahan.[2]



Gambar 1. Fishbone Diagram

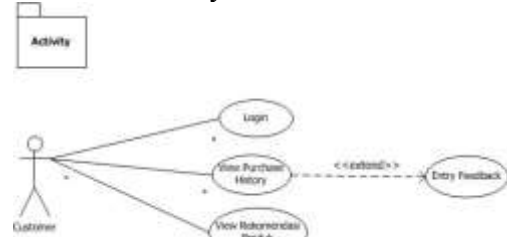
**3.2. Analisa Masalah Usulan**

**1. Package Diagram**



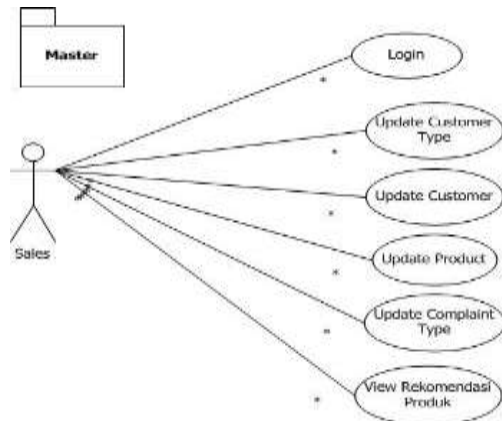
Gambar 2. Package Diagram

2. Use Case Activity



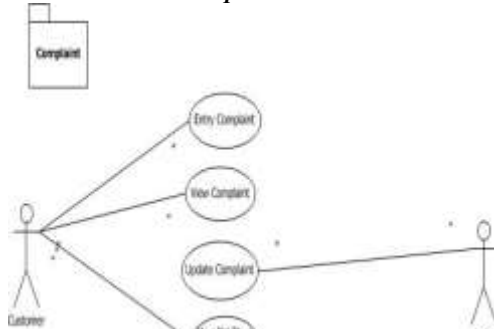
Gambar 3. Use Case Activity

3. Use Case Master



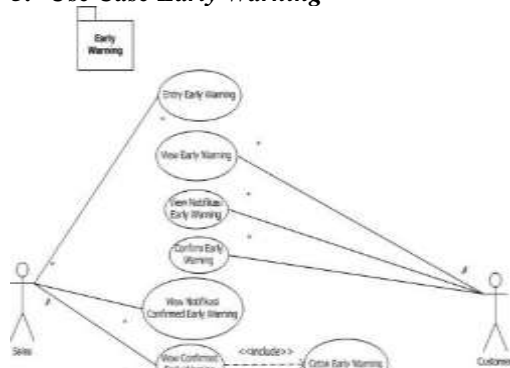
Gambar 4. Use Case Master

4. Use Case Complaint



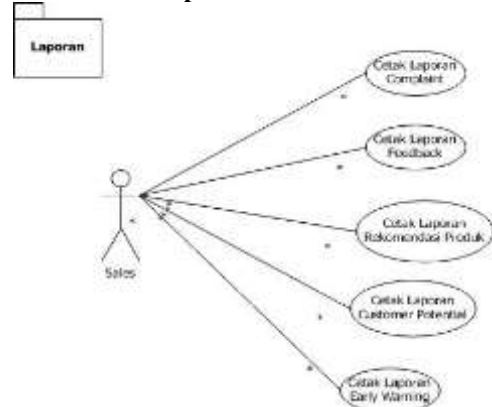
Gambar 5. Use Case Complaint

5. Use Case Early Warning



Gambar 6. Use Case Early Warning

6. Use Case Laporan



Gambar 7. Use Case Laporan

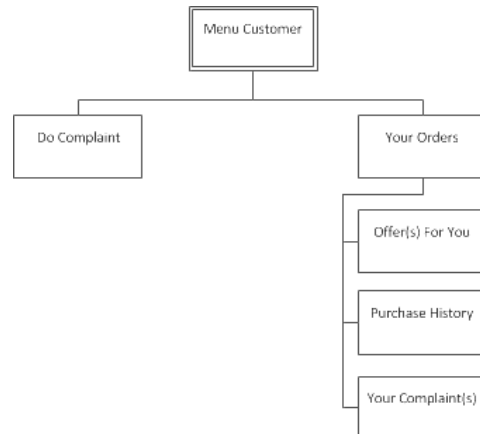
3.3. Class Diagram

Menurut Sugiarti (2013:2) *Class Diagram* adalah suatu 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 [1].

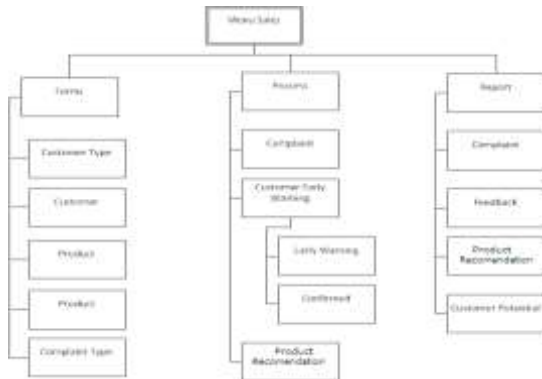


3.4. Desain GUI

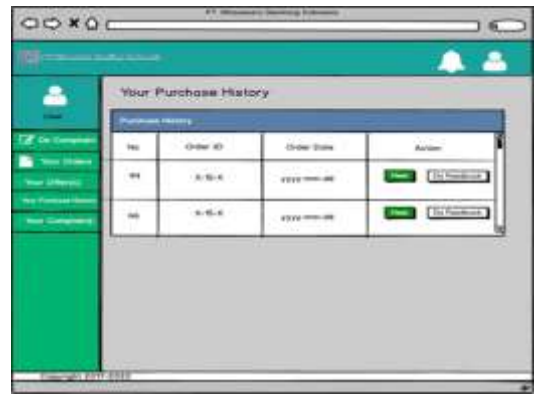
a. Struktur Menu



Gambar 8. Struktur Menu Customer

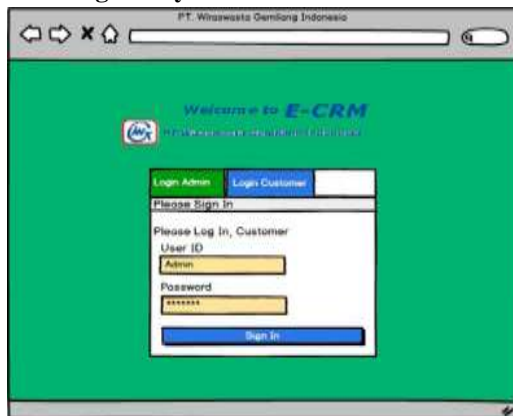


Gambar 9. Struktur Menu Sales

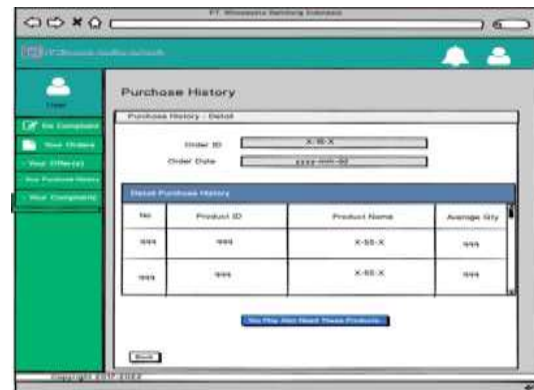


Gambar 13 Rancangan Layar Your Purchase History

**b. Rancangan Layar**



Gambar 10. Rancangan Layar Login Customer



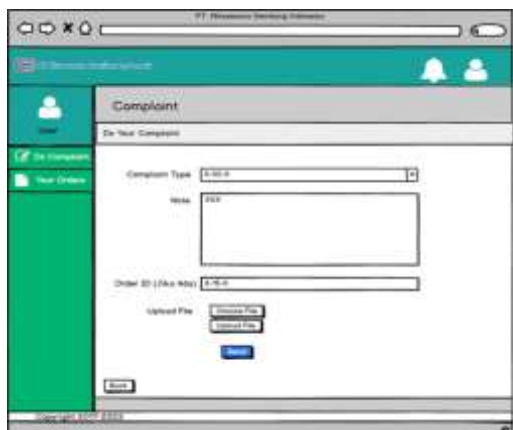
Gambar 14 Rancangan Layar Detail Purchase History



Gambar 11 Rancangan Layar Login Sales



Gambar 15 Rancangan Layar Complaint on Progress



Gambar 12 Rancangan Layar Do Complaint



Gambar 16 Rancangan Layar Detail Early Warning



Gambar 17. Rancangan Layar Laporan Complaint

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada PT. Wiraswasta Gemilang Indonesia untuk meningkatkan penjualan maka terdapat kesimpulan yang dapat diambil, yaitu:

- a. Dalam melakukan proses komplain *customer*, hanya dilakukan lewat email atau telepon dan *customer* tidak mengetahui status komplain yang diajukan sudah diproses, dikerjakan atau diselesaikan yang mengakibatkan *customer* kecewa akan penanganan komplain maka diperlukan sistem yang memberikan informasi tentang status komplain untuk *customer*.
- b. PT. Wiraswasta Gemilang Indonesia tidak mengetahui feedback yang tepat pada setiap bidang dari *customer* dalam mengembangkan kualitas perusahaan jadi diperlukan wadah untuk *customer* melakukan feedback *customer* dan menghasilkan feedback yang teridentifikasi untuk keperluan perusahaan.
- c. *Customer* berpindah ke merek pesaing lain dikarenakan kurangnya informasi atas produk lain yang sesuai untuk *customer*. Maka diperlukan informasi yang dapat menampilkan produk-produk yang sesuai untuk *customer* tetapi masih belum dilakukan pembelian.
- d. Kurangnya penawaran dari Sales juga menjadi penghambat penjualan yang optimal untuk PT. Wiraswasta Gemilang Indonesia. Maka perlu adanya sistem yang memberikan peringatan atau early warning untuk Sales segera melakukan penawaran untuk *customer*.
- e. Sulitnya mempertahankan *customer* juga menjadi salah satu penghalang PT. Wiraswasta Gemilang Indonesia untuk meningkatkan penjualan, maka sistem akan memberikan informasi *customer* yang

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sugiarti, Y. 2013, *Analisis & Perancangan UML (Unified Modeling Language) Generated VB.6*, Yogyakarta.
- [2] Saeger, A. de, Feys, B. 2015, *The Ishikawa Diagram: Identify Problems And Take Action (First Edit)*