

PENERAPAN *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM)* UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS DAN PELAYANAN TERHADAP *CUSTOMER* PADA ASTRIDO DAIHATSU OTISTA

Dewi Apriliani¹⁾, Lauw Li Hin²⁾

Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260
E-mail: dewiaprill1996@gmail.com¹⁾, lihinwap@gmail.com²⁾

Abstrak

Menyadari semakin kompleks selera dan permintaan pasar saat ini mempengaruhi kemajuan perusahaan baik di bidang jasa maupun produk. Dalam upaya mengimbangi persaingan dengan perusahaan lainnya, perusahaan menggunakan banyak cara dalam strategi mereka salah satunya yaitu melalui pelanggan. Pelanggan merupakan aset terpenting bagi perusahaan. Kebanyakan perusahaan tidak hanya memilih untuk memuaskan kebutuhan pelanggan tetapi sudah membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan agar menjaga loyalitas pelanggan. Customer Relationship Management (CRM) merupakan salah satu hal yang tepat bagi perusahaan untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dengan pelanggannya. Bengkel Astrido Daihatsu Otista merupakan bidang jasa perusahaan yang memiliki pelayanan perawatan mobil atau service pada bengkel dan penjualan suku cadang atau sparepart. Beberapa ditemukan kesulitan terhadap pelanggan. Mulai dari sulit mendapatkan pelanggan baru, sulit mengidentifikasi pelanggan yang sering melakukan transaksi, belum adanya penyampaian informasi jadwal service berkala kepada pelanggan, dan penyampaian keluhan hanya melalui lisan. Oleh karena itu, diperlukan suatu sistem Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) berbasis website yang menyediakan Interface antara pelanggan dan pihak bengkel Astrido Daihatsu Otista untuk menyelesaikan permasalahan yang ada sehingga dapat meningkatkan jumlah perusahaan bagi perusahaan.

Kata kunci: *electronic customer relationship management, mempertahankan pelanggan, bengkel*

1. PENDAHULUAN

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*.

Pelanggan dibagi menjadi dua konteks yaitu bisnis ke bisnis (B2B) dan bisnis ke *Customer* (B2C), pelanggan B2B adalah sebuah organisasi perusahaan (produsen atau *reseller*) atau sebuah institusi nirlaba serta badan pemerintahan, sementara pelanggan B2C adalah konsumen akhir, yaitu individu maupun keluarga. [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. [2]

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. [3]

Bengkel adalah tempat untuk membuat beragam jenis barang/fasilitas dengan menggunakan alat las dan atau mesin perkakas. Bengkel juga bisa diartikan sebagai tempat memperbaiki mobil dan sepeda motor. [4]

Bengkel Astrido Daihatsu Otista merupakan salah satu perusahaan otomotif yang bergerak di bidang jasa khusus nya otomotif, yang berusaha memberikan pelayanan terbaik tanpa mengurangi kualitas, mutu dan kenyamanan kepada pelanggan. Untuk menjalankan komitmen dan mengatasi segala permasalahan yang ada, mulai dari sulit mendapatkan pelanggan baru, sulit mengidentifikasi pelanggan yang sering melakukan transaksi, belum adanya penyampaian informasi jadwal *service* berkala kepada pelanggan, dan penyampaian keluhan hanya melalui lisan. Selain itu bengkel ini juga memiliki keinginan untuk selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

Masalah yang dihadapi oleh Bengkel Astrido Daihatsu Otista adalah: Waktu untuk mengantri sangat lah lama dan banyak pelanggan yang akhirnya memilih melakukan *service* pada bengkel lain dikarenakan belum ada sistem *booking service*. Perusahaan tidak dapat mengetahui pelanggan yang sering melakukan transaksi kerana data pelanggan belum dikelola dengan baik. Sulit mendapatkan

pelanggan baru, karena belum optimalnya *website* dan media promosi yang disampaikan, hal ini mengakibatkan promosi menjadi kurang efektif dan efisien.

Tujuan penulis dalam membuat perancangan E-CRM adalah merancang aplikasi *Customer Relationship Management* dan membuat data pelanggan lebih terorganisir dengan baik. Menciptakan inovasi terbaru untuk menambah pelanggan yang ada. CRM dapat mengakomodasi tuntutan pelanggan, dan membangun kemitraan sehingga pelanggan menjadi setia. Mengetahui dan menganalisis sistem informasi pada bengkel Astrido Daihatsu Otista.

Manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini ialah hasil penelitian dapat memberikan kemudahan pada Astrido Daihatsu Otista. Meningkatkan kesetiaan dan retensi pelanggan bermitra dalam jangka waktu lama dapat langsung memberikan *requirements* sehingga ikatan hubungan bertambah langgeng. Memberikan kemudahan kepada pihak bengkel Astrido Daihatsu Otista dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Pelanggan akan mudah mengakses informasi yang diperlukan dan juga memberi kemudahan dalam *booking service*.

Beberapa penelitian yang menjadi referensi peneliti adalah Pengembangan Aplikasi E-CRM Bojana Sari Menggunakan metode *Prototype*. Akif, dkk (2015), dengan nomor ISSN 2355 – 9365. Hasil dari penelitian ini adalah aplikasi E-CRM yang mampu membantu Bojana Sari untuk mengelola hubungan dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas pelanggan dan berujung pada peningkatan pendapatan dari Bojana Sari. [5]. Sistem Informasi Ekspedisi Barang dengan Metode E-CRM untuk Meningkatkan Pelayanan Pelanggan pada PT. Zima Translogistic dengan nomor ISSN 2088 – 1762. Tujuan penelitian ini adalah membuat sistem E-CRM agar pelanggan dapat melakukan transaksi dengan menggunakan *website*. [6].

2. METODE PENELITIAN

Berikut merupakan urutan langkah-langkah penelitian dalam kegiatan analisa dan perancangan yang dilakukan di Astrido Daihatsu Otista seperti Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Dalam penyusunan Penelitian ini, terdapat beberapa proses yang dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan pada Astrido Daihatsu Otista diantaranya:

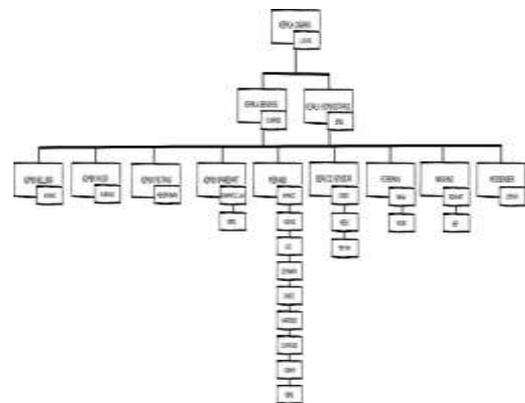
- 1) Saat ini belum ada *booking service online* pada bengkel Astrido Daihatsu Otista, dibuatkan sistem booking online untuk memudahkan

pelanggan dan membantu terhadap permasalahan yang dihadapi oleh Astrido Daihatsu Otista.

- 2) Dibutuhkannya fitur *history service* untuk melihat *history service* agar pelanggan dapat melihat apakah sudah melakukan *service* atau belum pada belum tersebut, jika belum melakukan *service* pihak bengkel akan mengirimkan pemberitahuan untuk melakukan *service*.
- 3) Mengidentifikasi masalah pada Astrido Daihatsu Otista berdasarkan hasil wawancara dan dokumen yang berkaitan, yang kemudian digambarkan ke dalam *rich picture*.
- 4) Dibuatkannya laporan keluhan pelanggan agar perusahaan dapat mengetahui dan mengambil keputusan dari keluhan pelanggan untuk membangun kerjasama yang baik dengan pelanggan.
- 5) Dibuatkannya laporan *booking service* untuk memudahkan kepala cabang perusahaan dalam melakukan report dan evaluasi kerja kepada pekerja untuk melakukan penilaian kinerja.
- 6) Dibuatkannya rancang bangun E-CRM untuk meningkatkan pelayanan dan loyalitas terhadap pelanggan pada bengkel Astrido Daihatsu Otista,

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Struktur organisasi yang ada pada Bengkel Astrido Daihatsu Otista terdapat pada Gambar 2.



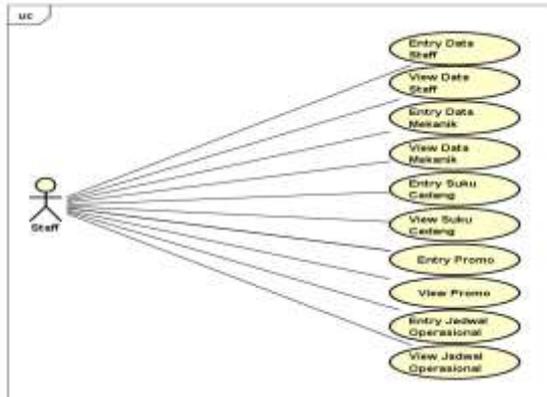
Gambar 2. Struktur Organisasi

3.1 Analisa Proses Bisnis Sistem Berjalan

Sesuai dengan metode wawancara dan pengamatan yang dilakukan penulis mengenai proses bisnis pada Bengkel Astrido Daihatsu Otista yang sesuai dengan ruang lingkup penulisan, pada Bengkel Astrido Daihatsu Otista dalam menjalankan operasionalnya sehari-hari telah didukung adanya sistem informasi jasa perbaikan mobil yang telah terkomputerisasi. Maka dari itu dapat diambil kesimpulan mengenai prosedur dalam proses penerimaan perbaikan hingga proses penjualan suku cadang yaitu :

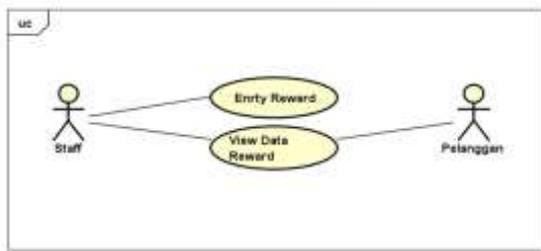
- 1) Proses Penerimaan Perbaikan
Pelanggan datang langsung ke Bengkel Astrido Daihatsu Otista kemudian menginformasikan apa

view data promo, entry data mekanik serta view data mekanik, entry suku cadang serta view suku cadang, entry operasional serta view jadwal operasional, Terdapat pada Gambar 6.



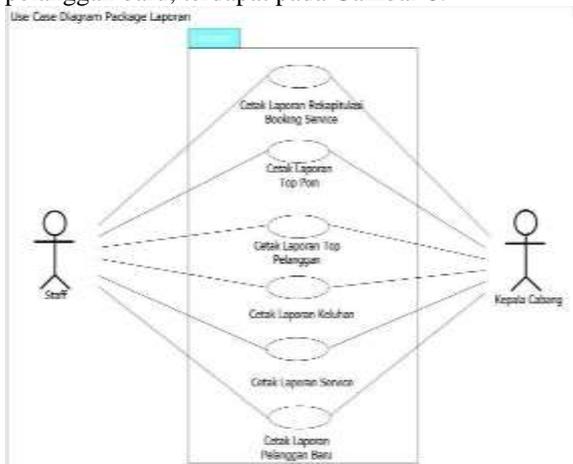
Gambar 6. Use Case Diagram Package Master

2) Use Case Diagram Package Reward Package Diagram Reward terdiri dari Use Case Diagram Entry data reward, view reward. Reward hanya diberikan kepada pelanggan yang melakukan pemesanan melalui online. Reward pelanggan akan di akumulasikan berdasarkan poin yang dapat di tukarkan melalui website, terdapat pada Gambar 7.



Gambar 7. Use Case Diagram Package Reward

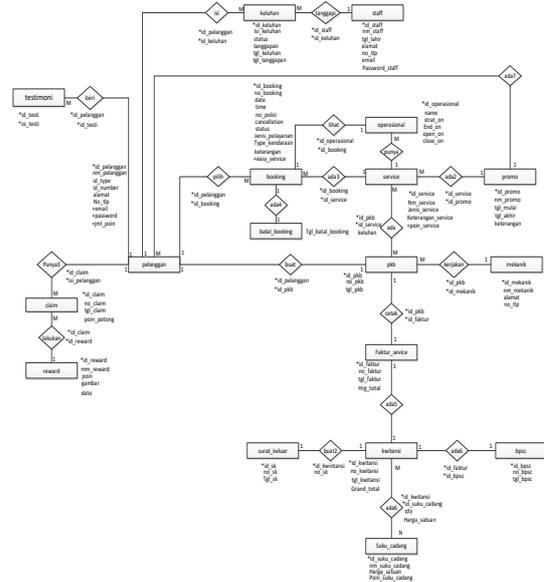
3) Use Case Diagram Package Laporan Diagram package Laporan terdiri dari Use Case cetak laporan rekapitulasi booking service, Cetak Laporan top poin, cetak laporan top pelanggan, cetak laporan keluhan, cetak laporan service, cetak laporan pelanggan baru, terdapat pada Gambar 8.



Gambar 8. Use Case Diagram Package Laporan

3.3 Pemodelan Data

Untuk mengetahui kebutuhan dari sistem peneliti menggunakan ERD di gambarkan pada Gambar 9.



Gambar 9. Entity Relationship Diagram

3.4 Struktur Menu Utama

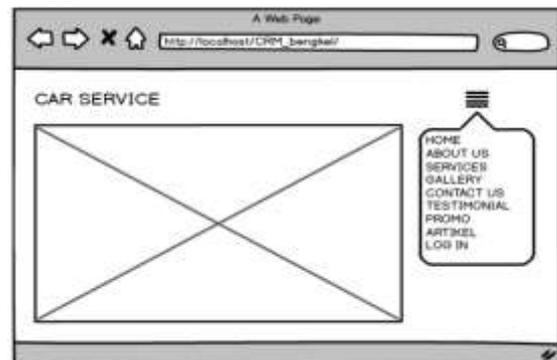
Struktur menu tampilan dapat di lihat di gambar 10.



Gambar 10. Struktur Menu

3.5 Rancangan Layar

Rancangan layar home terdapat pada Gambar 11.



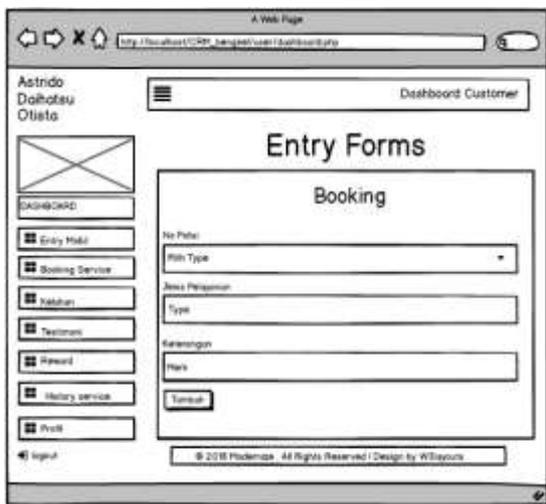
Gambar 11. Rancangan Layar Home

- 1) Rancangan Layar *Log in Customer* terdapat pada Gambar 12.



Gambar 12. Rancangan Layar Login Customer

- 2) Rancangan Layar *Entry Booking Service* terdapat pada Gambar 13.

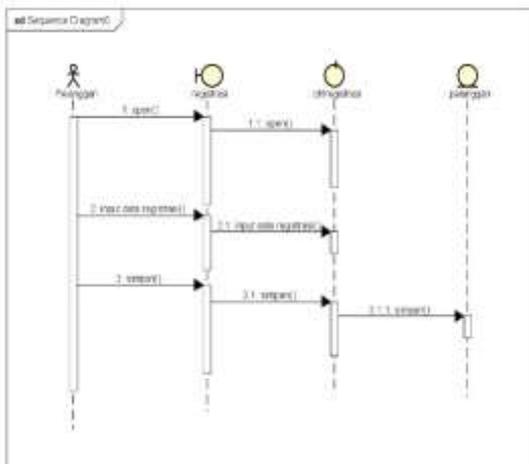


Gambar 13. Rancangan Layar Entry Booking Service

3.6 Sequence Diagram

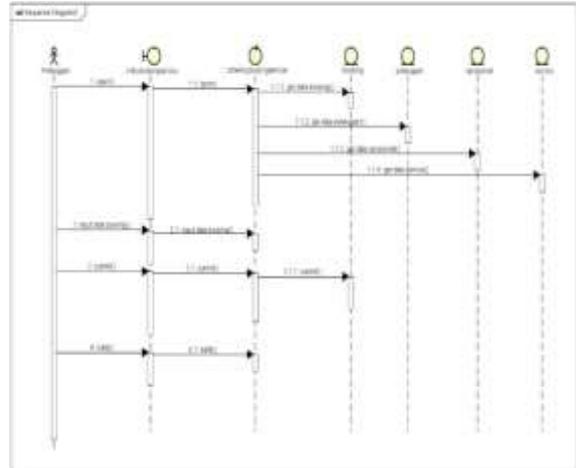
Berikut ini adalah *Sequence diagram* dari sistem usulan:

- 1) *Sequence Diagram Registrasi* Pelanggan terdapat pada Gambar 14.



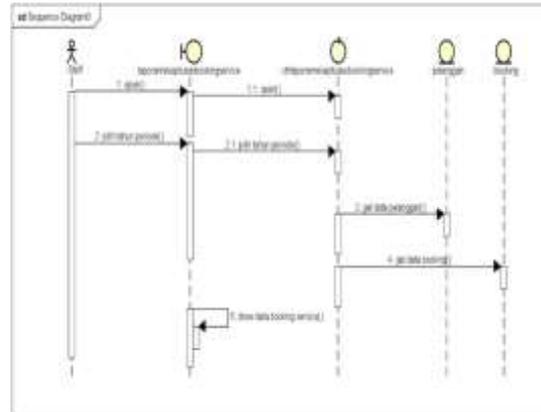
Gambar 14. Sequence Diagram Registrasi

- 2) *Sequence Diagram Entry Booking Service* terdapat pada Gambar 15.



Gambar 15. Sequence Diagram Entry Booking Service

- 3) *Sequence Diagram Cetak Laporan Booking Service* terdapat pada Gambar 16.



Gambar 16. Sequence Diagram Cetak Laporan Booking Service

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan analisa yang telah dilakukan pada bengkel Astrido Daihatsu Otista untuk meningkatkan loyalitas dan pelayanan terhadap customer maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Dengan adanya sistem E-CRM ini dapat membantu pelanggan untuk memudahkan booking service mobil dan perusahaan tidak kehilangan pelanggan karna pelanggan bisa cepat dalam melakukan booking service.
- 2) Perusahaan dalam mengelola data transaksi pelanggan. Serta dapat digunakan perusahaan untuk mengetahui pelanggan mana yang sering bertransaksi (loyal), sehingga perusahaan dapat mengelola pelanggannya dengan baik.
- 3) Dengan adanya penyampaian informasi informasi promo pada sistem E-CRM ini, maka pelanggan akan lebih mengetahui promo yang diberikan. Selain itu juga dapat memicu pelanggan dalam meningkatkan revenue perusahaan.

- 4) Disediakan informasi penyampaian service berkala oleh bengkel Astrido Daihatsu Otista melalui sms gateway atau melalui email kepada pelanggan, sehingga pelanggan merasa diperhatikan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Buttle, F. (2012). Customer Relationship Management Concept and Technologies (Second edi). New York: Routledge.
- [2] Buttle, F., & Maklan, S. (2015). Customer Relationship Management: Concepts and Technologies (Third Edit). New York: Routledge.
- [3] Laudon dan Traver (2012), E-Commerce; business technology society, International Edition. USA: Addison Wesley
- [4] Tanaka, N. (2012). Teknologi Tepat Guna & Dunia Alternatif. Jakarta: Bhuna Ilmu Populer PT.
- [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] Hidayat, R. (2014). Sistem Informasi Ekspedisi Barang Dengan Metode E-CRM Untuk Meningkatkan Pelayanan Pelanggan. Sisfotek Global , 4 (2), 3.
- [7] Saeger, A. de, & Feys, B. (2015). The Ishikawa Diagram: Identify problems and take action (First Edit).