

# APLIKASI OPERATIONAL CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM ) UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN BERBASIS WEB

Dewi Wulandari<sup>1</sup>, Wirta Agustin<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Teknik Informatika, <sup>2</sup>Program Studi Sistem Informasi  
STMIK Amik Riau

[dewiwulandari@stmik-amik-riau.ac.id](mailto:dewiwulandari@stmik-amik-riau.ac.id)\*, [wirtaagustin@stmik-amik-riau.ac.id](mailto:wirtaagustin@stmik-amik-riau.ac.id)\*\*

Jl. Purwodadi Indah Km. 10 Panam, Pekanbaru 28294, Indonesia

## Abstrak

Kebutuhan pelanggan perlu diidentifikasi secara jelas, sebagai bagian dari pengembangan produk. Tujuan pendekatan ini adalah untuk melampaui harapan pelanggan dan bukan sekedar memenuhinya, diperlukan informasi yang akurat tentang kebutuhan dan keinginan pelanggan atas barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan, sehingga perusahaan dapat memahami dengan baik perilaku pelanggan pada sasaran, dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada, menjalin hubungan dengan setiap pelanggan dan mampu mengungguli persaingan. *Customer Relationship Management (CRM)* merupakan strategi pemasaran yang membangun relasi yang erat antara perusahaan dengan para pelanggannya. Perusahaan dapat memanjakan pelanggan dan mengikatnya dalam sebuah persahabatan, jika telah mengetahui kebutuhan dan harapan dari pelanggan tersebut. Strategi ini menganjurkan agar perusahaan membuka saluran-saluran komunikasi semudah mungkin dengan tingkat respon yang tinggi, agar pelanggan merasakan kedekatan dengan pihak perusahaan. Komunikasi yang tidak lancar, dapat menumbuhkan keraguan pelanggan. Relasi antara perusahaan dan pelanggan yang terjalin sangat erat akan membuat pelanggan merasa ikut memiliki perusahaan. Dari situ, loyalitasnya terhadap perusahaan sedikit demi sedikit akan semakin tumbuh dan berkembang. Untuk memenuhi semua itu diperlukan sebuah aplikasi yang berbasis web dengan menerapkan Operational CRM, sehingga perusahaan memiliki pelanggan yang loyal.

Kata kunci: Pelanggan, *Customer Relationship Management (CRM)*, Web

## 1 PENDAHULUAN

Sektor perkembangan dunia bisnis tidak hanya bergantung pada kualitas produk saja, tetapi juga melihat dari sisi kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan. Kualitas layanan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam menghadapi pelanggan yang membutuhkan perhatian dan layanan yang tinggi. Pelayanan yang bermutu tinggi dapat

memberikan keselarasan terhadap kebutuhan pelanggan.

Kebutuhan pelanggan perlu diidentifikasi secara jelas, sebagai bagian dari pengembangan produk. Tujuan pendekatan ini adalah untuk melampaui harapan pelanggan dan bukan sekedar memenuhinya, diperlukan informasi yang akurat tentang kebutuhan dan keinginan pelanggan atas barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan, sehingga perusahaan dapat memahami dengan baik perilaku pelanggan pada dasarnya, dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada, menjalin hubungan dengan setiap pelanggan dan mampu mengungguli pesaing.

PT. Ropheka Farma adalah salah satu perusahaan distributor obat yang beroperasi di wilayah Riau dan berkantor di Pekanbaru. Jumlah pelanggan khususnya di Provinsi Riau hampir berjumlah 200 depot obat, apotik, klinik dan rumah sakit. Kondisi saat ini yang ada adalah banyaknya pelanggan atau toko yang tidak dapat dikontrol tingkat kepuasannya baik dari segi pelayanan sales atau pelayanan kantor. Banyaknya pelanggan yang tidak memiliki hubungan atau relesai yang baik dengan perusahaan, sehingga dengan mudahnya beralih mengambil produk-produk pada perusahaan lain yang dapat mengganggu target-target yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Permasalahan lain adalah pelanggan tidak memiliki media untuk menyampaikan keluhan, sehingga sebagian keluhan tersebut tidak diketahui oleh manajemen, pada waktu tertentu bisa menjadi alasan pelanggan untuk memutuskan berlanggan atau mengambil produk yang dipasarkan oleh PT. Ropheka Farma. Memberikan pelayanan terbaik dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan adalah salah satu cara untuk meningkatkan penjualan produk dan omset perusahaan.

Operational CRM dikenal sebagai *front office* perusahaan. Komponen CRM ini berperan dalam interaksi dengan pelanggan. Operational CRM mencakup proses otomatisasi yang terintegrasi dari keseluruhan proses bisnis, seperti otomatisasi pemasaran, dan pelayanan. Salah satu penerapan CRM yang termasuk dalam kategori operational CRM adalah dalam bentuk aplikasi web. Melalui web, suatu perusahaan dapat memberikan pelayanan kepada pelanggan (Dyantina et al. 2012).

## 2 METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan tahapan-tahapan dalam melakukan penelitian. Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Model Pengembangan Perangkat Lunak Waterfall Menurut Rosa dan M. Shalahuddin (2013:28) (Muhamad Tabrani1 2017). Model ini menyediakan lima tahapan alur hidup perangkat lunak secara sekuensial atau terurut dimulai dari analisis, desain, pengkodean, pengujian, dan tahapan pendukung (support). Dari lima tahapan yang ada, dalam penelitian ini hanya melakukan empat tahapan. Adapun tahapan penelitian yang dilakukan adalah: (1) Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak, Proses pengumpulan kebutuhan secara intensif agar dapat dipahami perangkat lunak seperti apa yang dibutuhkan oleh user, dilakukan dengan dua cara, yaitu : (a) Observasi, mengadakan pengamatan langsung ke Kantor PT. Ropheka Farma, (b) Wawancara, dengan cara berkomunikasi secara langsung kepada beberapa orang pegawai seperti sales dan supervisor, (c) Analisa Sistem, menganalisis data yang sudah diperoleh sehingga dapat dipelajari lebih jauh mengenai sistem yang sedang berjalan dan sistem yang akan diusulkan untuk membangun Aplikasi Operational Customer Relationship Management; (2) Desain, dimulai dari desain pembuatan program perangkat lunak termasuk struktur data, arsitektur perangkat lunak, representasi antarmuka, dan prosedur pengkodean pada aplikasi operational Customer Relationship Management; (3) Pembuatan Kode Program, menggunakan bahasa pemrograman PHP, database MySQL dan Macromedia Dreamweaver 8; (4) Pengujian, Pengujian pada perangkat lunak dari segi logik dan fungsional untuk memastikan keluaran yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan serta

Implementasi cara penggunaan program dan menentukan bagian mana saja yang dapat diakses oleh user serta dilakukan *instalasi* aplikasi dan *software* yang dibutuhkan dalam menerapkan sistem.

### 3 HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Penerapan *Operational Customer Relationship Management* (CRM)

Penerapan *Operational CRM* yang dilakukan dalam aplikasi ini adalah penerapan *Customer-Facing Application* dan *Customer-Touching Application*, yaitu: (1) *Customer-Facing Application* terdiri dari : (a) Sales (*Marketing*), mengakses informasi pemasaran seperti promo produk, menginput atau menambahkan informasi mengenai promo produk yang telah ditetapkan manajemen perusahaan serta mencetak laporan data pelanggan dan laporan order produk, (b) Admin (*Customer Service*), menginput data master (pengguna, pelanggan, kelompok, dan produk), mengakses promo produk dan menambahkan, membuat angket, menjawab pesan atau keluhan dari pelanggan, mencetak atau melihat laporan (pelanggan, keluhan, rekap keluhan, pertanyaan angket, hasil angket, order produk, grafik keluhan dan grafik angket), (c) Pelanggan (*Customer*), melihat informasi produk, promo produk, melakukan order, menjawab angket dan mengirim pesan atau keluhan serta melihat beberapa informasi yang disajikan dalam aplikasi ini, (d) Manager, menerima laporan atau hasil akhir dari sistem; (2) *Customer-Touching Application* terdiri dari: (a) *Search and Comparasion*, fitur pencarian produk yang bisa diakses semua user atau pengguna yang terdiri dari pelanggan, sales, admin dan manager. Fitur ini memudahkan pelanggan dalam mencari produk, dengan tujuan utama untuk kebutuhan pelanggan, (b) *Customized Products*, fitur list dan informasi produk yang mudah diakses dan dimengerti oleh pelanggan, setiap produk ada gambar dan detail mengenai produk yang dipasarkan, (c) *Email / Auto Respon*, auto respon terhadap pesan yang dikirim oleh pelanggan dengan cara mengkonfirmasi pada email pelanggan yang sudah terdaftar pada perusahaan, (e) *Loyalty Program*, fitur dan tampilan yang menarik sehingga memudahkan dan cepat dimengerti oleh pengguna aplikasi *operational CRM*. Aplikasi ini juga dibangun untuk memudahkan pelanggan didalam berkomunikasi dengan pihak perusahaan, menjadi media penghubung, dan yang pastinya dengan aplikasi ini akan memudahkan pihak perusahaan.

#### 3.2 Penerapan Aplikasi *Operational Customer Relationship Management* (CRM)

Menampilkan halaman-halaman yang terdapat pada Aplikasi *Operational Customer Relationship Management* (CRM) pada PT. Ropheka Farma disertai dengan beberapa langkah pengimplementasian.

##### 1. Halaman Awal

Tampil pada saat pertama kali aplikasi dijalankan, dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1: Tampilan Halaman Awal

## 2. Halaman Login

Form input login dapat disebut sebagai pintu masuk dalam program aplikasi dengan memasukkan *user login* dan *password* yang akan disesuaikan dengan *record user* yang ditetapkan, dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar 2: Tampilan Halaman Login

## 3. Form Input Data Pelanggan

Untuk memasukkan data pelanggan yang telah diberi hak akses ke Aplikasi *Operational CRM*.

Gambar 3: Tampilan Form Input Data Pelanggan

## 4. Form Input Informasi atau Promo

Untuk memasukkan informasi baru atau promo produk baru yang memberikan informasi terbaru pada pelanggan.

Gambar 4: Tampilan Form Input Informasi atau Promo

5. Form Input Angket

Berisi data angket atau pertanyaan yang diberikan ke pelanggan yang nantinya akan dijawab oleh pelanggan.



Gambar 5: Tampilan Form Input Angket

6. Form Input Jawaban Angket

Angket yang telah dijawab oleh pelanggan dan akan menjadi bahan pertimbangan perusahaan.



Gambar 6: Tampilan Form Input Jawaban Angket

7. Form Input Keluhan atau Pesan

Form yang ditampilkan untuk pelanggan yang berfungsi mengirimkan keluhan atau pesan, seperti pada gambar berikut :



Gambar 7: Tampilan Form Input Keluhan atau Pesan

8. Form Input Order Produk

Salah satu fasilitas menu yang diberikan kepada pelanggan untuk dapat mengorder produk secara langsung, berikut bentuk tampilannya:

Gambar 8: Tampilan Form Input Order Produk

9. Tampilan Keluhan atau Pertanyaan Pelanggan

Tampilan berdasarkan periode pelanggan mengirimkan keluhan dan pertanyaan yang langsung ditujukan melalui aplikasi *Operational Customer Relationship Management* (CRM) pada PT. Ropheka Farma Pekanbaru.

PT.ROPHEKA FARMA Jl.Soearno Hatta Kom.Sentral Niaga Pekanbaru						
LAPORAN KELUHAN atau PERTANYAAN PELANGGAN						
PERIODE 03-2016						
NO	KODE PELANGGAN	NAMA PELANGGAN	TYPE PESAN	KATEGORI	ISI PESAN	JAWABAN
1	006	Toko ADC	Urgent	Sales	Pada tanggal 25 Februari 2016 sales yang bernama Ahmad melakukan kesalahan selama pengerjaan mohon di tanggap.	Berkait akan kepercaya kami terhadap leonkash atau kefirmannya.
2	003	Dan Farma	Basic	Pelayanan	Kami dan pelanggan Toko Indah Farma selama berurusan dengan pihak anda masih belum merasa puas selama dilagan pelayanan	Isi rangai menjadi perbandingan kami dari kelengkapan atau kami perbaiki lagi.
3	001	Ahadi	Urgent	Pelayanan	Kami belum menerima resi dan barang yang kami kirim daya nomor order 03	Mohon maaf atas kesalahan kami Terimakasih sebelumnya.
4	002	Aha Sari	Basic	Produk	Kapada bagian pengirimn produk mohon barang yang dikirim tidak lebih dari sebelum di kirim ke pihak kami.	

Pekanbaru, 07-Mar-2016  
Manager  
(Tanyas)

Gambar 9: Tampilan Keluhan atau Pertanyaan Pelanggan

10. Tampilan Hasil Angket

Tampilan angket yang telah dijawab oleh pelanggan, yang digunakan untuk melakukan analisa dan perbaikan pada manajemen perusahaan.



HASIL ANKET  
 PER TANGGAL :03-Mar-2016 / 16:42:42

No	Pertanyaan	Puas	Kurang Puas	Tidak Puas
1	Bagaimana kualitas layanan anda pada pelayanan yang telah kami berikan selama ini?	3	1	1
2	Apakah pelayanan kami telah memuaskan?	2	2	1
3	Bagaimana bentuk penyelesaian keluhan pelanggan yang baik?	2	1	2
4	Apakah barang yang di order terdapat kualitasnya dengan baik?	2	2	1
5	Pada saat anda datang cara layanan kami?	0	2	3

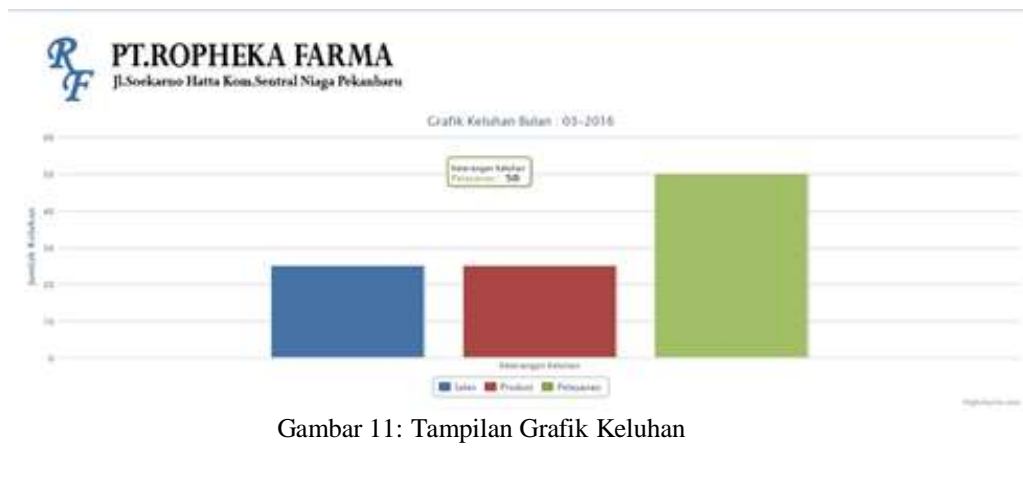
Pekanbaru, 03-Mar-2016  
 Manager

(Terryanto)

Gambar 10: Tampilan Hasil Angket

11. Tampilan Grafik Keluhan

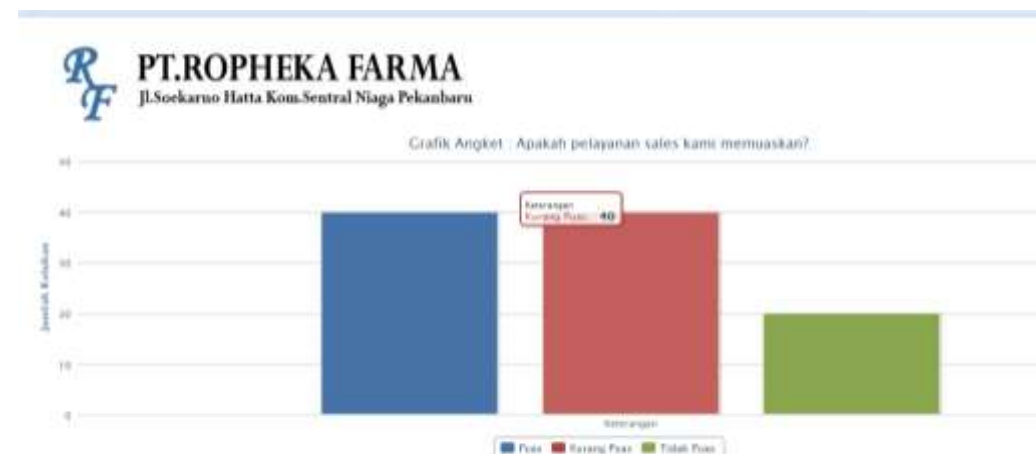
Memberikan informasi tentang tingkat persentase keluhan berdasarkan jenis atau kategori keluhan dalam setiap bulannya.



Gambar 11: Tampilan Grafik Keluhan

12. Tampilan Grafik Angket

Memberikan informasi tentang angket yang telah diajukan dari perusahaan yang telah dijawab pelanggan, disajikan dalam persentase berdasarkan setiap jenis pertanyaan angket setiap bulannya.



Gambar 12: Tampilan Grafik Angket

#### 4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah Program Aplikasi *Operational Customer Relationship Management* (CRM) yang dimanfaatkan untuk kepuasan pelanggan dan meningkatkan kinerja perusahaan.
2. Aplikasi *Operational Customer Relationship Management* (CRM) membantu perusahaan dalam mempromosikan, menginformasikan, mengupdate berita terbaru, dan melayani pelanggan untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap dalam melakukan proses pemesanan produk.
3. Penelitian ini masih terbatas pada satu jenis aplikasi CRM, yaitu *Operational Customer Relationship Management* (CRM). Untuk penelitian berikutnya dapat menggunakan jenis aplikasi CRM yang lainnya, seperti : *Analytical CRM* dan *Collaborative CRM* untuk penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) secara lengkap dalam integrasi proses bisnis.

#### Referensi

A.S. Rosa, M. Shalahuddin. (2013). *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek*, Informatika. Bandung

Dr. Marty Oesman, Yevis. (2010). *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency*. Bandung

Informasi – Volume 4 No 2 – Oktober 2012, ISSN PRINT 2085-1588, ISSN ONLINE 2385-4614

Kristanto, Andi. (2010). *Kupas Tuntas PHP & MySQL*. Bandung

Nugroho, Bunafit. (2014). *Database Relasional Dengan MySQL*. Jakarta

Ovi Dyantina, Mira Afrina, Ali Ibrahim. (2012). Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) Berbasis Web Pada Toko Yen-Yen. *Jurnal Sistem Informasi – Volume 4 No 2 – Oktober 2012, ISSN PRINT 2085-1588, ISSN ONLINE 2385-4614*

Rahajo, Budi. (2012). *Modul Pemrograman Web (HTML, PHP, & MySql)*. Informatika