
PENERAPAN SISTEM CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAJEMEN) UNTUK MENINGKATKAN HUBUNGAN PELANGGAN STUDI KASUS PADA PT. TUJUHLANGIT LINTAS NUSANTARA

Fadhila Nur Aini¹, Ahmad Khambali²

*^{1,2} Program Studi D3 Manajemen Informatika Fastikom Universitas Muhammadiyah
Pekajangan Pekalongan*

Korespondensi email: ahmadkhambali68@gmail.com

Diterima : Herna Rizaldi Tanggal 21 Mei 2024, Direvisi : Herna Rizaldi,
Tanggal 3 Juni 2024, Disetujui : Saebani Tanggal 20 Juni 2024

Abstrak

PT. Tujuhlangit Lintas Nusantara merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa khususnya penyedia layanan internet dengan teknologi fiber optik yang menawarkan layanan paket internet korporat, residensial dan kemitraan. Seiring dengan kemajuan teknologi, persaingan antar perusahaan jasa layanan internet semakin ketat dan semakin bergantung pada kualitas dan pelayanan masing-masing perusahaan. Sistem yang ada pada PT Tujuhlangit Lintas Nusantara masih memiliki kekurangan dan belum mencakup semua kebutuhan perusahaan. Dari permasalahan tersebut, diperlukan strategi bisnis yang baik yaitu menggunakan pengembangan sistem CRM (Customer Relationship Management) yang terotomatisasi dalam bentuk sistem. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur berupa jurnal, observasi dan wawancara. Sedangkan metode yang digunakan untuk pengembangan CRM adalah dengan menggunakan metode waterfall yang merupakan metodologi umum dalam pengembangan sistem. Tools untuk perancangan menggunakan UML (Unified Modeling Language). Hasil analisis menyimpulkan bahwa CRM menjadi pilihan strategi bisnis utama di PT Tujuhlangit Lintas Nusantara. Dan dari permasalahan tersebut akan dibuat sistem CRM dengan tujuan untuk menarik pelanggan baru, kepuasan pelanggan, memperoleh penjualan yang lebih tinggi, dan mempertahankan loyalitas pelanggan agar dapat berkontribusi dalam pencapaian strategi bisnis pada perusahaan.

Kata kunci: Pengembangan sistem CRM, Strategi bisnis, UML

APPLICATION OF CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) SYSTEM TO IMPROVE CUSTOMER RELATIONSHIPS CASE STUDY ON PT. TUJUHLANGIT LINTAS NUSANTARA

Abstract

PT. Tujuhlangit Lintas Nusantara is a company engaged in services, especially internet service providers with fiber optic technology that offers corporate, residential and partnership internet package services. As technology advances, competition between internet service companies is getting stronger and increasingly dependent on the quality and service of each company. The existing system at PT Tujuhlangit Lintas Nusantara still has shortcomings and does not cover all the needs of the company. From this problem, a good business strategy is needed, namely using the development of a CRM (Customer Relationship Management) system

that is automated in the form of a system. The methods used in this research are literature studies in the form of journals, observations and interviews. While the method used for CRM development is to use the waterfall method which is a general methodology in system development. Tools for design using UML (Unified Modeling Language). The results of the analysis concluded that CRM is the main business strategy choice at PT Tujuhlangit Lintas Nusantara. And from these problems, a CRM system will be created for the purpose of attracting new customers, customer satisfaction, obtaining higher sales, and maintaining customer loyalty in order to contribute to achieving business strategies at the company.

Keywords: CRM system development, Business strategy, UML

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya teknologi informasi, kebutuhan akan jaringan internet semakin meningkat. Bukan hanya perusahaan besar saja yang membutuhkan internet, sebagian besar masyarakat juga membutuhkannya seperti untuk kebutuhan pendidikan, internet untuk bisnis, internet untuk hiburan, dan internet untuk bertukar informasi dengan individu di seluruh penjuru dunia (Regiani et al., 2023).

ISP (Internet Service Provider) merupakan perusahaan yang menyediakan jasa layanan internet dimana ISP akan membagi kapasitas koneksi internet yang dimilikinya kepada pelanggan. Industri ISP merupakan lingkungan yang kompetitif, banyak perusahaan penyedia internet yang bersaing untuk menarik pelanggan dengan menawarkan kualitas kecepatan, keandalan dan harga yang kompetitif. Masalah pasar akan menjadi fokus perusahaan karena pelanggan menjadi sebuah objek yang diperebutkan bagi para pelaku bisnis ini. Oleh karena itu, menjaga dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan sangat penting bagi keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan ISP.

PT. Tujuhlangit Lintas Nusantara adalah sebuah perusahaan penyedia layanan internet (ISP) yang memberikan layanan internet di wilayah Jawa Tengah diantaranya Batang dan Pekalongan. Pengguna akses internet di PT. Tujuhlangit Lintas Nusantara mencapai lebih dari 300 user yang memiliki latar belakang yang berbeda-beda, diantaranya sebagian besar user datang dari institusi pemerintahan, pendidikan, perusahaan serta pengguna personal atau internet RT/RW.

Dalam lingkungan layanan internet, interaksi dengan pelanggan meliputi berbagai aspek seperti pemesanan layanan, penanganan keluhan, pembaruan paket layanan, dan faktur. Manajemen interaksi yang efektif dan tepat waktu menjadi kunci untuk mempertahankan kepuasan pelanggan (Chadhiq, 2015). Data pelanggan merupakan aset berharga dalam mengoptimalkan operasi perusahaan. Dengan memahami perilaku dan preferensi pelanggan, perusahaan dapat menyesuaikan strategi bisnis, meningkatkan kualitas layanan, dan memperbaiki proses operasional. Sistem yang digunakan di PT. Tujuhlangit Lintas Nusantara masih ada yang bersifat manual dan belum mencakup seluruh kebutuhan perusahaan. Hal tersebut menyebabkan kehilangan pelanggan diantaranya masalah teknis, kurangnya kepuasan pelanggan, atau tawaran kompetitif dari pesaing.

Maka solusi dari permasalahan tersebut yaitu dilakukan Pengembangan Sistem CRM (*Customer Relationship Manajemen*) pada PT. Tujuhlangit Lintas Nusantara. CRM memiliki tiga tahapan yaitu mendapatkan pelanggan baru (*Acquire*), meningkatkan hubungan pelanggan (*Enhance*), dan mempertahankan pelanggan (*Retain*) (Rahmanto

et al., 2023). CRM bertujuan untuk membantu dalam menarik pelanggan baru, memperkuat hubungan pelanggan dan meningkatkan efisiensi operasional, serta meningkatkan profit perusahaan melalui peningkatan dan kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Jika dilihat pada sistem yang sedang berjalan pada PT. Tujuhlangit Lintas Nusantara masih terdapat beberapa masalah, diantaranya yaitu mengenai informasi produk layanan pada PT. Tujuhlangit Lintas Nusantara yang selama ini masih dikelola secara manual yaitu calon pelanggan yang ingin berlangganan harus datang langsung ke kantor atau melalui telepon untuk menanyakan mengenai informasi produk layanan, proses pembayaran tagihan masih secara manual yang dikelola oleh admin dan mengingatkan tagihan masih menggunakan cara yang manual yaitu admin harus whatsapp satu persatu untuk mengingatkan pembayaran tagihan. Hal tersebut menjadi kurang transparan dan berpotensi menimbulkan ketidakpuasan pelanggan dan menjadi kurang efektif dan efisien.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu dilakukan pengembangan sistem CRM pada PT. Tujuhlangit Lintas Nusantara.

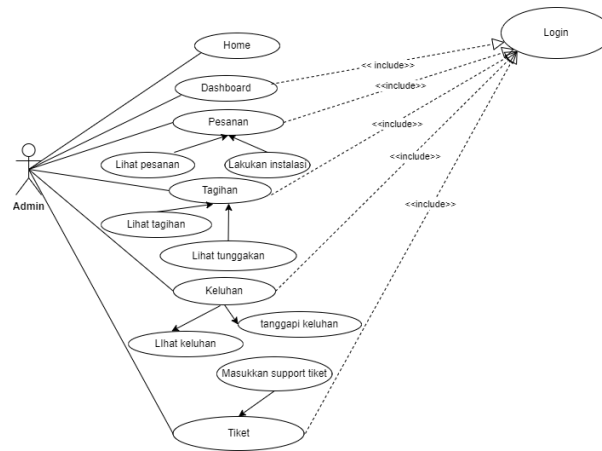
Penelitian ini berlandaskan pada teori dari berbagai penelitian sebelumnya yang fokus pada implementasi sistem CRM. Pada penelitian (Eka Fitriany & Mulyono, 2023) membahas mengenai permasalahan dalam memperoleh pelanggan baru dan solusi dari permasalahan tersebut yaitu dengan menerapkan sistem CRM berbasis web untuk menciptakan hubungan yang lebih baik. Dan pada penelitian (Galih et al., 2023) membahas tentang kekurangan dari sistem yang masih menggunakan cara manual dan dilakukan pengembangan sistem menggunakan metode kualitatif dan metode pengembangan sistem waterfall yang bertujuan untuk menghasilkan sebuah sistem. Pada penelitian (Nugraha, 2022) berisi mengenai tujuan CRM untuk strategi bisnis yang dapat membantu untuk mengelola bisnis pada suatu perusahaan. Lalu pada penelitian (Rahmanto et al., 2023) membahas tentang implementasi e-CRM untuk pelayanan keluhan. Dengan menggunakan fitur keluhan yang bertujuan untuk membantu pelanggan dalam memberikan keluhan secara detail sehingga dapat menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat dan teratur. Kemudian terdapat fitur-fitur lainnya yang meliputi fitur promo untuk informasi produk yang sedang promo serta fitur penambahan bandwidth untuk pelanggan lama sehingga dapat meningkatkan loyalitas untuk pelanggan lama.

PEMBAHASAN

Dari hasil analisis dan studi literatur, Sistem yang ada pada PT. Tujuhlangit Lintas Nusantara masih terdapat beberapa masalah yang masih bersifat manual dan belum mencakup seluruh kebutuhan perusahaan. Diantaranya kurangnya informasi tentang produk layanan dan pembelian produk masih menggunakan cara yang manual. Sistem CRM yang kurang efektif dapat mempengaruhi efisiensi dan kepuasan pelanggan.

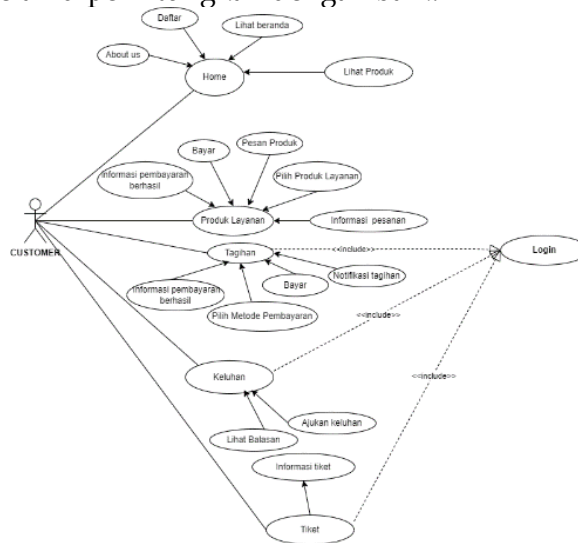
Dari permasalahan di atas dapat disimpulkan bahwa pada sistem yang sedang berjalan pada PT. Tujuhlangit Lintas Nusantara masih terdapat beberapa kekurangan sehingga dilakukan Pengembangan Sistem CRM pada PT. Tujuhlangit Lintas Nusantara yang bertujuan untuk membantu dalam memperkuat hubungan pelanggan, kepuasan pelanggan dan meningkatkan efisiensi operasional, serta meningkatkan profitabilitas melalui peningkatan dan kepuasan pelanggan.

1.1 Use Case Sistem yang diusulkan



Gambar 3.1 Use Case Diagram Admin

Use case diagram admin membantu dalam memahami bagaimana admin akan berinteraksi dengan sistem yang kompleks dan memberikan pandangan visual tentang tugas-tugas yang harus dilakukan oleh admin. Pada gambar diatas menjelaskan bahwa admin dapat mengakses semua informasi yang ada pada sistem. Diagram ini membantu pengembang sistem untuk merancang antarmuka yang sesuai dengan kebutuhan admin, serta memastikan bahwa semua fitur yang diperlukan untuk pengelolaan sistem telah diperhitungkan dengan baik.



Gambar 3.2 Use Case Diagram Customer

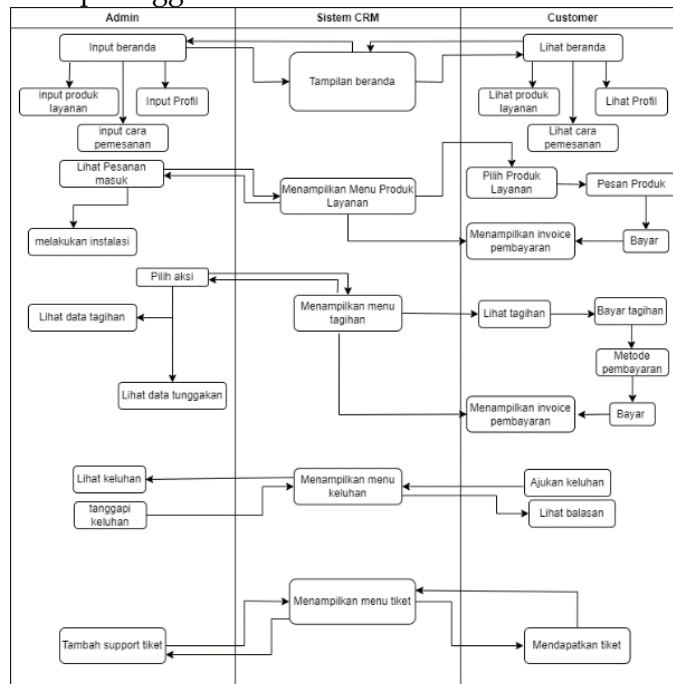
Pada use case diagram customer mencakup serangkaian aktivitas atau tindakan yang bisa dilakukan oleh pelanggan yang berinteraksi dengan sistem. Aktor customer merupakan entitas eksternal yang terlibat dalam berbagai proses. Use case yang terdapat dalam diagram ini mencakup beberapa aktivitas utama yang bisa dilakukan oleh pelanggan, seperti melihat beranda sistem, melihat informasi produk layanan, lihat menu cara berlangganan, melihat profil perusahaan, melakukan pendaftaran pelanggan baru, pembayaran pesanan, informasi pemesanan melihat invoice pembayaran tagihan pesanan, melakukan pembayaran tagihan, melihat invoice pembayaran, membayar tagihan, masukan keluhan dan mendapatkan tiket. Dengan adanya Use Case Diagram ini, gambaran visual tentang interaksi antara pelanggan

dengan sistem dapat dipahami dengan lebih baik, menggambarkan fungsionalitas utama yang tersedia bagi pelanggan dalam memanfaatkan layanan yang disediakan oleh sistem tersebut.

1.2 Activity Diagram yang diusulkan

Activity diagram menjelaskan proses yang terjadi pada sistem yang memperlihatkan urutan aktivitas interaksi antara admin, pelanggan dan sistem. Aktivitas pada sistem ini diantaranya yaitu

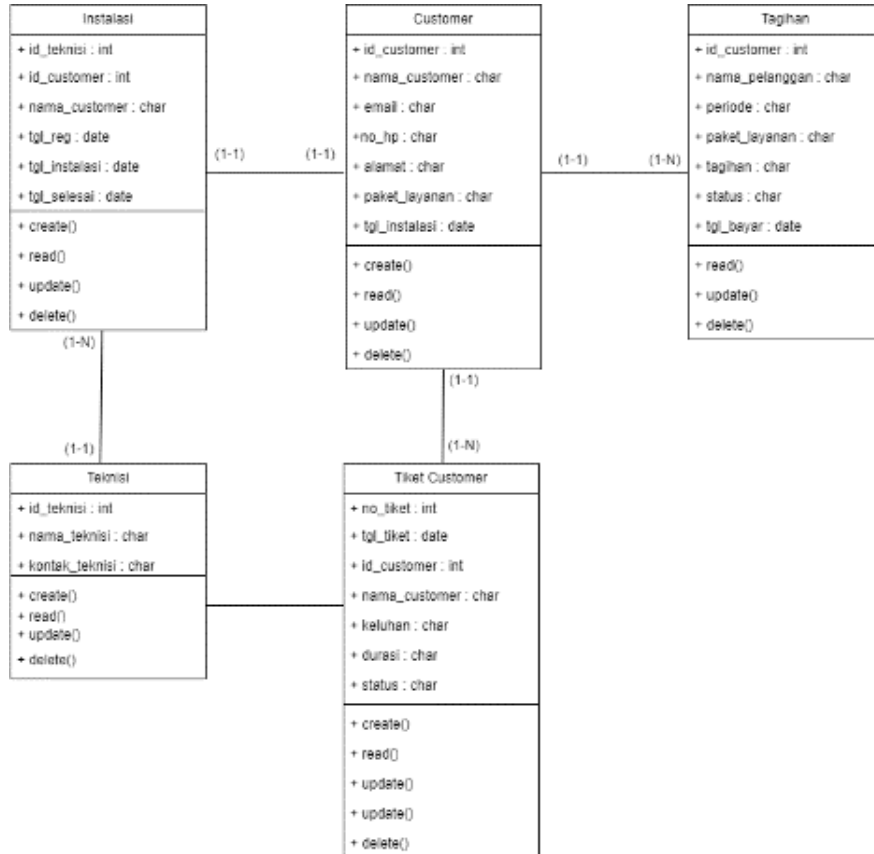
1. Calon pelanggan mengunjungi website untuk melihat produk layanan dan melakukan pemesanan produk.
2. Setelah melakukan pemesanan produk, calon pelanggan membayar tagihan dari produk yang di pesan dengan memilih metode pembayaran yang ada.
3. Lalu pelanggan akan mendapatkan informasi invoice pembayaran dan mendapatkan informasi instalasi.
4. Setelah berlangganan pelanggan dapat masuk ke website dengan login menggunakan nama pelanggan dan nomor layanan. Setelah login pelanggan dapat mengakses menu tagihan.
5. Pada menu tagihan, pelanggan dapat melihat dan membayar tagihannya dengan memilih metode pembayaran yang ada serta pelanggan akan mendapatkan informasi invoice pembayaran berhasil dan juga pelanggan akan mendapatkan notifikasi tagihan setiap bulannya.
6. Admin mengakses menu tagihan, pada menu tagihan admin dapat melihat pelanggan yang belum bayar dan pelanggan yang menunggak.
7. Lalu pada menu keluhan, pelanggan dapat mengirim keluhan dan admin dapat melihat dan menanggapi keluhan dari pelanggan.
8. Setelah itu jika keluhan pelanggan tergolong merugikan pelanggan, admin akan memberikan tiket untuk pelanggan.



Gambar 3. 3 Activity Diagram

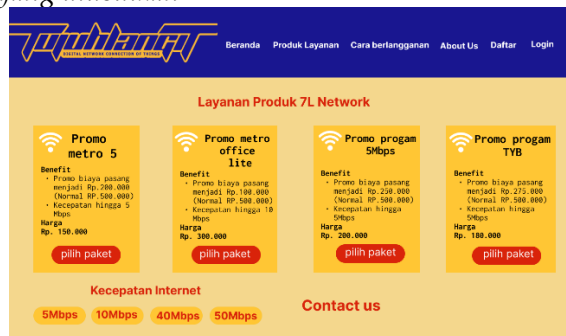
1.3 Class Diagram Sistem yang diusulkan

Class diagram adalah salah satu jenis diagram struktural dalam UML yang secara jelas menggambarkan struktur dan deskripsi class, atribut, metode, serta hubungan antar objek yang digunakan.

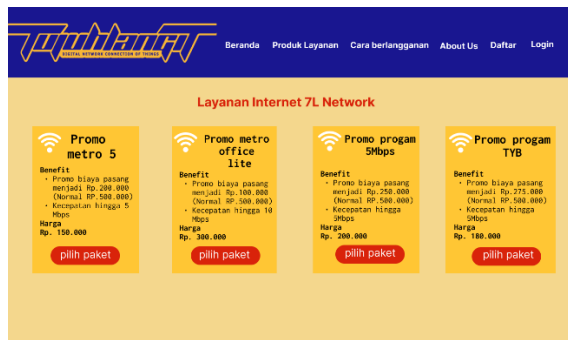


Gambar 3.4 Class Diagram

3.4 Desain Sistem yang diusulkan



Gambar 3. 4 Tampilan Beranda



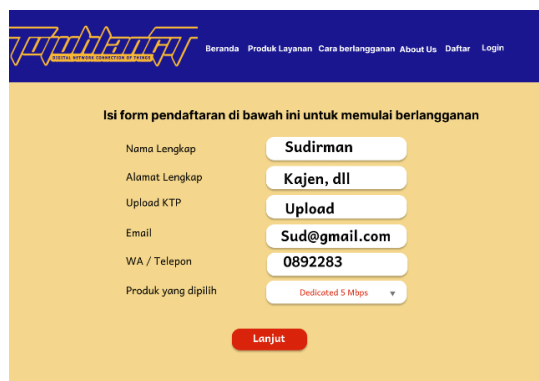
Gambar 3. 5 Tampilan Produk Layanan



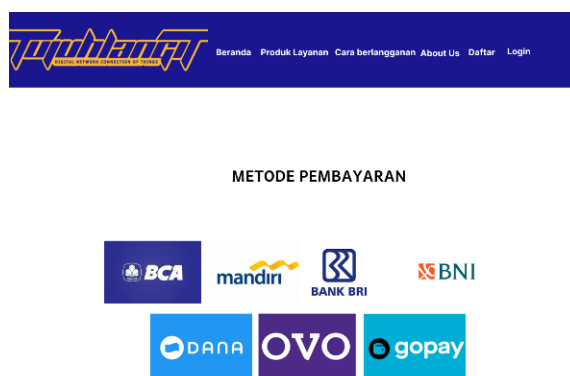
Gambar 3. 6 Tampilan cara berlangganan



Gambar 3. 7 Tampilan Profil Perusahaan



Gambar 3. 8 Calon pembeli mengisi formulir pendaftaran



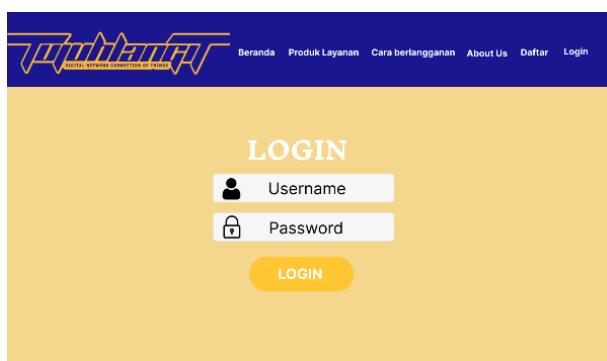
Gambar 3. 9 Calon Pembeli memilih metode pembayaran



Gambar 3. 10 Tampilan invoice pembayaran



Gambar 3. 11 Tampilan Informasi pesanan yang diakses oleh admin. Admin dapat memasukan informasi pesanan dan informasi instalasi.



Gambar 3. 16 Tampilan Login Pelanggan.



Gambar 3. 17 Pelanggan melihat tagihan.



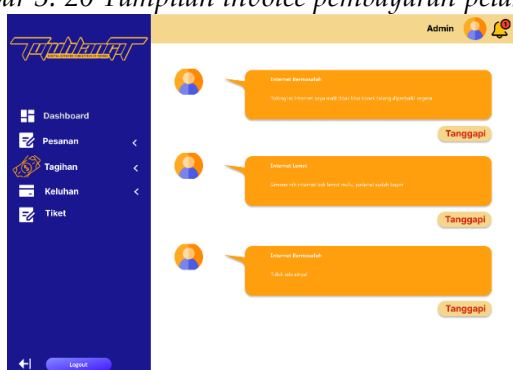
Gambar 3. 18 Tampilan notifikasi tagihan



Gambar 3. 19 Tampilan pelanggan membayar tagihan dengan memilih metode pembayaran yang disediakan.



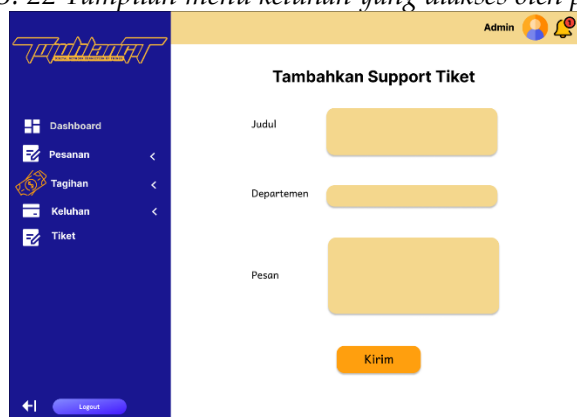
Gambar 3. 20 Tampilan invoice pembayaran pelanggan.



Gambar 3. 21 Tampilan Keluhan yang diakses oleh admin.



Gambar 3. 22 Tampilan menu keluhan yang diakses oleh pelanggan.



Gambar 3. 23 Tampilan menu tiket yang diakses oleh pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis, kajian literatur dan dengan mempertimbangkan semua aspek kelayakan sistem di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa penerapan sistem CRM yang diusulkan akan memberikan manfaat yang signifikan bagi PT. Tujuhlangit Lintas Nusantara dalam meningkatkan kinerja, pelayanan pelanggan, serta manajemen data dengan meminimalkan risiko yang terkait. Ini akan mendukung pertumbuhan dan perkembangan positif perusahaan di masa mendatang.

Dan saran dalam mengoptimalkan penggunaan sistem CRM, beberapa langkah kunci perlu diperhatikan. Pertama, penting untuk memahami sepenuhnya fungsi dan fitur yang tersedia dalam sistem tersebut. Pelajari cara efektif mengelola data pelanggan, aktivitas penjualan, serta bagaimana menganalisis informasi yang dihasilkan oleh sistem. Selanjutnya, tetapkan tujuan yang spesifik terkait dengan penggunaan CRM, apakah itu untuk meningkatkan retensi pelanggan, meningkatkan penjualan, atau meningkatkan efisiensi operasional. Pastikan data yang dimasukkan ke dalam sistem akurat dan terorganisir dengan baik agar memberikan hasil yang berguna. Gunakan fitur otomatisasi untuk mengurangi tugas-tugas manual, seperti pengiriman email atau penjadwalan pertemuan, sehingga dapat meningkatkan produktivitas tim. Penting juga untuk memberikan pelatihan kepada tim agar dapat menggunakan sistem ini dengan efektif dan konsisten. Terakhir, lakukan evaluasi berkala terhadap kinerja sistem CRM untuk menyesuaikan strategi, memperbaiki kelemahan, dan memastikan bahwa sistem tersebut tetap relevan dengan kebutuhan bisnis yang terus berkembang. Dengan menerapkan langkah-langkah ini, penggunaan sistem CRM dapat menjadi alat yang kuat untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan.

REFERENSI

- Chadhiq, U. (2015). Customer Relationship Management (CRM): Pilihan Strategi untuk Meraih Keunggulan Bersaing. *Dharma Ekonomi*, 18(33), 1-14.
- Rahmanto, W., Juanita, S., Suryadi, L., & Sutrisno, J. (2023). Implementasi E-Crm Untuk Layanan Keluhan Implementation of E-Crm for Customer Complaints Service At Pt . *Information Tools Achievement*. 2(April), 934-942.
- Regiani, E., Dwiputri, F. A., Amaliyah, S., & Herlambang, Y. T. (2023). DAMPAK PENGGUNAAN TEKNOLOGI INTERNET TERHADAP DALAM KELUARGA cepat , tepat dan efisien . *Informasi-informasi baru yang disajikan tersebut dapat memperkaya*. 4(3), 2888-2899.
- Damanik, E., & Siregar, I. M. (2021). Pengembangan Sistem Customer Relationship Management Berbasis Web Pada Pt. Terus Mega Tara Jakarta. *Jurnal Teknik Informasi Dan Komputer (Tekinkom)*, 4(1), 60-69.
- Eka Fitriany, A., & Mulyono, H. (2023). Sistem Informasi Customer Relationship Manajemen (CRM) Berbasis Web Pada PT. Patria Cabang Mendalo. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 8(1), 67-77.
- Samudra, Y. (2023). Penerapan Metode Design Thinking Dalam Pengembangan Sistem CRM , Cash Flow , dan Management Stock Inventory Pada Aplikasi Krealogi. 1(5), 1283-1296.

Galih, Alivia, N., & Sandi Apriandi. (2023). Perancangan Sistem Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Website di PT Aguna Amreta Ardaya. *TEMATIK*, 10(1), 113-123.

Nugraha, R. (2022). Rancang Bangun Sistem Crm (Customer Relationship Management) Berbasis Web Dengan Pola Mvc. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, 9(1), 70-85.