

IMPLEMENTASI *ELECTRONIC COSTUMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT (E-CRM) SEBAGAI SISTEM INFORMASI DALAM
PENINGKATAN LAYANAN PESERTA DIDIK DI BIMBEL EXPRESS
BERBASIS *CRM TOUCHING APPLICATION*

Dian Lesmana^{*1}, Fahmy Yusuf², Dede Irawan³

E-mail: ^{*1}dianlesmana393@gmail.com, ²fahmionline@uniku.ac.id, ³dede.irawan@uniku.ac.id
Universitas Kuningan (Sistem Informasi), Fakultas Ilmu Komputer Universitas Kuningan, 2019

Abstrak

Pendidikan nonformal adalah setiap kesempatan dimana terdapat komunikasi yang teratur dan terarah diluar sekolah, dimana seseorang mendapat informasi pengetahuan, latihan ataupun bimbingan sesuai dengan usia dan kebutuhan kehidupannya dengan tujuan mengembangkan tingkat keterampilan, sikap-sikap peserta yang efisien dan efektif dalam lingkungan keluarga bahkan masyarakat dan negara. Di Indonesia sendiri pendidikan ditempatkan sebagai suatu yang harus dimiliki oleh setiap warga negara Indonesia. Akan tetapi, jaman sekarang pendidikan non formal kurang digemari, yang mana hal tersebut bisa diidentifikasi dengan banyaknya pengangguran yang ada, hal ini akan berdampak buruk kedepannya jika dibiarkan. ("Pengamat Pendidikan, Darmaningtyas Jumat (3/4) Jakarta, Kompas.com). Hal tersebut membuat kebanyakan lembaga pendidikan non formal yang ada di Indonesia khususnya EXPReSS menjadi kesulitan dalam mendapatkan siswa, oleh karena itu metode penyelesaian yang menjadi pertimbangan untuk permasalahan ini adalah CRM Operasional. Tujuan penelitian ini adalah menerapkan metode Customer Relationship Management (CRM) pada Sistem Informasi pelayanan Siswa dibimbel EXPReSS, yang dimana penerapan dari Customer Relationship Management (CRM) Operational diterapkan pada fungsi chat, diskon, pendaftaran online dan informasi akademik, sehingga dapat mempermudah siswa dalam mendapatkan informasi serta pelayanan yang memuaskan. Supaya hubungan antara pihak bimbel dan murid bisa semakin baik. Sistem Informasi ini dibuat berbasis web, dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan MySQL sebagai database-nya.

Kata Kunci— Sistem Informasi, Customer Relationship Management (CRM) Operasional, Touching Application

Abstract

Non-formal education is an every opportunity where there is regular and directed communication outside of school, where a person gets information, knowledge, training or guidance according to his age and life needs with the aim for developing the level of skills, attitudes of participant that is efficient and effective in the family and even the community and country. In Indonesia, education is placed as a must for every Indonesian citizen. However, the current non-formal education is less popular. It can be identified with the number of existing unemployment, this will have a bad impact if it is left unchecked ("Education Observer, Darmaningtyas Friday (3/4) Jakarta, Kompas.com). This makes most non-formal educational institutions in Indonesia, especially EXPReSS, finds difficulty to get students, therefore the solution that is considered appropriate for this problem is CRM Operations. The purpose of this study is to apply the Customer Relationship Management (CRM) method in the Student Service Information System guided by EXPReSS, where the application of Operational Customer Relationship Management (CRM) is applied to the chat, discount, online registration and academic information functions to facilitate students in obtaining information and satisfying service. So that the relationship between the tutoring and students can be better. This information system is made in web-based, using the PHP programming language and MySQL as its database.

Keywords—*Information System, Operational Customer Relationship Management (CRM), Touching Application.*

1. PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan suatu hal penting bagi pertumbuhan dan perkembangan suatu bangsa, pendidikan seringkali dijadikan sebagai suatu tolak ukur untuk mengukur derajat kehidupan sosial seseorang manusia,

Berdasarkan Undang-Undang sistem pendidikan nasional tahun 1989, pendidikan dilaksanakan dalam bentuk bimbingan, pengajaran, dan latihan. Banyak orang tua yang mengupayakan pendidikan bagi buah hatinya dengan jalur pendidikan yang berbeda.

Jalur pendidikan adalah wahana yang dilalui peserta didik untuk mengembangkan potensi diri dalam suatu proses pendidikan yang sesuai dengan tujuan pendidikan. Dalam UU No. 20 tahun 2003 Pasal 13 ayat 1 dinyatakan bahwa jalur pendidikan terdiri dari pendidikan formal, non-formal.

Di Indonesia sendiri pendidikan ditempatkan sebagai suatu yang harus dimiliki oleh setiap warga negara Indonesia. Akan tetapi, jaman sekarang pendidikan non formal kurang diperhatikan oleh pemerintah, yang mana hal tersebut akan berdampak terhadap minat masyarakat terhadap pendidikan non formal. (“Pengamat Pendidikan, Darmaningtyas Jumat (3/4) Jakarta, Kompas.com)

Terlebih lagi, saat ini perkembangan teknologi di Indonesia terlihat semakin berkembang baik.

Hal ini bisa diindikasikan dengan adanya pertumbuhan penggunaan teknologi baik di bidang industri maupun

disektor pendidikan. Penggunaan teknologi pada sektor pendidikan pastinya akan sangat membantu pengolahan dan penyediaan informasi bagi pelajar dan lembaga pendidikan.

Bimbel Express sebagai salah satu tempat bimbingan belajar bahasa Inggris yang ada di Kuningan Jawa Barat, diharapkan dapat memanfaatkan teknologi yang sedang berkembang saat ini dalam memberikan dan mengolah informasi kepada para siswa bimbelnya. Dengan diterapkannya teknologi pendidikan non formal kami berharap nantinya bisa merubah pandangan masyarakat terhadap pendidikan non formal, agar bisa terus bisa mengembangkan potensi-potensi yang ada.

Permasalahan yang ada di Bimbel Express adalah belum memiliki layanan yang terintegrasi dengan pelanggan, sehingga belum secara pasti mengetahui bahwa pelanggan merasa puas dan tidaknya atas pelayanan yang diberikan, salah satu metode yang dapat digunakan untuk meningkatkan pelayanan maupun promosi kepada pelanggan Exspress course adalah dengan metode CRM yaitu *Customer Relationship Management*, yang dimana dengan penggunaan metode ini maka pelanggan akan merasa di mengerti oleh perusahaan atau bisnis unit tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Menurut ^[1]Pressman (2015), model *waterfall* adalah model klasik yang bersifat sistematis, berurutan dalam membangun *software*. Nama model ini sebenarnya adalah “*Linear Sequential Model*”. Model ini sering disebut juga dengan “*classic life*

cycle” atau metode waterfall. Model ini termasuk ke dalam model *generic* pada rekayasa perangkat lunak dan pertama kali diperkenalkan oleh Winston Royce sekitar tahun 1970 sehingga sering dianggap kuno, tetapi merupakan model yang paling banyak dipakai dalam *Software Engineering* (SE). Model ini melakukan pendekatan secara sistematis dan berurutan. Disebut dengan *waterfall* karena tahap demi tahap yang dilalui harus menunggu selesainya tahap sebelumnya dan berjalan berurutan.

2.1. Customer Relationship Management

Menurut ^[3] Kalakota dan Robinson : 2001, *Customer Relationship Management (CRM)* adalah sebagai integrasi dari strategi penjualan, pemasaran, dan pelayanan yang terkoordinasi.

^[3] Menurut Kalakota dan Robinson (2001) CRM terbagi menjadi 3 bagian, yaitu:

1. Operasional CRM

Operasional CRM dikenal sebagai front office perusahaan. Komponen CRM ini berperan dalam interaksi dengan pelanggan. Operasional CRM mencakup proses otomatisasi yang terintegrasi dari keseluruhan proses bisnis, seperti otomatisasi pemasaran, dan pelayanan. Salah satu penerapan CRM yang termasuk dalam kategori operasional CRM adalah dalam bentuk aplikasi web. Melalui web, suatu perusahaan dapat memberikan pelayanan kepada pelanggan.

2. Analitikal CRM

Analitikal CRM dikenal sebagai back office perusahaan. Komponen CRM ini berperan dalam memahami kebutuhan pelanggan. Analitikal CRM berperan dalam melaksanakan analisis pelanggan dan pasar,

seperti analisis trend pasar dan analisis kebutuhan dan perilaku pelanggan. Data yang digunakan pada CRM analitik adalah data yang berasal dari CRM operasional.

3. Collaborative CRM

Komponen kolaborasi CRM meliputi e-mail, personalized publishing, ecommunities, dan sejenisnya yang dirancang untuk interaksi antara pelanggan dengan perusahaan. Tujuan utamanya adalah memberikan nilai tambah dan memperluas loyalitas pelanggan ke pelanggan lain yang masih belum berada di level kesetiaan pelanggan. Collaborative CRM juga mencakup pemahaman atau kesadaran bahwa pelanggan yang setia dapat menjadi magnet bagi pelanggan lain.

1. Fase Customer Relationship Management

Menurut ^[3] Kalakota dan Robinson, CRM terdiri dari fase-fase sebagai berikut:

- a. Mendapatkan pelanggan baru (Acquire): Pelanggan baru didapatkan dengan memberikan kemudahan pengaksesan informasi, inovasi baru, dan pelayanan yang menarik.
- b. Meningkatkan nilai pelanggan (Enhance): Perusahaan berusaha menjalin hubungan dengan pelanggan melalui pemberian pelayanan yang baik terhadap pelanggannya (customer service).
- c. Mempertahankan pelanggan yang telah ada (Retain): Mempertahankan pelanggan yang memberi keuntungan, dengan menawarkan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan spesifik bukan yang dibutuhkan oleh pelanggan pasar, karena nilai produk atau jasa bagi

pelanggan adalah nilai proaktif yang paling sesuai dengan kebutuhannya. Fokus perusahaan saat ini adalah bagaimana mempertahankan pelanggan yang sudah ada pasti memberikan keuntungan bagi perusahaan daripada bagaimana mendapatkan pelanggan baru yang belum tentu menguntungkan.

2. Tujuan Customer Relationship Management

Pada dasarnya, tujuan suatu perusahaan mengadopsi CRM adalah untuk meningkatkan ketahanan dan kepuasan pelanggan. Secara umum dapat dikatakan bahwa tujuan setiap strategi CRM adalah untuk mengembangkan hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Sasaran utama dari CRM adalah untuk meningkatkan pertumbuhan jangka panjang dan profitabilitas perusahaan melalui pengertian yang lebih baik terhadap kebiasaan (behavior) pelanggan. Diantara tujuan CRM yang lain adalah :

- a. Mengetahui kebutuhan pelanggan pada masa yang akan datang.
- b. Membantu perusahaan dalam meningkatkan pelayanan yang lebih baik yang dapat diberikan kepada pelanggan.
- c. Mendapatkan pelanggan baru.
- d. Mengetahui perbaikan yang diperlukan oleh perusahaan dalam rangka memuaskan pelanggan.
- e. Mampu menganalisa perilaku pelanggan.
- f. Mengurangi biaya yang dikeluarkan dalam rangka mendapatkan pelanggan baru karena dengan CRM perusahaan dapat menahan pelanggan lama untuk tetap loyal pada perusahaan.

3. Manfaat Customer Relationship Management

manfaat Customer

Relationship Management adalah:

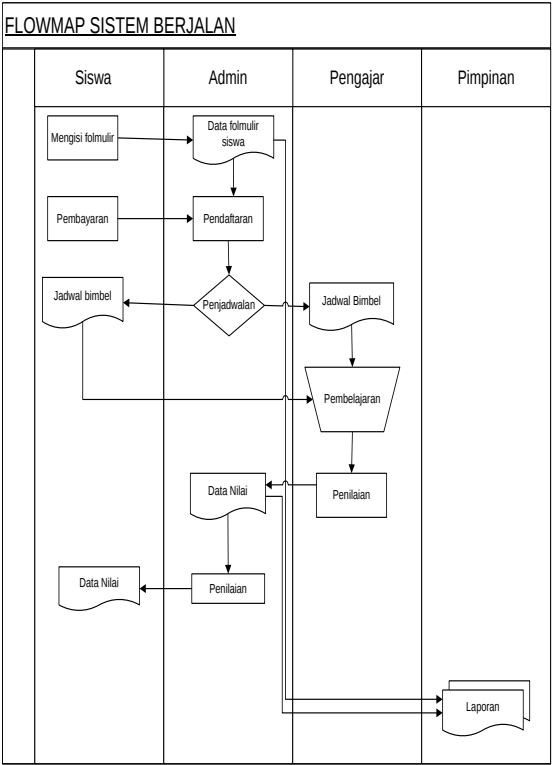
- a. Mendorong loyalitas pelanggan: Aplikasi CRM memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan informasi dari semua titik kontak dengan pelanggan, baik melalui web, call center, atau melalui staf pelayanan di lapangan. Dengan adanya konsistensi dan kemudahan dalam mengakses dan menerima informasi, maka bagian pelayanan akan dapat memberikan layanan yang lebih baik lagi kepada pelanggan dengan memanfaatkan berbagai informasi penting mengenai pelanggan tersebut.
- b. Mengurangi biaya: Dengan penerapan CRM, memungkinkan pelayanan terhadap pelanggan memiliki skema informasi yang spesifik dan terfokus, serta dengan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

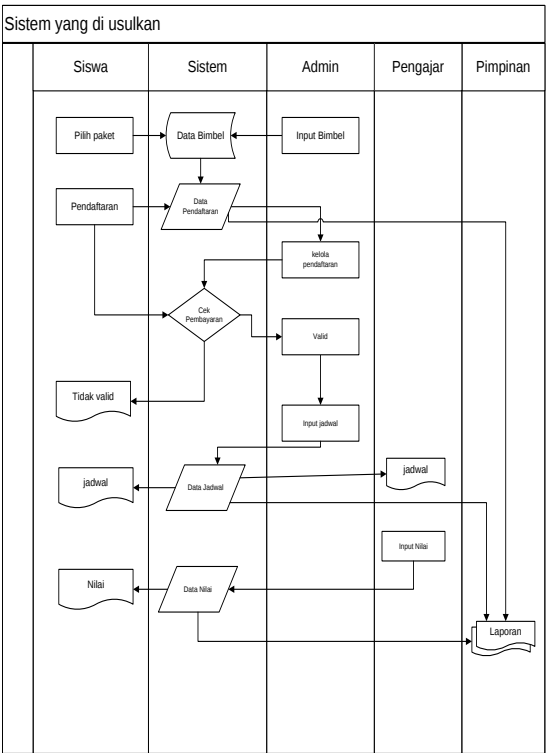
1. Perancangan

a. Flowmap

Ada beberapa proses flowmap yang dirancang, diantaranya yaitu flowmap sistem yang berjalan, dimana menjelaskan alur yang sedang berjalan dibimbel EXPReSS, serta flowmap yang diusulkan penulis untuk bimbel EXPReSS dimana telah terkoordinasi oleh sistem. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada gambar flowmap yang ada di bawah ;



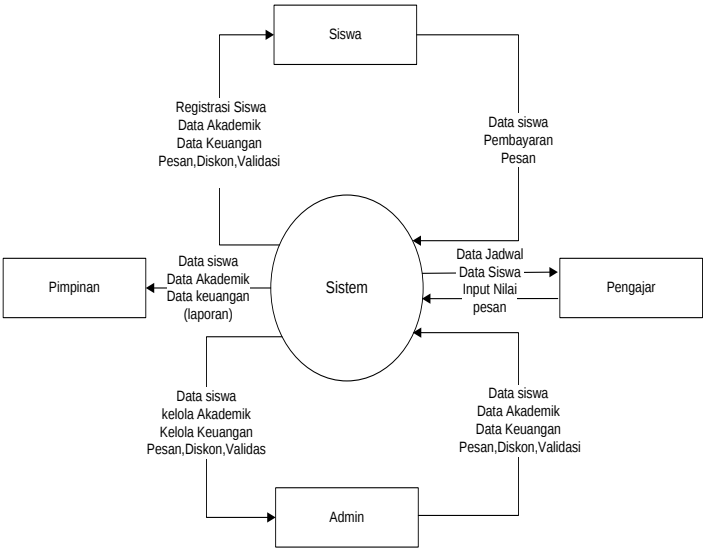
Gambar 1. Flowmap sistem penjualan



Gambar 2. Flowmap yang diusulkan

b. Diagram Konteks

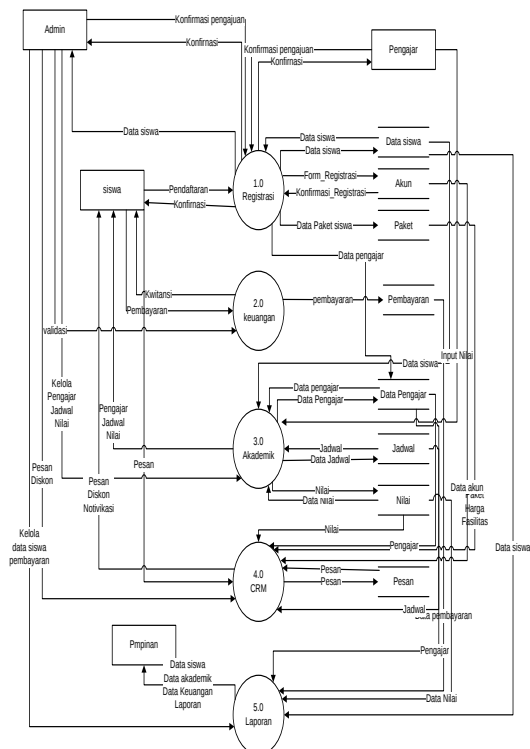
Untuk perancangan *Diagram Konteks* pada sistem yang akan dibangun yaitu :



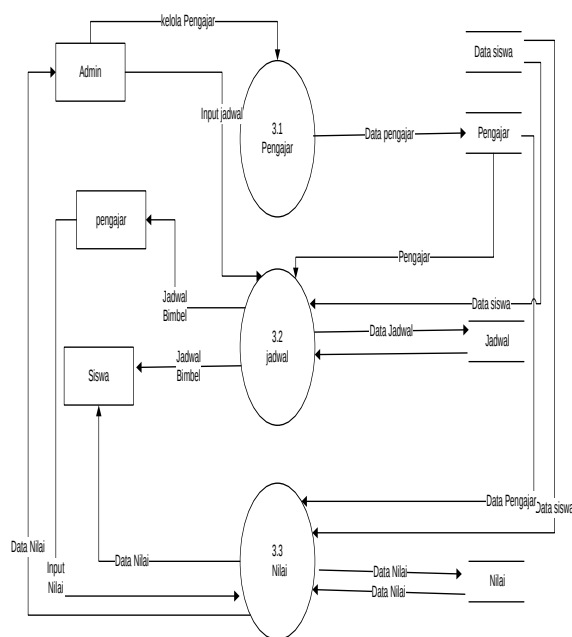
Gambar 3. Diagram Konteks

c. Data Flow Diagram (DFD)

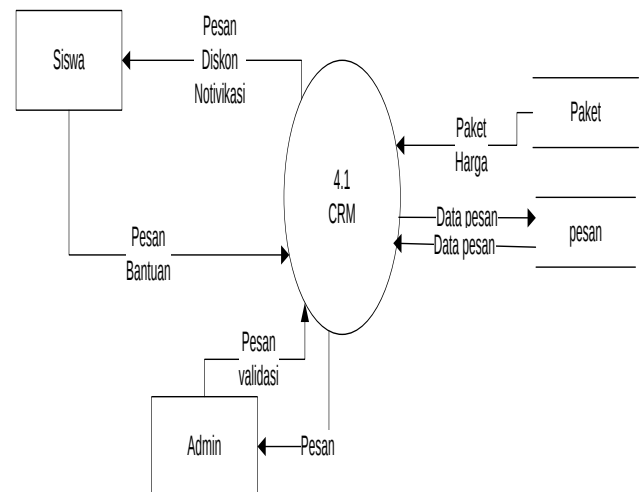
Untuk perancangan *Data Flow Diagram (DFD)* yang akan di bangun terdapat beberapa level, yaitu yang pertama dimulai dari level 0, pada level 0 ini membahas tentang semua alur yang dimana didalam nya terdapat 4 proses yaitu proses registrasi, transaksi, analisis CRM dan pengelolaan data. Lalu untuk level 1 di bagi menjadi dua, yaitu level 1 registrasi yang dimana membahas tentang alur registrasi dan pengajuan toko, yang kedua level 1 transaksi yang dimana membahas alur transaksi dari keseluruhan. Untuk lebih lanjut bisa di lihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4. DFD Level 0



Gambar 5. DFD Level 1 Proses Akademik

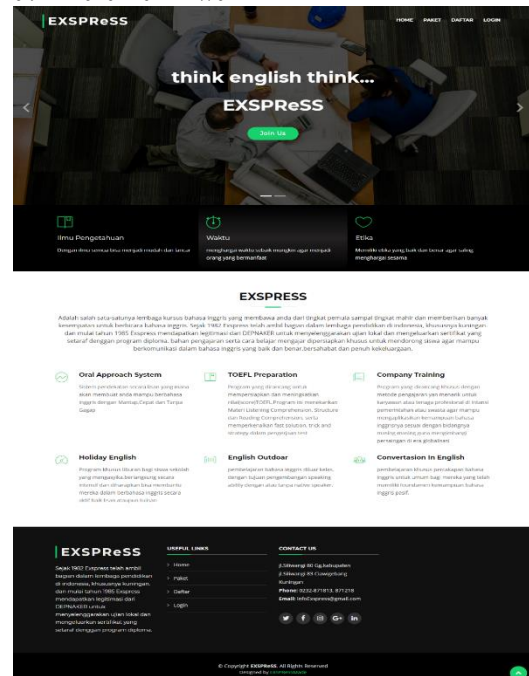


Gambar 6. DFD Level 1 Proses CRM

2. Interface Sistem

Implementasi antarmuka Sistem Informasi Bimbel EXPReSS ini merupakan implementasi dari perancangan sebelumnya yang dimana didalam terdapat 4 hak akses yang berbeda-beda, yaitu siswa, pengajar, admin dan juga pimpinan. Untuk lebih lanjut bisa di lihat pada gambar di bawah :

a. *Halaman Awal*

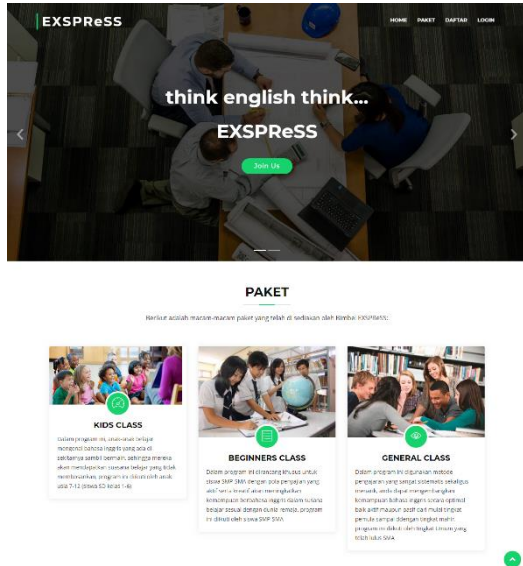


Gambar 7. Halaman Awal

Gambar 7. merupakan halaman awal yang dimana menampilkan beberapa menu

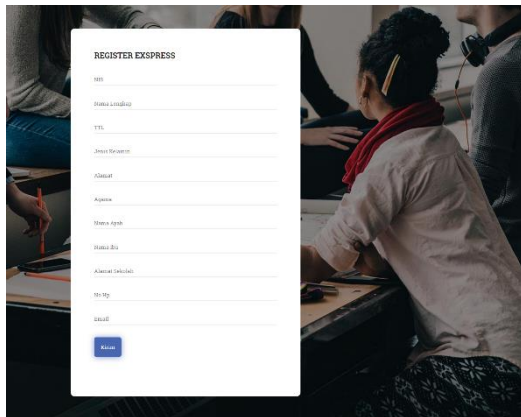
dan produk yang terdapat pada Sistem informasi ini.

b. Halaman Paket



Gambar 7. Halaman Paket merupakan tampilan menu paket yang dimana menampilkan program-program paket yang disediakan.

c. Halaman Registrasi



Gambar 8. Halaman Registrasi

Gambar 8. merupakan halaman registrasi akun yang dimana di sana terdapat form pengajuan atau registrasi yang nantinya akan tersimpan pada database di sistem.

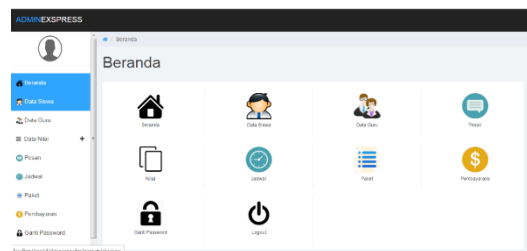
d. Halaman login



Gambar 9. Halaman Login

Merupakan tampilan yang mana menampilkan form untuk melakukan login ke akun Bimbel Exspress yang sudah terdaftar.

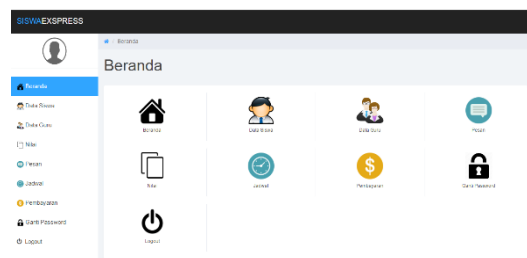
e. Halaman Utama Admin



Gambar 10. Halaman Utama Admin

Pada halaman utama admin ini merupakan tampilan utama untuk hak akses admin, yang dimana di dalamnya terdapat menu untuk ke tampilan pesan, data siswa, data pengajar, data paket, data pembayaran, data nilai, data jadwal dan logout. Pada hak akses admin dapat melakukan pengolahan – pengolahan data yang ada di Bimbel

f. Halaman Utama Siswa

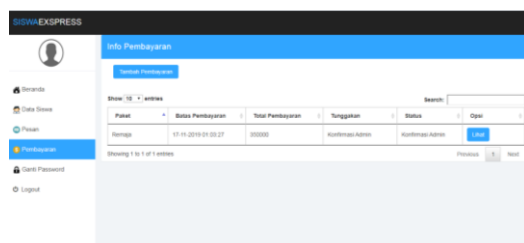


Gambar 11. Halaman Utama siswa

Pada halaman Beranda Siswa ini merupakan tampilan utama untuk hak

ases siswa, yang dimana di dalamnya siswa akan mendapatkan informasi-informasi yang akan memudahkannya dalam proses belajar, seperti menu untuk saling kirim pesan, data siswa, data pengajar, data pembayaran, data nilai, data jadwal dan logout.

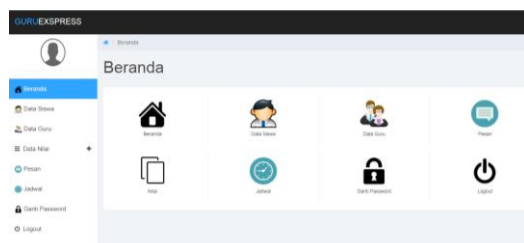
g. *Halaman Pembayaran siswa*



Gambar 12. Halaman Pembayaran Siswa

Pada menu Pembayaran ini siswa akan mendapatkan informasi seputar pembayaran serta melakukan pembayaran online. Di dalam menu ini juga kita dapat melihat tunggakan-tunggakan pembayaran.

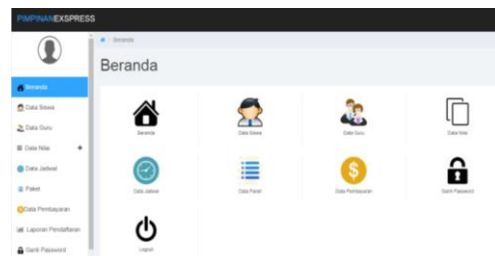
h. *Halaman Utama Pengajar*



Gambar 13. Halaman Utama Pengajar

Pada halaman utama Pengajar ini merupakan tampilan utama untuk hak ases pengajar, yang dimana di dalamnya terdapat informasi-informasi seperti, menu untuk mengirim pesan, data siswa, data diri pengajar, data jadwal, input data nilai, dan logout.

i. *Halaman Utama Pemimpin*



Gambar 13. Halaman Utama Pemimpin

Pada Gambar 13 ini merupakan tampilan dari halaman utama pimpinan yang mana dapat mengakses keseluruhan data yang ada di Bimbel EXPRESS.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada bab – bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Dengan menggunakan bahasa pemrograman *PHP*, *HTML*, *Javascript* dan database *MySQL* dapat membangun suatu sistem informasi layanan peserta di Lembaga Bimbel EXSPReSS.
2. Metode *Costumer Relationship Management (CRM) Operational* dapat diterapkan pada sistem informasi di Bimbel EXSPReSS berbasis *Touching Application* dengan menyediakannya fitur-fitur mandiri dalam Sistem Informasi tersebut.

SARAN

Sistem aplikasi yang dibangun pada penelitian ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan. Untuk pengembangan selanjutnya terdapat beberapa saran, yakni :

1. Aplikasi ini bisa dikembangkan pada platform *mobile* seperti Android, iOS, Windows Phone, Blackberry, dll.
2. Website ini dapat ditambahkan beberapa fitur yang dapat meningkatkan pelanggan, seperti pembelajaran online dll.
3. Menambahkan sistem promo dan juga diskon agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam proses penyelesaian ini, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak. Baik berupa bimbingan arahan, petunjuk, saran, keterangan – keterangan kritis serta data – data baik secara tertulis maupun lisan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Dikdik Harjadi, SE., M.Si, selaku Rektor Universitas Kuningan
2. Bapak Dadang Hamdani, M.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Kuningan.
3. Bapak Erik Kurniadi, M.Kom, selaku Kepala Program Studi Sistem Informasi S1 Fakultas Ilmu Komputer Universitas Kuningan.
4. Bapak Fahmi Yusuf, MMSI., selaku pembimbing I yang telah mengarahkan dan membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dede Irawan, M.Kom, selaku pembimbing II yang telah mengarahkan dan membimbing dalam penyusunan skripsi ini.

6. Bapak Endra Suseno, M.Kom, selaku pembimbing akademik yang telah memberikan masukan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Orang tua yang telah memberikan doa, arahan, dukungan dan dorongan dari segi material maupun moral.
8. Keluarga yang telah memberikan arahan serta dukungan baik secara materi maupun moral.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Pressman, R.S. 2015. *Rekayasa Perangkat Lunak: Pendekatan Praktisi* Buku I. Yogyakarta: Andi
- [2] A.S, Rosa dan M, Shalahuddin. (2013), *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek*, Penerbit Informatika, Bandung.
- [3] Kalakota, R. Dan Robinson, M. (2001), *E-Business 2.0 Roadmap for success*. Massachusetts: Addison Wesley Longman Inc.
- [4] Jogiyanto, Hm. 2001. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Pendekatan Terstruktur Teori dan Perakitan Aplikasi Bisnis. Yogyakarta: Andi Offset.