

IMPLEMENTASI METODE CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA ONE STUDIO MUSIK CIAWIGEBANG

Sugiarto
Fakultas Ilmu Komputer
Universitas Kuningan

ABSTRAK

One Studio Musik adalah salah satu studio musik yang beralamatkan di Ciawigebang. One Studio Musik menawarkan penyewaan alat musik dan studio musik. Sistem yang digunakan pada One Studio Musik masih secara manual sehingga kesulitan dalam mengelola data pengunjung dan penyewaan studio maupun alat musik menjadi suatu informasi yang berguna dimana proses pengolahan data tersebut masih ditulis dalam buku besar dan kemungkinan data bisa saja hilang. Maka dari itu metode penyelesaian masalah dalam penelitian ini menggunakan metode CRM. CRM adalah suatu strategi bisnis untuk meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan dan memuaskan pelanggan. Dalam pembuatan CRM ini menggunakan metode pengembangan perangkat lunak model *waterfall* serta perancangan sistemnya menggunakan DFD, ERD. Dan Bahasa pemrograman yang digunakan PHP dan MySQL. Pada penelitian ini pelanggan yang terdaftar sebagai member mendapatkan fasilitas CRM diantaranya pemberian *point*, *sms gateway*, diskon *event*, dan juga *member* dapat mengantri penyewaan alat musik jika status alat tidak tersedia atau sedang dipinjam oleh member lainnya. Sistem di uji menggunakan *Black Box* dan *White Box*. Dengan menerapkan metode CRM perusahaan dapat mempertahankan pelanggan lama dan juga mendatangkan pelanggan baru. Selain itu CRM berkaitan dengan pelanggan untuk meningkatkan akses yang lebih cepat dengan kualitas yang lebih baik.

Kata Kunci Penyewaan studio dan alat musik, *Customer Relationship Management*, dan Web.

ABSTRACT

One Studio Music is one of the music studios which is addressed in Ciawigebang. One Studio Music offers rental of musical instruments and music studios. The system used in One Studio Music is still manually so that the difficulty in managing visitor data and rental studio and musical instrument into a useful information where the data processing is still written in the ledger and the possibility of data may be lost. Therefore the method of problem solving in this research using CRM method. CRM is a business strategy to improve relationships with customers and satisfy customers. In making this CRM using software development method *waterfall* model and system design using DFD, ERD. And the programming language used PHP and MySQL. In this study, registered customers as members get CRM facilities such as giving *point*, *sms gateway*, *event discount*, and also *member* can queue the rental of musical instrument if tool status is not available or being borrowed by other member. System tested using *Black Box* and *White Box*. By applying the CRM method the company can retain old customers and also bring in new customers. In addition, CRM deals with customers to improve faster access with better quality.

Keywords: Rental studios and musical instruments, *Customer Relationship Management*, and Web.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada saat ini meningkat dengan cepat dan telah memasuki berbagai bidang seiring bertambahnya

kebutuhan manusia. Sebagai contoh penggunaan komputer baik untuk kepentingan personal maupun kepentingan untuk bisnis perusahaan. Salah satu pemanfaatan teknologi informasi yaitu penggunaan teknologi

informasi yang menyediakan pelayanan bagi seseorang atau sekelompok orang yang dapat menarik minat konsumen. Website atau internet merupakan jaringan komputer yang saling terhubung antara jaringan satu dengan jaringan lainnya di seluruh dunia. Kebutuhan website sangatlah mutlak diperlukan di era globalisasi ini, karena persaingan usaha yang semakin ketat. Perusahaan membutuhkan website untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan dalam hal memberikan informasi dan pelayanan.

Dewasa ini usaha di bidang perentalan studio musik mengalami perkembangan yang cukup baik, hal ini dapat dilihat dari berkembangnya industri musik di Indonesia dan juga tidak sedikit masyarakat Indonesia yang ingin menyalurkan bakatnya di bidang musik, atau hanya sekedar bermain musik. Keadaan yang seperti ini dapat dimanfaatkan oleh pelaku bisnis yang membuka usaha perentalan studio musik.

One Studio Ciawigebang merupakan studio musik yang baru berdiri 1 tahun. Sejak berdiri sampai saat ini One Studio mengalami perkembangan yang pesat dan telah mempunyai banyak pelanggan. Namun pemesanan studio sampai saat ini masih dilakukan dengan menggunakan pembukuan. Sehingga seringkali terjadi kesalahan dalam penjadwalan pemesanan dan juga penumpukan pelanggan dalam 1 hari. Hal ini tidak boleh dibiarkan terus menerus karena dapat menyebabkan ketidaknyamanan terhadap pelanggan. Promosi yang dilakukan untuk mendapatkan pelanggan baru hanya lewat mulut ke mulut. Pemasaran yang luas menjadi faktor untuk memenangkan pelanggan, untuk itu perlu adanya strategi pemasaran.

CRM (Customer Relationship Management) adalah suatu strategi bisnis yang menggunakan teknologi informasi untuk menghasilkan perusahaan yang berkompeten,

terpercaya dan terintegrasi dengan pelanggan sehingga semua proses dan interaksi dengan pelanggan membantu terpeliharanya dan meningkatkan hubungan relasi yang menguntungkan.

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan otomatisasi proses bisnis terhadap pelanggan ada strategi pemasaran yang berbasis pada upaya menciptakan hubungan antara pihak perusahaan dengan pelanggan lebih dikenal dengan istilah CRM Operasional. Menurut Buttle (2004) CRM Operasional berfokus pada otomatisasi proses bisnis dalam kaitannya dengan upaya melayani pelanggan. Berbagai aplikasi perangkat lunak CRM memudahkan proses otomatisasi pemasaran (seperti segmentasi pasar, manajemen komunikasi pemasaran, event-based-marketing), penjualan (daintaranya lead manajemen, manajemen kontak pelanggan, dan konfigurasi produk), dan fungsi layanan pelanggan (contohnya operasi call center, web based service dan field service) (Anastasia dan Fandy 2007 : 190).

Dengan menerapkan CRM perusahaan dapat mempertahankan pelanggan lama dan juga mendatangkan pelanggan baru. Selain itu CRM berkaitan dengan pelanggan untuk meningkatkan akses yang lebih cepat dengan kualitas yang lebih baik.

Menurut Sunardi (2009) SMS gateway adalah suatu sistem yang menjembatani antara handphone dengan sistem yang menjadi server dengan SMS sebagai informasinya.

Untuk meningkatkan mutu pelayanan terhadap pelanggan One Studio dibuatlah suatu sistem pemesanan berbasis web dan juga didukung oleh teknologi SMS gateway. Dengan adanya pelayanan tersebut dapat mempermudah dalam mengatur sistem pemesanan studio.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dibuat topik Tugas Akhir ini dengan judul **Implementasi Metode Customer Relationship Management**

Pada One Studio Musik Ciawigebang.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat teridentifikasi beberapa masalah diantaranya sebagai berikut :

1. Belum adanya implementasi jadwal pada One Studio Musik, sehingga customer tidak mendapatkan informasi jadwal studio.
2. Proses transaksi pemesanan studio dan penyewaan alat musik, masih ditulis di dalam buku, sehingga seringkali terjadi kesalahan dalam penjadwalan pemesanan.
3. Belum adanya penerapan CRM dalam informasi jadwal pemesanan berbasis Web di One Studio.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam pembuatan website Studio musik adalah :

1. Menerapkan metode CRM Operasional pada sistem pemesanan studio dan penyewaan alat musik.
2. Setiap transaksi yang dilakukan member akan mendapatkan poin, dan dapat melakukan penukaran poin.
3. Memberikan diskon disetiap event tertentu.
4. Adanya pemberitahuan pemesanan dengan menggunakan SMS gateway

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Membangun sebuah sistem yang menerapkan metode CRM Operasional pada One Studio Musik Ciawigebang yang mampu memberikan informasi kepada membernya.
2. Menerapkan sistem poin pada sistem informasi One Studio agar mendapatkan loyalitas dari member.

3. Meningkatkan kepuasan member dalam melakukan transaksi.
4. Menggunakan SMS gateway sebagai pengingat member terkait transaksi yang dilakukan.

1.5 Manfaat penelitian

1. Menerapkan metode CRM Operasional dalam sebuah sistem informasi pada One Studio berbasis web akan menunjang dalam mempromosikan One Studio ke lingkungan yang lebih luas, sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan.
2. Pelanggan mengetahui jadwal yang ada di One Studio untuk melakukan pemesanan.
3. Member akan mendapatkan pemberitahuan terkait jadwal yang telah dipesan.
4. Pemilik dapat melakukan administrasi pelanggan baru dengan lebih mudah dan aman dari risiko kerusakan/hilang/redudansi.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Teknik Pengumpulan Data

Metode penelitian yang dilakukan untuk memperoleh data yang dibutuhkan adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Soehartono (dalam Hikmat 2011:80) wawancara adalah pengumpulan data dan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada responden oleh peneliti/pewawancara dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam. Melakukan tanya jawab pada pemilik One Studio agar penelitian yang dilakukan sesuai dengan masalah yang terjadi serta mengumpulkan data-data yang dibutuhkan.

2. Observasi

Observasi ilmiah adalah kegiatan mengamati dan mencermati serta melakukan pencatatan data atau

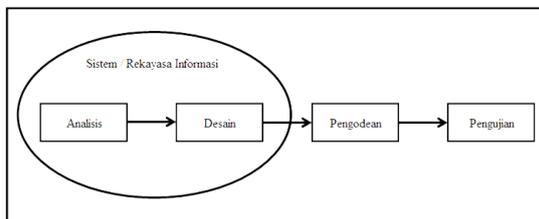
informasi yang sesuai dengan konteks penelitian (Hikmat, 2011). Melakukan observasi dengan mengamati proses apa saja yang terjadi dan berdasarkan pengalaman sebagai pelanggan One Studio.

3. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dengan mengandalkan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.(Nazir, 2003). Dan juga dengan cara mencari referensi-referensi dari buku maupun internet sebagai bahan acuan dalam penyelesaian penelitian ini.

2.2 Metode Pengembangan Perangkat Lunak

Metode pengembangan perangkat lunak menggunakan model waterfall, pendekatan alur hidup perangkat lunak secara sekuensial atau berurutan.



Gambar 1. Model Waterfall (Rosa dan Shalahuddin, 2013)

Adapun penjelasan dari model waterfall adalah sebagai berikut:

1. Analisis

Proses pengumpulan kebutuhan dilakukan secara intensif untuk mespesifikasikan kebutuhan perangkat lunak agar dapat dipahami perangkat lunak seperti apa yang dibutuhkan oleh user. Spesifikasi kebutuhan perangkat lunak pada tahap ini perlu untuk didokumentasikan.

2. Desain

Desain perangkat lunak adalah proses multi langkah yang fokus pada desain pembuatan program perangkat lunak termasuk struktur data, arsitektur perangkat lunak, representasi antarmuka, dan prosedur pengkodean. Tahap ini mentranlasi desain agar dapat diimplementasikan menjadi program pada tahap selanjutnya. Desain perangkat lunak yang dihasilkan pada tahap ini juga perlu didokumentasikan.

3. Pengodean

Desain harus ditranslasikan ke dalam program perangkat lunak. Hasil dari tahap ini adalah program komputer sesuai dengan desain yang telah dibuat pada tahap desain.

4. Pengujian

Pengujian fokus pada perangkat lunak secara dari segi logik dan fungsional dan memastikan bahwa semua bagian sudah diuji. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir kesalahan (error) dan memastikan keluaran yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan.

5. Pendukung (support) atau Pemeliharaan (maintenance)

Tidak menutup kemungkinan sebuah perangkat lunak mengalami perubahan ketika sudah dikirim ke user. Perubahan bisa terjadi karena adanya kesalahan yang muncul dan tidak terdeteksi saat pengujian atau perangkat lunak harus beradaptasi dengan lingkungan baru. Tahapan pendukung atau pemeliharaan dapat mengulangi proses pengembangan mulai dari analisis spesifikasi untuk perubahan perangkat lunak yang sudah ada, tapi tidak untuk membuat perangkat lunak baru

2.3 Customer Relationship Management (CRM)

Menurut Buttle (2004) CRM adalah strategi bisnis yang mengintegrasikan proses dan fungsi internal serta jejaring external untuk menciptakan dan menyampaikan nilai bagi pelanggan sasaran dalam rangka mendapatkan laba. CRM ditunjang dengan data pelanggan berkualitas tinggi dan difasilitasi teknologi informasi.

Menurut Plessis dan Boon (2004) CRM adalah proses membangun dan mengelola relasi dengan pelanggan pada level organisasional dengan jalan memahami, mengantisipasi, dan mengelola kebutuhan pelanggan berdasarkan pengetahuan yang didapatkan mengenai pelanggan, dalam rangka meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan profitabilitas organisasi.

2.3.1 Jenis-jenis CRM

Adapun jenis-jenis CRM menurut Buttle (2004) adalah

1. Strategic CRM berfokus pada pengembangan budaya bisnis yang bersifat customer centric. Budaya semacam ini di dedikasikan pada upaya merebut dan mempertahankan pelanggan dengan cara menciptakan dan menyampaikan nilai pelanggan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaing.
2. Operasioanl CRM berfokus pada otomatisasi proses bisnis dalam kaitannya dengan upaya melayani pelanggan. Berbagai aplikasi perangkat lunak CRM memudahkan proses otomatisasi pemasaran (seperti segmentasi pasar, manajemen komunikasi pemasaran, event-based-marketing), penjualan (diantaranya lead manajemen, manajemen kontak pelanggan, dan konfigurasi produk), dan fungsi layanan pelanggan (contohnya operasi call center, web based service dan field service).
3. Analytical CRM berfokus pada pendayagunaan data pelanggan (meliputi data penjualan, catatan pembayaran, respons terhadap kampanye pemasaran, data loyalitas, daya layanan pelanggan dan

sebagainya) untuk meningkatkan customer value dan company value.

2.3.2 Kategori CRM

Sedangkan Menurut Turban, et, al, menjelaskan bahwa aplikasi CRM bisa dijabarkan lebih lanjut menjadi empat kategori :

1. Customer Facing Appliacion meliputi semua arus interaksi antara pelanggan dan perusahaan, seperti call center, help desk, sales force automation dan field service automation.
2. Customer Touching Application dimana pelanggan berinteraksi secara langsung dengan aplikasi , misalnya web self service, campaign manajemen, dan aplikasi umum e-business.
3. Customer Centric Intelligenci Appliactions yaitu aplikasi yang dimaksudkan untuk menganalisa hasil pemrosesan operasional dan memanfaatkan hasil analisa tersebut untuk menyempurnakan aplikasi CRM, contohnya data reporting, data warehousing dan data mining.
4. Online Networking dan aplikasi lainnya berupa metode-metode yang memudahkan upaya menjalin relasi dengan berbagai pelaku bisnis, contohnya chat rooms, usnet groups, e-mail newsletter, forums dan discussions lists.

2.3.3 Sistem

Sistem menurut McLeod yang dikutip (2010:34) dalam bukunya yang berjudul “Management Information System” adalah sekelompok elemen-elemen yang terintegrasi dengan maksud yang sama untuk mencapai tujuan.

Menurut Satzinger, Jackson, dan Burd (2010:6) sistem merupakan sekumpulan komponen yang saling berhubungan dan bekerja bersama untuk mencapai suatu tujuan.

Bedasarkan kedua pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengertian sebuah sistem adalah sekumpulan elemen yang terintegasi dan bekerja bersama guna mencapai suatu tujuan tertentu.

2.3.4 Pemesanan

Menurut Edwin dan Christ (1999:1) Pemesanan dalam arti umum adalah

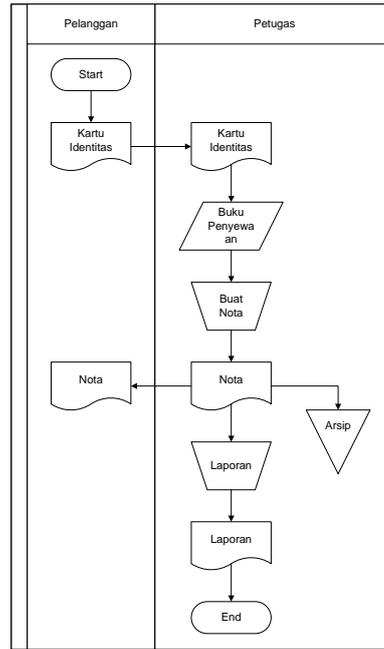
perjanjian pemesan tempat antara 2 (dua) pihak atau lebih, perjanjian pemesanan tempat tersebut dapat berupa perjanjian atas pemesanan suatu ruangan, kamar, tempat duduk dan lainnya, pada waktu tertentu dan disertai dengan produk jasanya. Produk jasa yang dimaksud adalah jasa yang ditawarkan pada perjanjian tempat tersebut, seperti pada perusahaan penerbangan atau perusahaan pelayaran adalah perpindahan manusia atau benda dari suatu titik (kota) ketitik (kota) lainnya.

2.3.5 SMS Gateway

Menurut Janner Simarmata (2010:366), aplikasi untuk transmisi teks kecil melalui standar GSM (Global System for Mobile Communication) adalah SMS. Pada kenyataannya, setiap telepon seluler yang kompatibel dengan GSM bisa mengirimkan dan menerima pesan teks SMS. Antarmuka efektif yang sederhana dalam batas-batas mobil device memungkinkan pengguna untuk membaca dan menulis pesan dengan mudah dan cepat. Aplikasi SMS sangat terintegrasi baik dengan device , seperti antarmuka yang menyajikan kunci langsung untuk membaca dan menulis pesan. Peningkatan usabilitas lainnya mencakup masukan teks yang bersifat prediksi dan mempercepat masukan teks pada keypad. SMS Gateway adalah suatu platform yang menyediakan mekanisme untuk menghantar dan menerima pesan dari peralatan mobile (HP, phone, dll). (Ben Forta, 2005:326).

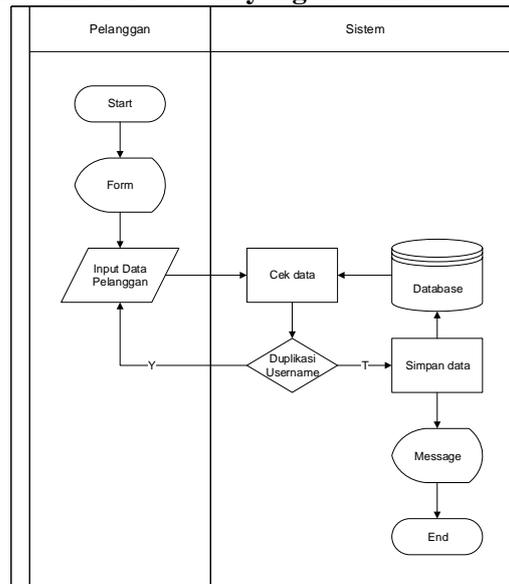
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Sistem Yang Berjalan

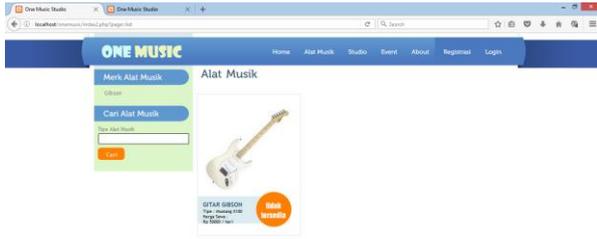


Gambar 2 Sistem berjalan

3.1.1 Analisis Sistem yang diusulkan



Gambar 3. Sistem Registrasi Yang Diusulkan



3.1.2 Tampilan Antrian Alat Musik



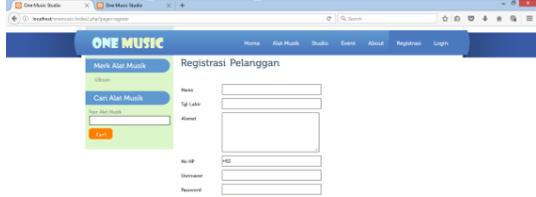
3.1.3 Tampilan Pemesanan Studio



3.1.4 Tampilan Registrasi



3.1.5 Tampilan Login



3.1.6 Laporan Penyewaan Alat Musik



3.1.7 Halaman Laporan Pemesanan Studio



4. KESIMPULAN

Setelah melakukan analisis dan implementasi sistem yang dilanjutkan dengan pengujian sistem, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Layanan CRM yang dibangun dapat memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk mengetahui informasi ketersediaan alat musik dan jadwal studio.
2. Layanan CRM ini menjadi salah satu alternatif proses pemesanan studio dan penyewaan alat musik secara online.
3. Dengan mengimplementasikan CRM pada website penyewaan alat musik dan pemesanan studio pada One Studio Musik dapat menjalin hubungan pelanggan.
4. Dengan mengimplementasikan CRM berguna meningkatkan loyalitas pelanggan dan dapat menarik pelanggan baru.

5. SARAN

Dalam One Studio Musik yang dibangun masih terdapat beberapa kekurangan yang dapat diperbaiki untuk kesempurnaan skripsi ini. maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Menambahkan fitur-fitur CRM lainnya pada website tersebut sehingga dapat lebih meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Implementasi CRM masih menggunakan website penulis menyarankan untuk dikembangkan dalam versi mobile / android untuk menunjang pelanggan yang menggunakan smartphone dalam mengakses internet.

DAFTAR PUSTAKA

Amin Widjaja Tunggal, Ak. MBA. (2008). Dasar Dasar Customer Relationship Management: Harvarindo, Jakarta

- Budiwahjuningsih S. Pengertian perancangan. (http://www.academia.edu/9308770/Pengertian_perancangan_menurut_bin_Ladja_mudi) 11 Desember 2016
- Buku Karangan e-Wolf Community (2012)
- Buttle, Francis. (2009). Customer Relationship Management (Managemen Hubungan Pelanggan) : Concept and Tool. 2nd Edition. Butterworth-Heinemman. Burlington
- D, Anastasia dan T, Fandy. (2007). E-Business. Yogyakarta : Andi.
- Ekowidodo. (2008). Cascading Style Sheet menggunakan Editor CSSED untuk Pengguna Windows dan GNU/LINUX: Andi. Yogyakarta.
- Jogiyanto. (2005). Analisis dan Desain :Andi. Yogyakarta.
- Kadir, A. (2003). Perancangan Sistem Informasi : Andi, Yogyakarta.
- Kadir, A. (2009). Dasar Perancangan dan Implementasi Database Relasional: Andi.Yogyakarta.
- Kurniawan Rulianto. (2013). PHP dan MySQL untuk Orang AwamEdisi Ke-2: Maxicom. Palembang.
- Madcoms Maduin. (2008). Teknik Mudah Membangun Website dengan HTML, PHP, & MySQL : Madcoms. Yogyakarta.
- Plessis, M. & Boon, J. A. (2004). Knowledge management in eBusiness and customer relationship management: South African case study findings. International Journal of Information Management, Vol. 24(1), pp. 73-86
- S Pressman, R. (2010). Rekayasa Perangkat Lunak : Andi. Yogyakarta
- S Pressman, R. (2010). Rekayasa Perangkat Lunak : Andi. Yogyakarta
- Sadeli Muhammad. (2013). Toko Baju Online dengan PHP dan MySQL : Maxikom. Palembang.
- Shalahudin, M, dan Rosa A.S. (2013). Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek: Informatika. Bandung.
- Shalahudin, M,dan Rosa A.S. (2013). Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek : Informatika, Bandung.
- Sidik, B dan Pohan, H. (2012). Pemrograman Web dengan HTML: Infomatika. Bandung.
- Simarmata, Janner.(2010) Rekayasa Perangkat Lunak, Yogyakarta: C.V Adni Offset
- Sofana, I. (2013). Membangun Jaringan Komputer: Informatika. Bandung.
- Sunardi, S., Murti, H., &Listiyono, H. (2009). Aplikasi SMS Gateway.Dinamik-Jurnal Teknologi Informasi, 14(1).
- Sutedjo Dharma Oetomo, B. (2006). Perencanaan & Pengembangan Sistem Informasi: Andi. Yogyakarta.
- Temporal, Paul dan Martin Troot. Romancing the Customer. Terjemahan oleh Kusnandar. Jakarta: Salemba Empat.
- Wahana Komputer. (2011). Mastering CMS Programming with PHP & MySQL: Andi. Yogyakarta.
- Winarno Edy, Ali Zaki dan SmitDev Community. 2014. 24 JAM Belajar PHP: PT.Gramedia. Jakarta..