Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA)
Edisi. .. Volume. .., Bulan.. ISSN : 2089-9033

PENERAPAN KONSEP E-SERVICE (STUDI KASUS CV INTECH MANUFAKTUR)

Yusuf Muharam
10111962

Teknik Informatika – Universitas Komputer Indonesia
Jl. Dipati Ukur No.112-114 Bandung
E-mail : yusuf.muharam89@gmail.com

ABSTRAK

CV Intech Manufaktur adalah perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur. Permasalahannya ialah perusahaan kesulitan memasarkan produk perusahaan, sulit mengolah data pemesanan, konsumen kesulitan dalam mendapatkan informasi pemesanan produk, perusahaan dan konsumen membutuhkan akses komunikasi. Oleh karena itu, untuk memecahkan masalah diatas perlu untuk menerapkan konsep *e-service* di CV Intech Manufaktur.

Penerapan konsep *e-service* ini memiliki tujuan membantu perusahaan dalam proses pemasaran. Mempermudah perusahaan dalam pengelolaan data pemesanan. Membantu konsumen untuk mendapatkan informasi saat akan melakukan pemesanan. Membantu perusahaan dan konsumen memiliki akses komunikasi. Metode yang digunakan dalam dalam pembangunan aplikasi ini menggunakan metode waterfall.Analisis dan pemodelan sistem yang digunakan ialah terstruktur menggunakan Flow map, ERD dan DFD.

Setelah dilakukan pengujian terhadap sistem maka dihasilkan kesimpulan dari penerapan konsep e-service diantaranya membantu perusahaan dalam proses pemasaran produk. Mempermudah perusahaan dalam pengelolaan data pemesanan. Konsumen terbantu untuk mendapatkan informasi terutama pada saat akan melakukan pemesanan. Konsumen lebih mudah menyampaikan saran, kritik dan keluhan pada perusahaan. Perusahaan memiliki akses komunikasi yang lebih cepat dalam menanggapi tanya jawab dari konsumen.

Kata Kunci : e-service, pelayanan, konsumen.

1. PENDAHULUAN

CV INTECH Manufaktur merupakan perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur. Perusahaan ini didirikan sejak tahun 2002 diawali dengan perdagangan alat-alat dan komponen teknik, berkembang ke arah jasa pembuatan komponen teknik, peralatan teknik dan pada tahun 2006 menambah divisi, yaitu General Mechanics, mass Production dan Training Center.

Setiap tahunnya pertambahan pelaku bisnis dibidang manfaktur semakin meningkat, sehingga persaingan bisnis dalam bidang pembuatan alat-alat dan komponen teknik meningkat juga. CV INTECH Manufaktur sudah cukup lama berkecimpung dibidang jasa pembuatan alat-alat dan komponen teknik perlu memikirkan bagaimana cara agar usaha dalam bisnis tersebut memperoleh keuntungan yang meningkat. Dalam kegiatan pemesanan jasa pembuatan komponen teknik dan peralatan teknik pada CV INTECH Manufaktur menggunakan email atau konsumen datang langsung ke perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pegawai CV INTECH Manufaktur dan beberapa konsumen, permasalahan yang ada ialah sulitnya memasarkan jasa pembuatan alat-alat dan komponen teknik kepada konsumen maupun calon konsumen, karena belum adanya media promosi yang menawarkan jasa pembuatan alat-alat dan komponen teknik. Proses pemesanan yang membutuhkan waktu yang relatif lama juga menjadi salah satu kendala karena email untuk pemesanan yang tak sampai atau pending sehingga mengakibatkan terhambatnya proses pemesanan, selain itu dalam kegiatan menjalin atau membina hubungan yang baik dengan konsumen berjalan dengan lambat dikarenakan perusahaan belum memiliki sarana untuk menampung kritik, saran dan keluhan yang mendukung untuk menangani hubungan antara perusahaan dengan konsumen maupun calon konsumen yang berpotensi secara tidak langsung akan meningkatkan keuntungan bagi perusahaan.

Perusahaan belum memiliki sarana tanya jawab yang memudahkan konsumen untuk mendapatkan informasi mengenai pelayanan yang dapat ditanggapi secara cepat, oleh karena itu perlu adanya media yang membantu dalam proses pemasaran, pemesanan, menampung keluhan. Penyampaian informasi berupa notifikasi kepada konsumen yang berkaitan dengan pemesanan, selain kepada konsumen, pegawai yang terkait dengan pemesanan maupun pemasaran akan mendapatkan notifikasi secara langsung apabila ada konsumen

yang melakukan pemesanan sehingga dapat dikonfirmasi atau ditindak lanjuti dengan cepat oleh perusahaan, serta jika ada keluhan dari konsumen bisa ditampung dalam sarana yang akan disediakan, sehingga pegawai yang terkait dengan pemesanan, kritik, saran ,maupun keluhan lebih cepat mengetahui informasi dari konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak CV INTECH Manufaktur menyatakan, bahwa perusahaan perlu sistem yang dapat mengelola kebutuhan setiap konsumen dalam rangka menjaga loyalitas konsumen serta peningkatan kualitas layanan konsumen maupun calon konsumen. Oleh karena itu, dibangunlah suatu sistem yang dapat membantu mengelola kebutuhan konsumen dan diajukan sebagai tugas akhir dengan judul Penerapan Konsep *e-service* Studi Kasus pada CV INTECH Manufaktur.

1.1 Maksud Dan Tujuan

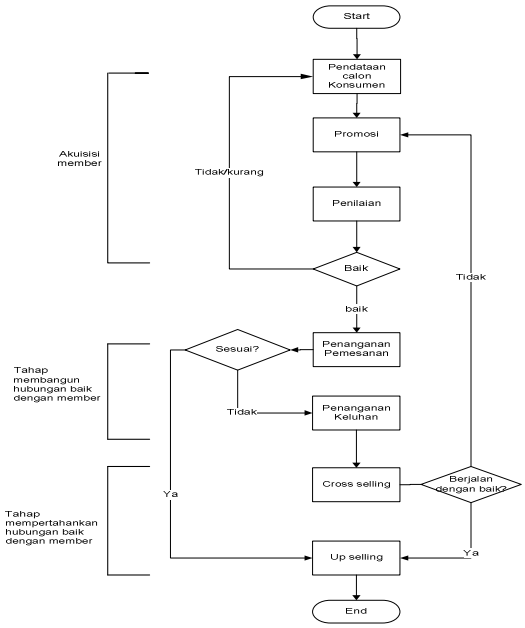
Berdasakan latar belakang dan rumusan masalah yang di teliti, maka maksud dari penelitian ini adalah untuk menerapkan Konsep e-*service* di CV INTECH Manufaktur.

Adapun tujuan yang di peroleh dengan dilakukan nya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Membantu perusahaan dalam proses pemasaran.
2. Membantu konsumen untuk mendapatkan informasi terutama pada saat akan memesan.
3. Membantu konsumen untuk menyampaikan kritik, saran dan keluhan pada perusahaan.
4. Membantu perusahaan dan konsumen memiliki akses komunikasi yang bisa lebih cepat menanggapi tanya jawab antara perusahaan dan konsumen.

2. ISI PENELITIAN

Secara umum, *E-service* merupakan strategi bisnis dan teknologi yang digunakan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen. Salah satu contoh kasus di CV Intech Manufaktur, yaitu ketika konsumen melaporkan keluhan terhadap pelayanan melalui *e-service* tentang produk yang dipesan konsumen terhenti ataupun berjalan dengan lambat. Strategi bisnis yang digunakan perusahaan adalah dengan cepat melakukan pemeriksaan terhadap keluhan yang dilaporkan, dengan harapan konsumen mendapatkan pelayanan terbaik sehingga menimbulkan loyalitas kepada perusahaan.



Gambar 2.1 Tahapan *e-service* pada CV Intech Manufaktur

1. **Mengakuisisi *member***

Melakukan promosi atas produk dan jasa yang ditawarkan sehingga konsumen tertarik mendaftarkan dirinya sebagai *member* di perusahaan. Dalam tahap ini terdiri dari 3 proses adalah :

a Pendataan calon konsumen : proses dimana perusahaan mengumpulkan semua data-data calon konsumen di lampiran D yang berpotensi menjadi konsumen CV Intech Manufaktur. Data calon konsumen di dapat dari buku tamu pada saat perusahaan mengadakan pameran dan pengunjung yang mengisi buku tamu pada saat mengunjungi perusahaan.

b Promosi : Perusahaan memasarkan produk dan menawarkannya kepada seluruh perusahaan yang terdata untuk menjadi *member* CV Intech Manufaktur dengan cara mengirimkan produk-produk melalui email.

c Penilaian perusahaan terhadap konsumen bertujuan untuk memudahkan perusahaan dalam menilai konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dengan pegawai marketing di perusahaan penilaian konsumen di nilai berdasarkan 3 indikator penilaian antara lain:

1. Apabila konsumen tertarik terhadap promosi yang dilakukan perusahaan.
2. Menjadi member / pelanggan tetap di perusahaan.
3. Kemudian melakukan pemesanan.

2. Tahap dimana perusahaan membangun hubungan yang baik dengan *member*

Setelah perusahaan berhasil menjaring *member* banyak, maka perusahaan harus mampu mengetahui cara untuk membangun hubungan baik dengan konsumen, yaitu dengan cara memberi fasilitas suara konsumen agar perusahaan dapat mengetahui keluhan atau saran yang diberikan oleh *member*. Terdapat dua tahapan dimana proses membangun hubungan baik dengan member berjalan dengan baik ialah :

a Penanganan pemesanan : Konsumen yang telah menjadi member atau telah melakukan pemesanan dan memiliki penilaian yang baik maka proses pemesanan akan langsung ditanggani.

b Penanganan keluhan : Konsumen yang telah melakukan pemesanan jika merasa tidak puas atau tidak tertangani dengan baik maka konsumen tersebut berhak menyampaikan ketidak puasannya, dan akan segera tanggapi oleh pihak perusahaan.

3. Tahap dimana perusahaan berusaha mempertahankan hubungan dengan *member*

Tahap dimana perusahaan berusaha mempertahankan hubungan dengan *member*, agar dapat menjalin hubungan kerjasama yang terus-menerus, maka perusahaan harus menggunakan pandangan yang menggunakan *member* dengan memberikan pelayanan dan aplikasi pendukung seperti proses pemesanan yang dapat memudahkan konsumen dalam memesan produk. Dalam mempertahankan hubungan baik dengan member bisa dilakukan dengan 2 cara yaitu :

Cross selling : proses dimana perusahaan menawarkan produk sesuai dengan histori pemesanan member-member sebelumnya, kemudian menawarkan produk lain sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Up selling : proses menawarkan produk sejenis dengan nilai tambah, seperti diskon atau produk pendukung lainnya.

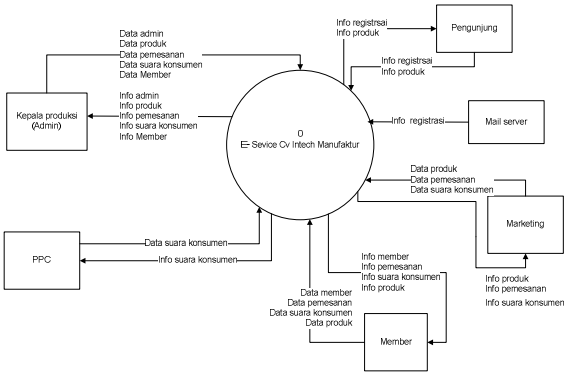
2.1 Analisis Kebutuhan Fungsional

Analisis kebutuhan fungsional menggambarkan kegiatan yang akan diterapkan dalam sistem dan menjelaskan kebutuhan yang diperlukan agar sistem dapat berjalan dengan baik serta sesuai dengan kebutuhan.

Analisis yang dilakukan dimodelkan dengan menggunakan diagram konteks pembuatan DFD dan spesifikasi proses.

2.2 Diagram Konteks

Diagram konteks adalah diagram yang menggambarkan secara umum yang menjadi masukan, proses dan keluaran yang terjadi pada sebuah sistem. Diagram konteks dari sistem yang akan dibangun adalah sebagai berikut :



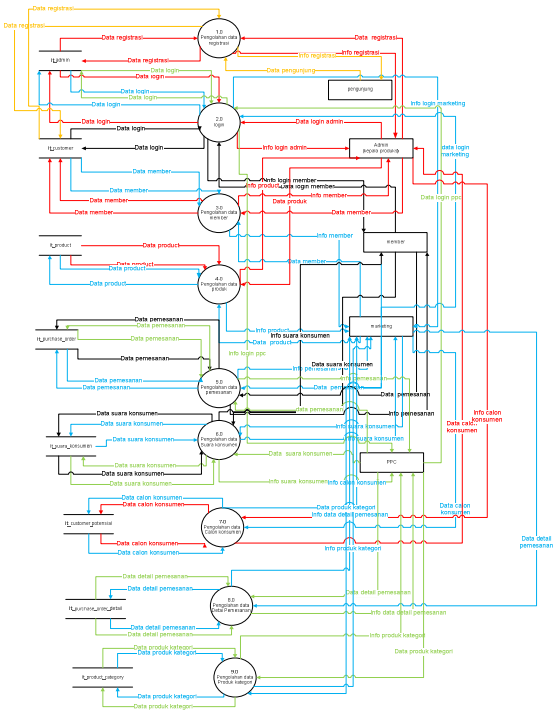
Gambar 2.2 Diagram Konteks

2.3 Data Flow Diagram

DFD (*Data Flow Diagram*) merupakan suatu media yang digunakan untuk menggambarkan aliran data yang mengalir pada suatu sistem informasi. DFD aplikasi yang diusulkan terdiri dari beberapa bagian, berikut DFD selengkapnya :

1. DFD Level 1

   Proses DFD level 1 adalah proses yang menggambarkan keseluruhan dari aplikasi yang dibuat. DFD pada proses ini dapat dilihat pada gambar 2.3.



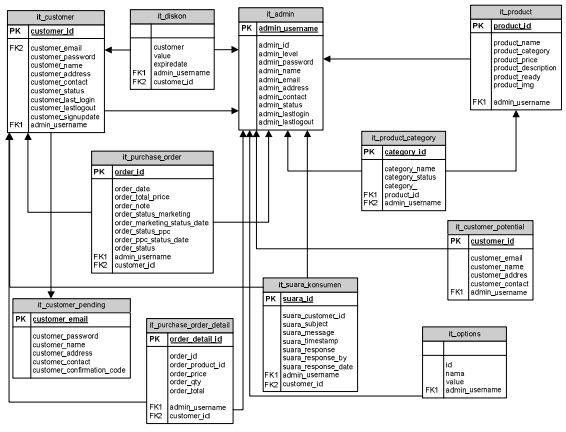
Gambar 2.3. DFD Level 1

2.4 Perancangan Sistem

Perancangan sistem merupakan kelanjutan dari proses analisis dimana dilakukan perubahan-perubahan terhadap sistem yang sedang berjalan. Hal ini dilakukan untuk mengatasi kekurangan yang ada, memudahkan pekerjaan yang dilakukan oleh orang yang terlibat dan menghemat waktu pekerjaan.

2.5 Skema Relasi

Skema relasi merupakan rangkaian hubungan antara dua data atau lebih pada database. Gambar 2.4 merupakan penjelasan rangkaian *database* penerapan konsep e-service di CV Intech Manufaktur.



Gambar 2.4 Skema Relasi

3. PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan teknik *blackbox*, dimana pengujian yang dilakukan adalah dengan pengujian beta terhadap perangkat lunak *e-service* di CV.Intech Manufaktur, maka kesimpulan yang didapat adalah :

1. Adanya *e-service* ini membantu perusahaan dalam proses pemasaran produk.
2. Aplikasi *e-service* ini mempermudah perusahaan dalam pengelolaan data pemesanan.
3. Membantu konsumen mendapatkan informasi terutama pada saat akan melakukan pemesanan.
4. Mempermudah konsumen dalam menyampaikan kritik, saran dan keluhan pada perusahaan.
5. Membantu akses komunikasi antara perusahaan dengan konsumen dalam menanggapi tanya jawab.

3.2 Saran

Dari semua hasil yang telah dicapai saat ini, tentunya masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki atau ditambah. Saran-saran terhadap penggunaan sistem yang telah dibuat adalah sebagai berikut :

1. Perlu adanya pengembangan dan pemeliharaan yang lebih baik lagi.
2. Perlu adanya pengembangan fitur tambahan seperti pembayaran.
3. Perlu adanya sosialisasi kepada setiap calon konsumen maupun konsumen dalam penggunaan aplikasi ini secara detail.
4. Perlu adanya pengembangan *e-service* yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Davis, G.B. 1991. *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta : Pustaka Binaman Pressindo.

[2] Fandy Tjiptono, Ph.D. 2012. *Service Management*. Yogyakarta : Andi.

[3] G.William Zikmund, McLeod JR Raymond, Gilbert W. Faye W. (2003), *Customer Relationship Management*. Leyh Publishing, LLC.

[4] Jogiyanto, HM. 2000. *Analisis dan disain sistem informasi*. Yogyakarta : Andi Offset.

[5] FitzGerald, Gerry, Andra F. FitzGerald, Warren D. Stalling. Jr. 1981. *Fundamental*

of System Analysis. New York : John Willey & Sons.

[6] McLeod,Jr, Raymond. 1998. *Sistem Informasi Manajemen: Studi Sistem Informasi Berbasis Komputer*. Jakarta : PT. Prenhallindo.

[7] Pressman, Roger. 2005. *Software Engineering: A Practitioner's Approach* .New York : McGraw-Hill.