PENENTUAN PERBAIKAN LAYANAN DAN ANALISIS DAYA SAING DENGAN PEDEKATAN DI CV.SUARA HATI

Bisma Rero Alfaritsi[1] , Dedeng Hirawan[2]

Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer – Universitas Komputer Indonesia

Jl. Dipatiukur No.112-114, Coblong, Bandung, Jawa Barat

E-mail : bismarero@gmail.com[1] , dhirawan88@gmail.com[2]

Abstrack

CV. Suara Hati merupakan perusahaan keluarga yang bergerak dibidang industri musik. Perusahaan ini memiliki layanan berupa studio rental dan recording. Jenis layanan yang ada di perusahaan tersebut melibatkan banyak pelanggan sehingga kepuasan pelanggan menjadi salah satu tujuan utama perusahaan dalam meningkatkan kualitas perusahaan, akan tetapi berbagai fasilitas di perusahaan tersebut belum dapat mengukur kualitas pelayanan yang ada di antara persepsi dan ekspektasi palanggan terhadap pelayanan.

Dari permasalahan tersebut memunculkan gagasan untuk merancang dan menerapkan strategi *Customer Relationship Management,* yang didalamnya dapat membantu manajer dalam merekomendasikan perbaikan pelayanan di perusahaan yang efektif sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan.

Kata kunci : *Customer Relationship Management*, Kualitas Pelayanan, Sistem Informasi, *ServQual*, CV.Suara Hati.

1. PENDAHULUAN

CV. Suara Hati merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri musik seperti rekaman, rental studio dan Even Organizer (EO). Perusahaan ini Terletak di jl.Sakura I blok I No.462-463 RT003/011 kel.Jatimulya Kec. Tambun Selatan Kabupaten Bekasi, CV. Suara hati memiliki dua jenis pelanggan yaitu pelanggan perorangan dan pelanggan berkelompok. Pelanggan dalam hal ini adalah pengunjung diantaranya sebagai penyewa rental studio atau sebagai penyewa jasa Recording. Perusahaan CV. Suara Hati sangat memperhatikan kenyamanan pelanggan-pelanggannya, karena pelanggan dapat membantu dalam proses pemasaran, jika pelanggan tidak puas perusahaan akan mengalami kerugian yang akan berdampak pada berpalingnya pelanggan keperusahaan lain, oleh karena itu hubungan baik dengan pelanggan harus dijaga dengan baik.

CV. Suara Hati mendapat berbagai keluhan dari pelanggan mengenai kualitas layanan yang diberikan diantaranya adalah alat musik tidak terurus dengan baik, peralatan musik yang tersedia masih belum lengkap, studio kurang bersih serta ketepatan waktu saat menggunakan jasa yang tidak sesuai dengan waktu pengunjung saat melakukan pemesanan, selain itu keluhan dari pengunjung tidak tersampaikan dengan baik karena penyampaian keluhan masih menggunakan sistem konvensional, sehingga respon perusahaan terhadap keluhan pengunjung tidak cepat ditanggapi karena perusahaan tidak mendokumentasikan keluhan yang diberikan pengunjung, akibatnya perusahaan tidak memiliki data-data keluhan pengunjung untuk segera ditangani.

Permasalahan yang ditemukan dari uraian paragraf sebelumnya tidak lepas dari kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya, hal ini menyebabkan pada penilaian pengunjung yang kurang baik, perusahaan akan kehilangan pengunjung jika masalah ini tidak diatasi. Selain itu dengan semakin meningkatnya persaingan bisnis di bidang yang sama, CV Suara Hati harus berupaya untuk meningkatkan daya saingnya dalam menghadapi pesaing-pesaing utamanya, kurangnya media promosi menjadi salah satu faktor yang membuat perusahaan CV. Suara Hati lemah dalam persaingan. Kompetitor CV. Suara Hati di wilayah bekasi diantara Purwacaraka Music Studio, Legend Music Studio dan Wlz12 Studio. Untuk menentukan daya saing terhadap kompetitor, perusahaan CV. Suara Hati perlu melakukan analisis SWOT untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mendorong perusahaan untuk bersaing terhadap kompetitor lain dan fator yang menjadi ancaman perusahaan CV.Suara Hati dan perusahaan pesaing.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah didapatkan, maka maksud dari penelitian tugas akhir ini adalah membangun Sistem *Customer Relationship Management (CRM)* di CV. Suara Hati. Tujuannya membantu Manager dalam merekomendasikan perbaikan layanan berdasarkan penilaian kualitas pelayanan dan analisis daya saing.

Manajemen hubungan pelanggan atau yang biasa dikenal *Customer Relationship Management* (CRM) adalah strategi inti dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi-fungsi internal dengan semua jaringan *eksternal* untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para konsumen sasaran secara *profitabel* [2].

Inti dari pengertian CRM adalah bagaimana suatu perusahaan dapat mengenal prilaku konsumen dan kebutuhannya kemudian membangun serta menerapkan strategi bisnis yang lebih baik untuk meningkatkan kemampuan dalam mempertahaankan pelanggan lama dan mendapatkan pelanggan baru

2. ISI MAKALAH

2.1 Tahapan CRM

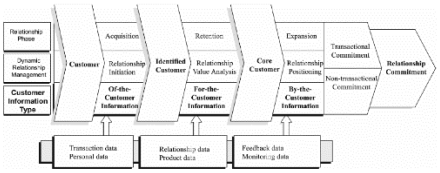
Siklus CRM terdiri dari proses *Acquire – Enchance – Retain* , masing-masing fase dalam siklus tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Acquire*, merupakan tahapan mengakuisisi pelanggan, tahapan ini berguna bagi perusahaan karena pelanggan dapat memeberikan penilaian kepada perusahaan melalui kesan pertama, apabila penilaian pelanggan terhadap perusahaan baik, maka transaksi akan berjalan dengan baik pula.
2. *Enhance*, adalah fase dimana perusahana menjalani hubungannya dengan pelanggan dengan mendengarkan berbagai macam keluahan dari pelanggan dan menerima saran dari pelanggan.
3. *Retain*, adalah masa dimana perusahaan berusaha untuk mempertahankan hubungan dengan pelanggan. Agar hubungan dengan pelanggan dapat bertahan lama, maka perusahaan harus menggunakan pandangan para pelanggannya dengan memberikan pelayanan dan aplikasi pendukung.

Perusahaan yang ideal dalam melakukan CRM adalah perusahaan yang ingin mengoptimalkan keuntungan dengan cara mengorganisasikan proses CRM di sekitar pelanggan dan tidak hanya pada fungsi *internal* perusahaan agar dapat menjalin hubungan lebih dekat dan harmonis dengan pelanggannya [3].

2.2 Dynamic CRM

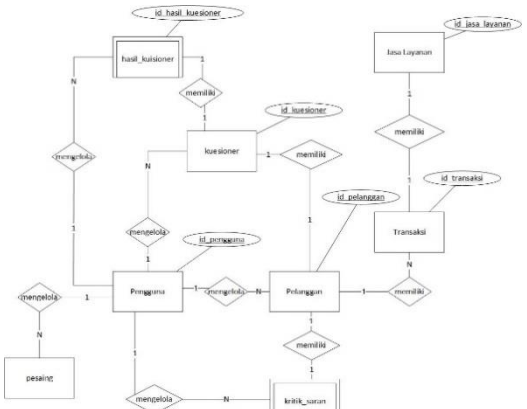
Penelitian tentang kerangka kerja CRM berkaitan dengan informasi dan *marketing*. Digambarkan bahwa fase CRM dalam suatu kerangka kerja berupa rangkaian proses *Acquisition-Retention-Expansion*. Sebagai sebuah kerangka kerja CRM yang terintegrasi yang didasari oleh tipe-tipe informasi mengenai pelanggan yang tersusun secara bertingkat sesuai dengan perkembangan hubungan pelanggan.



Gambar 1 Kerangka kerja Dynamic CRM. [4]

2.3 Analisis Basis Data

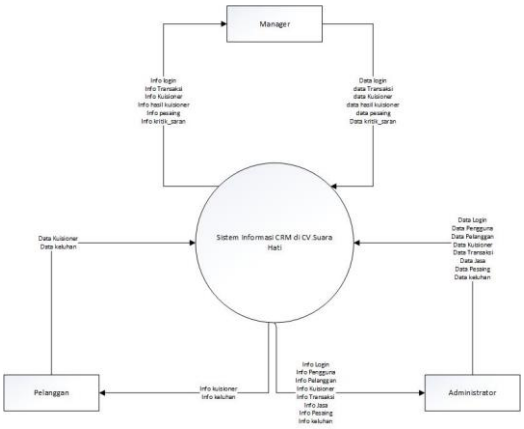
Dalam pembangunan sistem CRM dibutuhkan suatu desain basis data, Pemodelan yang akan digunakan dalam perancangan basis data ini menggunanan Entity Relational Diagram (ERD). Pemodelan basis data tersebut dapat dilihat pada gambar berikut



Gambar 2 Diagram ERD

2.4 Diagram Konteks

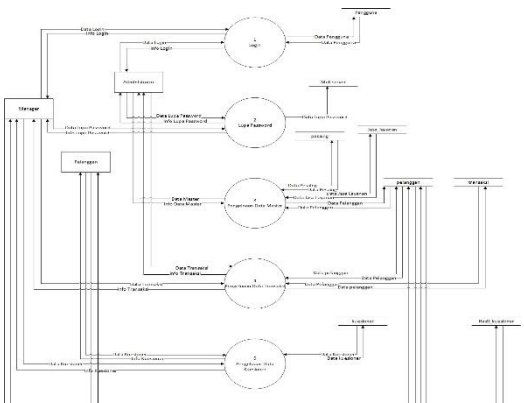
Diagram konteks adalah alat untuk struktur analis, pendekatan ini mencoba untuk menggambarkan sistem secara garis besar atau keseluruhan. Diagram konteks pembangunan sistem informasi *Costumer Relationship Management* di CV. Suara Hati dapat dilihat pada Gambar berikut



Gambar 3 Diagram Konteks

2.5 Data Flow Diagram

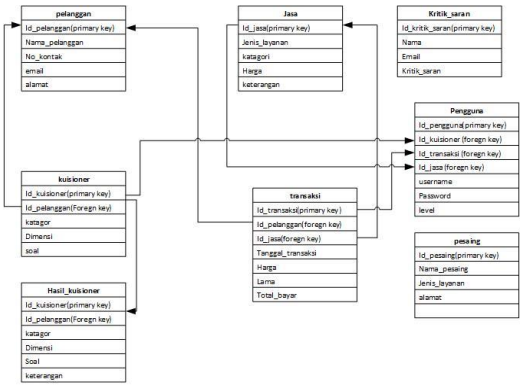
Data flow diagram menunjukkan bagaimana aliran data menguraikan proses - proses yang terjadi dalam sistem sampai proses lebih detail. Pada diagram konteks seperti pada Gambar berikut dapat diuraikan menjadi beberapa DFD.



Gambar 4 DFD Sistem informasi CV. Suara Hati

2.6. Diagram Relasi

Skema relasi menggambarkan data yang saling berhubungan antar beberapa data dan batasannya. Skema yang digambarkan dapat dilihat dari gambar berikut



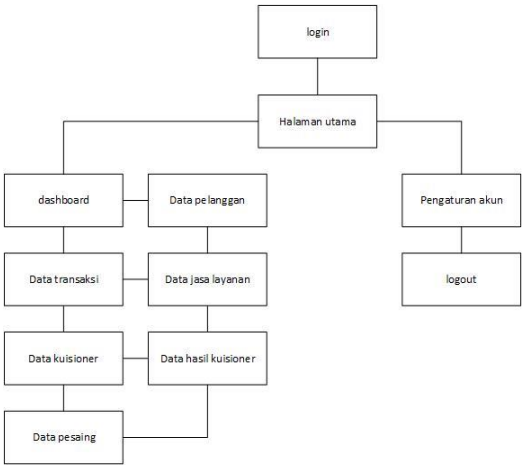
Gambar 5 Skema Relasi

2.7 Perancangan Struktur Menu

Perancangan Struktur menu dirancang untuk menyediakan fungsi-fungsi yang akan digunakan dalam pembuatan sistem informasi yang akan dibangun. Pada perancangan struktur menu dari sistem CRM di CV.Suara Hati yang akan dibangun ini terdapat 3 bagian yang masing-masing diantaranya bisa diakses oleh Administrator, Manager dan Pelanggan. Terdapat perancangan menu untuk setiap pengguna seperti dibawah ini.

2.7.1 Perancangan Struktur Menu Administrator

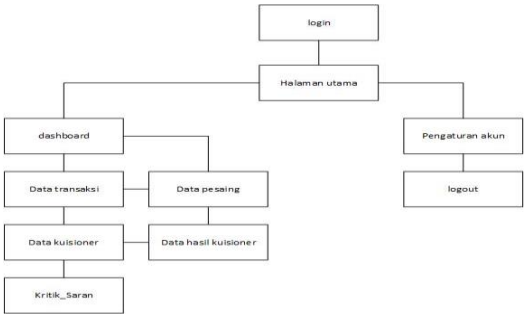
Struktur Menu Administrator merupakan struktur menu yang dirancang sesuai dengan level pengguna Perancangan struktur menu tersebut dapat dilihat pada gambar 3.19.



Gambar 6 Struktur Menu Administrator

2.7.2 Perancangan Struktur Menu Manajer

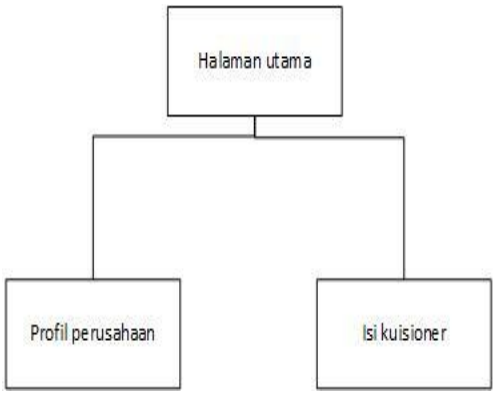
Struktur Menu Manager merupakan struktur menu yang dirancang sesuai dengan level pengguna Perancangan struktur menu tersebut dapat dilihat pada gambar 3.20.



Gambar 7 Struktur Menu Manager

2.7.3 Perancangan Struktur Menu Pelanggan

Struktur Menu Manager merupakan struktur menu yang dirancang sesuai dengan level pengguna Perancangan struktur menu tersebut dapat dilihat pada gambar 3.21



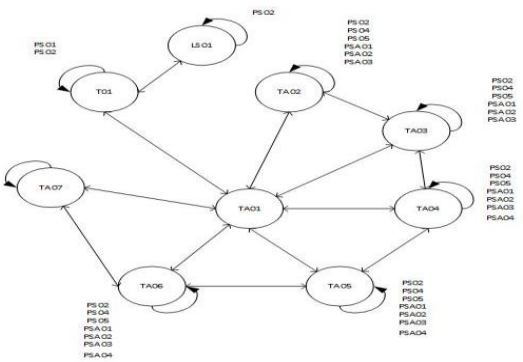
Gambar 8 Struktur Menu Pelanggan

2.8 Perancangan Jaringan Semantik

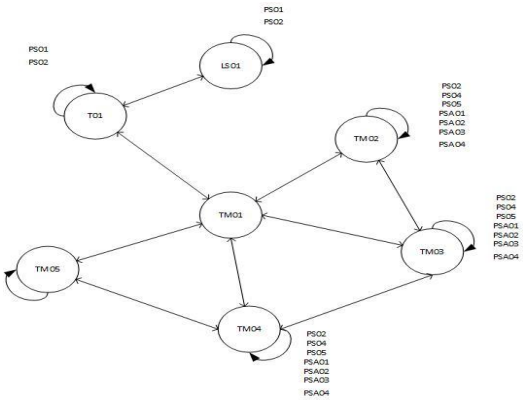
Perancangan jaringan semantik adalah perancangan jaringan yang saling berhubungan dari menu-menu yang dapat diakses oleh *user*

2.8.1 Jaringan Semantik Administrator

Perancangan jaringan semantik admin adalah perancangan jaringan yang menghubungkan menu-menu yang bisa diakses oleh admin dengan pesan kesalahan yang terjadi dibeberapa proses seperti yang terlihat pada gambar 3.59.



Gambar 9 Jaringan Semantik Administrator



Gambar 10 Jaringan Semantik Manager

2.9 Implementasi Sistem

Implementasi sistem merupakan tahap dimana sistem yang telah dibangun dapat dioperasikan dengan baik. Pada tahapan ini sistem sudah siap untuk digunakan tujuannya untuk mengkomfirmasi modul-modul perancangan sehingga pengguna dapat memberikan masukan-masukan terhadap pengembangan sistem yang digunakan. Implementasi sistem CRM pada CV. Suara Hati adalah sebagai berikut :

2.10 Pengujian Sistem

Pengujian sistem merupakan hal terpenting yang bertujuan untuk menemukan kesalahan-kesalahan atau kekurangan-kekurangan pada sistem informasi yang diuji. Pengujian bermaksud untuk mengetahui sistem

2.8.2 Jaringan Semantik Manajer

Perancangan jaringan semantik pasien adalah perancangan jaringan yang menghubungkan menu-menu yang bisa diakses oleh pasien dengan pesan kesalahan yang terjadi dibeberapa proses seperti yang terlihat pada gambar berikut

informasi yang dibuat telah memenuhi kinerja sesuai dengan tujuan perancangan.

Pengujian yang dipergunakan untuk menguji sistem yang baru adalah metode pengujian *black box*. Pengujian *black box* terfokus pada pengujian persyaratan fungsional sistem informasi.

Rencana pengujian yang akan dilakukan adalah dengan cara menguji sistem yang dibangun secara *Black Box* dan Beta. Pengujian Sistem menentukan perbaikan layanan berdasarkan kualitas pelayanan dana analisis daya saing dengan pendekatan CRM di CV. Suara Hati menggunakan data uji berdasarkan data yang diberikan dari beberapa data yang telah diberikan.

2.10.1 Hasil Pengujian Sistem

Berdasarkan hasil pengujian dengan kasus *sample* uji yang telah dilakukan pada sistem informasi CRM ini memberikan kesimpulan bahwa pada proses sudah sesuai dengan yang diharapkan. Penyaringan kesalahan proses dalam bentuk pesan yang muncul sudah cukup maksimal. Secara fungsional sistem sudah dapat dianggap memenuhi kebutuhan yang diharapkan. Namun ada beberapa fungsionalitas atau proses yang tidak sesuai harapan.

3. PENUTUP

Bab ini akan menjelaskan tentang kesimpulan yang berisi hasil-hasil yang diperoleh setelah dilakukan analisis, desain, dan implementasi dari perancangan perangkat lunak yang dibangun dan telah dikembangkan serta saran-saran yang akan memberikan catatan penting dan kemungkinan perbaikan yang perlu dilakukan untuk pengembangan perangkat lunak sebelumnya

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang didapat dalam penulisan tugas akhir ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Sistem Informasi CRM yang dibangun ini dapat memudahkan perusahaan dalam melakukan perbaikan pelayanan berdasarkan penilaian kualitas pelayanan.
2. Sistem Informasi CRM yang dibangun ini juga dapat menampung keluhan dan juga saran dari para pengunjung CV.Suara Hati

3.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh dari CV. Suara Hati serta kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka penulis memberikan saran agar dapat dipelajari atau dapat dikembangkan oleh peneliti peneliti selanjutnya. Saran dari penulis adalah sebagai berikut :

1. Pengembangan sistem selanjutnya agar dapat memberikan notifikasi melalui email ataupun nomer telepon yang sudah diinputkan pengunjung mengenai waktu pengisian kuisioner selanjutnya ataupun promo-promo yang diberikan perusahaan.
2. Membuat tampilan halaman lebih menarik yang lebih memudahkan pengunjung dalam mengakses website CV. Suara Hati, akan lebih baik jika perusahaan menampilkan testimoni dari pengunjung yang sudah melakukan transaksi di perusahaan tersebut.

Daftar Pustaka

[1] A. M. P. Jogiyanto HM, Analisis Dan Desain Sistem Informasi : pendekatan terstruktur teori dan prakter bisnis, Yogyakarta: Andi, 2001.

[2] F. Buttle, Customer Relationship Management, Bayumedia, 2004.

[3] S. Michael Tanu Tjoanoto dan Yohanes Sondang Kunto, "Pengarus Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Di Restoran Jade Imperial," *Management Pemasaran Petra Vol 1*, pp. 1-9, 2013.

[4] P. &. G. C. Fandi Tjiptono, Service, Quality & satisfaction, Yogyakarta: Andi, 2011.

[5] M. K. A, "Analisis SERVICE QUALITY Terhadap Customer

Relationship Management Pada Bank Pemerintah Disurabaya," *Service Quality*, pp. 15-23.

[6] H. J. Astuti, "Analisis Kepuasan Konsumen," *Servqual model and inportant performance analysis model*, pp. 5-14, 2017.

[7] E. A. Dalu, "Analisis 5 Force Porter Dan Strategi SWOT," *Strategi Kompetisi*, p. 2, 2009.

[8] F. sulistio, "Analisis Lima Kekuatan Porter Pada PT. Borneo Membangun," *Program Managemen bisnis*, pp. 4-6, 2016.

[9] P. D. Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D), Bandung: Alfabeta, 2008.

[10] V. Z. a. L. L. B. Parasuraman, Delivering Quality Service : Balancing Customer Perception and Expection, New York: The Free Press, 1990.

[11] M. Dr. Riduwan, Belajar Mudah Penelitain, Bandung: Alfabeta, 2011.

[12] R. R.W, PHP dan MySQL untuk Pemula, Yogyakarta: Andi, 2008.

[13] B. Raharjo, Modul Pemograman Web, Bandung: Modula, 2016.

[14] F. Buttle, Customer relationship Management, Malang: Bayumedia, 2007.

[15] Yuniar, S.S., Sugih Arijanto, Gita Permata Liansari, *"*Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Berdasarkan Hasil Pengukuran Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) Di PT.X**" Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, vol.2, no.2, pp.2338-5081, 2014.