

Analisis dan Perancangan Sistem Informasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis Web pada Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Al Muthmainnah

*Suroto*¹, *Herry Mulyono*²

Program Studi Magister Sistem Informasi, Pasca Sarjana STIKOM Dinamika Bangsa, Jambi
E-mail: srd@muthmainnahjambi.sch.id¹, herrymulyono@stikom-db.ac.id²

Abstract

The current form of customer relationship at the Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Al Muthmainnah has not optimally held interaction with customers, therefore the SDIT Al Muthmainnah requires a Customer Relationship Management (CRM) system. This research aims to analyze and design a web-based CRM at SDIT Al Muthmainnah. With the System Development Life Cycle (SDLC) method, this research only discusses the first 3 stages of SDLC; system investigation, system analysis, and system design. The design of the CRM model used is the Strategic Framework for CRM. The system of modeling sets used is UML (Unified Modeling Language). The result of this research is prototype of web-based CRM at SDIT Al Muthmainnah that can improve the quality of customer relationships. This research can be further developed into a mobile-based CRM system, integrated with the Sistem Informasi Akademik (SIKAD), and make adjustments to the level of education other than elementary school.

Keywords: analysis, design, prototype, *customer relationship management*, The Strategic Framework for CRM, SDIT Al Muthmainnah

Abstrak

Bentuk *customer relationship* saat ini pada Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Al Muthmainnah belum secara optimal menyelenggarakan interaksi dengan *customer*, oleh karena itu SDIT Al Muthmainnah membutuhkan sistem *Customer Relationship Management* (CRM). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan merancang CRM berbasis web pada SDIT Al Muthmainnah. Dengan metode System Development Life Cycle (SDLC), penelitian ini hanya membahas 3 tahap pertama SDLC; system investigation, system analysis, dan system design. Perancangan model CRM yang digunakan adalah *The Strategic Framework for CRM*. Alat pemodelan sistem yang digunakan adalah UML (*Unified Modeling Language*). Hasil dari penelitian ini adalah prototype CRM berbasis web pada SDIT Al Muthmainnah yang dapat meningkatkan kualitas *customer relationship*. Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut lagi menjadi sistem CRM berbasis mobile, terintegrasi dengan Sistem Informasi Akademik (SIKAD), dan melakukan penyesuaian terhadap tingkat pendidikan selain sekolah dasar.

Kata kunci: analisis, perancangan, prototype, *customer relationship management*, The Strategic Framework for CRM, SDIT Al Muthmainnah.

© 2019 Jurnal Manajemen Sistem Informasi.

1. Pendahuluan

Customer merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan dan juga menjadi fondasi bagi kesuksesan bisnis. *Customer satisfaction* menjadi titik kunci diferensiasi yang membantu perusahaan dalam menarik atau memperoleh *customer* baru dan mempertahankan *customer* di pasar yang kompetitif. Di antara tujuan dari setiap strategi marketing adalah untuk menarik atau mendapatkan *customer* baru dan memenuhi *customer satisfaction*[1]. Pemenuhan kebutuhan *customer* akan produk dari perusahaan berupa barang atau jasa bukanlah satu-satunya cara untuk mencapai *customer satisfaction*. Pertimbangan *customer* setelah produk dipasarkan juga menjadi hal yang penting. *Customer services* dan *customer relationship* tidak hanya dapat membangun hubungan yang kuat antara perusahaan dengan *customer*, namun juga menawarkan informasi berharga bagi perusahaan yang akan membantu merancang strategi *marketing* yang lebih baik lagi yang pada akhirnya bermuara pada peningkatan profit bagi perusahaan.

Institusi pendidikan dapat dipandang sebagai sebuah industri yang menyediakan jasa, dimana produk dari industri pendidikan berupa layanan pendidikan. Dengan demikian, sebagai sebuah industri, institusi pendidikan tentu juga memiliki *customer*. Lebih tepat untuk memandang pendidikan sebagai industri penyedia jasa daripada sebagai penyedia produk[2].

Teori *The Customers of Education*[2] membagi *customer* dari institusi pendidikan ke dalam 4 macam yaitu:

1. *Primary Customers*

Primary Customers adalah penerima langsung dari layanan pendidikan, yaitu para peserta didik atau siswa.

2. *Secondary Customers*

Secondary Customers adalah orang tua siswa, pemerintah, dan masyarakat luas.

3. *Tertiary Customers*

Tertiary Customers adalah institusi pendidikan di jenjang berikutnya atau dunia industri yang menjadi pengguna lulusan.

4. *Internal Customers*

Internal Customers adalah guru dan tenaga kependidikan (GTK) termasuk tenaga administrasi.

Dengan begitu banyaknya institusi pendidikan dari berbagai tingkatan atau jenjang pendidikan, maka setiap institusi pendidikan mengalami perubahan penting dalam cara beroperasi dan berinteraksi dengan *customer* untuk memiliki daya saing dan pencapaian keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. *Customer* dari institusi pendidikan menuntut lebih banyak perhatian dan layanan sehingga sebuah institusi pendidikan harus lebih proaktif dalam membangun sistem Manajemen Hubungan Pelanggan atau *Customer Relationship Management* (CRM) untuk memenuhi permintaan ini dengan cara yang lebih efektif.

Customer relationship membutuhkan komunikasi dua arah antara *customer* dan perusahaan. Informasi yang diperoleh dari komunikasi dua arah ini jika diintegrasikan, disimpan dan dikelola, maka memungkinkan hubungan dengan pelanggan dapat berkembang dan terkelola dengan baik. CRM menciptakan peluang untuk pembelian ulang oleh pelanggan melalui peningkatan dalam proses komunikasi dengan pelanggan, memberikan penawaran yang tepat berkaitan dengan produk, melalui saluran yang tepat, dan pada waktu yang tepat[3].

CRM, also more recently called 'customer management', is a business approach that seeks to create, develop and enhance relationships with carefully targeted customers in order to improve customer value and corporate profitability and thereby maximize shareholder value[4].

Tujuan dari CRM adalah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan dan meningkatkan loyalitas pelanggan[3]. CRM memungkinkan perusahaan, termasuk institusi pendidikan, untuk lebih melayani *customer* dengan menggunakan proses dan prosedur yang andal untuk berinteraksi dengan *customer* tersebut. Dalam konteks institusi pendidikan, interaksi dengan *customer* di antaranya adalah pengkomunikasian atau penyampaian informasi tentang kegiatan siswa di sekolah kepada orangtua siswa, pemberitahuan hasil belajar atau nilai yang diperoleh siswa, penyampaian kebijakan baru mengenai proses belajar dan mengajar di sekolah, pelayanan pemberian informasi atau jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh orangtua siswa, hingga pengelolaan kritik dan saran.

Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Al Muthmainnah, yang bernaung di bawah Yayasan Makmur Al Muthmainnah, sebagai institusi pendidikan yang menjadi pusat pendidikan formal berbasiskan nilai-nilai keislaman tentu sangat membutuhkan CRM yang baik dalam menjalin hubungan dengan *customer*-nya. Sebagaimana pula dalam perspektif ajaran islam itu sendiri yang menjadi azas utama dalam operasional SDIT Al Muthmainnah, tentang tata hubungan yang baik antar manusia dengan sesamanya (hablum minannas) dimana konsep *customer relationship* (dalam konteks bisnis) memiliki arti yang mirip dengan konsep silaturahmi (dalam konteks islam). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa SDIT Al Muthmainnah dituntut untuk terus selalu menjaga dan meningkatkan silaturahmi dengan *customer* sehingga mampu memahami *customer* lebih dekat dan menjaga hubungan yang baik dengan *customer*-nya.

Saat ini, salah satu bentuk *customer relationship* yang ada pada SDIT Al Muthmainnah yaitu komunikasi antara sekolah dengan *customer* (dan sebaliknya) melalui telepon dan surat-menyurat yang ditangani oleh bagian *customer services* merangkap Tata Usaha (TU). SDIT Al Muthmainnah juga sudah memiliki *official website* yang digabungkan bersama jenjang pendidikan lainnya di bawah Yayasan Makmur Al Muthmainnah, yang beralamat di <http://www.muthmainnahjambi.sch.id>, akan tetapi website ini belum secara maksimal menyelenggarakan interaksi dengan *customer*. Website resmi ini hanya sebagai sarana penyampaian informasi dan berita tentang kegiatan akademik di sekolah. Informasi yang bersifat individual bagi masing-

masing siswa dan hal-hal penting lainnya yang menyangkut kesiswaan serta perkembangan proses pembelajaran siswa di sekolah belum disampaikan secara rutin dan interaktif kepada orangtua siswa.

SDIT Al Muthmainnah membutuhkan sebuah sistem CRM yang mampu untuk mengelola *customer relationship*. Penelitian ini bermaksud memberikan solusi terhadap permasalahan ini dengan menganalisis dan merancang sistem informasi CRM berbasis web pada SDIT Al Muthmainnah.

Output dari penelitian ini adalah *prototype* CRM berbasis web yang mendistribusikan kepada *customer*, dalam hal ini adalah orangtua siswa, informasi-informasi yang bersifat individual dan beberapa di antaranya adalah informasi yang cenderung menyangkut *privacy* dari masing-masing siswa seperti; prestasi siswa dalam berbagai perlombaan dan kejuaraan baik akademik maupun olahraga dan kesenian, kegiatan ekstrakurikuler, ketidakhadiran siswa dalam kegiatan pembelajaran, pelanggaran tata tertib sekolah, permasalahan keterlambatan pembayaran SPP dan informasi-informasi lainnya yang bersifat individual untuk masing-masing *customer*. Dalam *prototype* CRM ini juga akan dirancang sistem interaksi dengan *customer* berupa fasilitas online chat, *Frequently Asked Question* (FAQ), serta kotak saran.

2. Tinjauan Pustaka/Penelitian Sebelumnya

Dalam penelitian ini dilakukan perbandingan dengan penelitian yang pernah ada dan dibuat oleh peneliti lainnya yang mengangkat masalah CRM dalam dunia pendidikan, yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Dini Hamidin, disampaikan dalam Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2008 (SNATI 2008), yang berjudul “Model *Customer Relationship Management* (CRM) di Institusi Pendidikan”.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Suparto Darudiato, diterbitkan sebagai Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi VII 2008, yang berjudul “Analisis Kebutuhan Sistem Informasi *Customer Relationship Management* Berbasis SMS Study Kasus : Bee Cources”

Penelitian yang dilakukan oleh Dini Hamidin merumuskan sebuah model CRM dalam dunia pendidikan. Berdasarkan model CRM ini diperoleh gambaran proses sistem yang terlibat yang dapat dijadikan content pada sebuah aplikasi CRM untuk sebuah institusi pendidikan. Gambaran model CRM ini dapat diterapkan di institusi pendidikan sehingga dapat diperoleh database pelanggan yang kuat, memberikan analisis layanan prima kepada setiap pelanggan, serta memberikan interaksi dengan pelanggan yang lebih tertarget. Sehingga sebuah institusi pendidikan dapat memiliki daya saing yang tinggi, relevansi dengan industri (link and match) serta memiliki jaminan mutu layanan yang lebih baik.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Suparto Darudiato, sistem informasi CRM berbasis SMS mempunyai sasaran utama siswa yang sedang atau pernah mengambil kursus di Bee Cources dan mempunyai potensi untuk melanjutkan kursus ke level berikutnya. Hasil yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah mendapatkan kebutuhan informasi yang selaras dengan tujuan dan strategi lembaga beserta dengan usulan sistem yang sesuai dengan kebutuhan informasi dan kebutuhan aplikasi. Bee Cources memerlukan data pelanggan untuk berkomunikasi secara personal dengan pelanggannya, terutama untuk mendapatkan umpan balik berupa saran, keluhan dan permintaan program dan jadwal di request oleh pelanggan. Sistem CRM berbasis SMS ini disebut *Customer Touching Application*, pelanggan dapat dilayani dengan cepat dan terkesan seperti melayani diri sendiri (*self-service*), baik dalam hal memasukkan saran atau keluhan, melihat hasil test dan kebutuhan lainnya, seperti mengakses informasi mengenai program yang mereka butuhkan. Dengan aplikasi CRM berbasis SMS akan terbentuk sebuah sarana yang menyediakan fasilitas bagi pelanggan untuk menghubungi pihak perusahaan dengan mudah dan dapat juga dijadikan sumber bagi perusahaan untuk mendapatkan masukan dari pelanggan sehingga dapat tercipta hubungan yang baik.

Terdapat beberapa relevansi antara penelitian ini dengan kedua tinjauan pustaka tersebut yaitu :

1. Persamaannya, penelitian ini dengan kedua penelitian terkait di atas sama-sama membahas tentang CRM dan pemanfaatannya dalam dunia pendidikan.
2. Perbedaannya, penelitian yang dilakukan Dini Hamidin hanya membahas secara umum tentang model CRM di institusi pendidikan, dan penelitian yang dilakukan Suparto Darudiato membahas penerapan CRM dengan teknologi SMS, sedangkan penelitian ini membahas CRM dalam dunia pendidikan dengan merancang *prototype* CRM berbasis web yang menggunakan model The Strategic Framework for CRM dan pemanfaatan teknologi SMS, WhatsApp, email, chatting dan inbox pada tiap akun *customer* di website.

3. Metodologi

3.1 Alur Penelitian

Untuk menghasilkan penelitian yang baik dan sesuai dengan sasaran penelitian, maka dibuat sebuah alur penelitian yang sesuai dengan judul penelitian dan berisi langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian.

3.1.1 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah tahap permulaan dari penelitian yang menyatakan penguasaan masalah di mana suatu objek tertentu dalam situasi tertentu dapat dikenali sebagai suatu masalah. Suatu masalah dapat dianggap sebagai perbedaan antara situasi aktual dan situasi yang diinginkan. Tahap identifikasi masalah bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan masalah dengan jelas dan lugas yang dapat dikaitkan langsung dengan judul penelitian. Identifikasi masalah memberikan titik awal untuk menyelesaikan masalah.

3.1.2 Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan cara melakukan pencarian, mengumpulkan dan membaca literatur-literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Studi literatur yang baik merupakan studi dan investigasi sistematis terhadap beberapa aspek dan informasi dimana kesimpulan didasarkan pada analisis data yang dikumpulkan sesuai dengan rancangan dan metodologi penelitian yang dilakukan.

3.1.3 Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan proses pengumpulan dan pengukuran informasi pada variabel yang ditargetkan secara sistematis, yang kemudian memungkinkan untuk menjawab pertanyaan yang relevan dan mengevaluasi hasilnya. Pengumpulan data dilakukan untuk mengumpulkan data-data kongkrit yang diperlukan dalam Analisis dan Perancangan Sistem Informasi *Customer Relationship Management* (CRM) Berbasis Web pada SDIT Al Muthmainnah. Proses pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara yaitu :

1. Pengamatan (*Observation*)

Observation dilakukan dengan mempelajari proses kerja serta mempelajari permasalahan yang ada di lapangan yang erat kaitannya dengan objek yang diteliti yaitu informasi mengenai *Customer Relationship Management* (CRM) pada SDIT Al Muthmainnah.

2. Dokumen

Pengumpulan data dilakukan dengan mempelajari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan proses *customer services* dan *Customer Relationship Management* (CRM) pada SDIT Al Muthmainnah.

3. Wawancara (*Interview*)

Tanya jawab atau interview merupakan metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab yang ditujukan kepada pihak yang bersangkutan. Wawancara melibatkan mengajukan pertanyaan dan mendapatkan jawaban dari sumber informasi dalam sebuah penelitian. Bentuk wawancara dikembangkan secara *iterative*, yaitu pertanyaan dikembangkan, diuji, dan kemudian disempurnakan berdasarkan apa yang dipelajari dari mengajukan pertanyaan kepada orang-orang yang menjadi sumber informasi ini. Wawancara memiliki berbagai bentuk termasuk wawancara langsung tatap muka dan wawancara tidak tatap muka. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dan berkonsultasi dengan Kepala Sekolah dan Staf Tata Usaha SDIT Al Muthmainnah.

3.1.4 Analisis Sistem

Analisis sistem menggambarkan perincian yang detail dan teliti dari suatu sistem ke dalam komponen atau bagiannya yang terorganisasi dan merupakan tahap penentuan kebutuhan dari pengembangan sistem. Pada tahap ini peneliti menganalisis dan membuat rencana *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menentukan perencanaan awal

Pada tahap ini dibuat perencanaan mengenai kegiatan apa saja yang akan dilakukan beserta waktu yang dibutuhkan untuk masing-masing kegiatan.

- b. Melakukan analisis proses bisnis

Pada tahap ini dilakukan analisis terhadap proses bisnis yang terjadi pada sistem pengelolaan *customer services* pada SDIT Al Muthmainnah.

- c. Menganalisis sistem informasi yang digunakan saat ini
Pada tahap ini dilakukan analisis terhadap sistem dan teknologi informasi yang digunakan saat ini dalam mendukung perancangan *Customer Relationship Management (CRM)* di SDIT Al Muthmainnah.
- d. Memodelkan sistem informasi dengan menggunakan pemodelan *Unified Modeling Language (UML)*.
Pada tahap ini dibuat pemodelan kebutuhan sistem informasi dengan menggunakan *Use Case, Activity Diagram* dan *Class Diagram*.

3.1.5 Perancangan Sistem

Pada tahap ini dirancang usulan sistem yang baru, peneliti menggunakan metode pengembangan sistem dengan model *prototype*. Sebuah *prototype* adalah model atau simulasi yang nyata. Dalam konteks pengembangan sistem, *prototype* adalah model dari sistem secara keseluruhan. *Prototype* dari sistem baru dibangun dari desain awal dan dapat dilihat sebagai sistem yang diperkecil serta mewakili perkiraan karakteristik dari sistem.

3.1.6 Pembuatan Laporan Hasil Penelitian

Pada tahap ini, peneliti membuat laporan dari penelitian yang berisikan laporan penelitian terhadap masalah-masalah dan solusi yang ada pada objek yang diteliti oleh peneliti yaitu Analisis dan Perancangan Sistem Informasi *Customer Relationship Management (CRM)* berbasis web pada SD Islam Al Muthmainnah, teori-teori yang diambil peneliti yang dijadikan penunjang dalam penelitian, cara peneliti dalam melakukan penelitian, hasil penelitian dan analisisnya serta beberapa pelengkap dari laporan penelitian.

4. Hasil dan Pembahasan

Berpedoman kepada metode SDLC, analisis dan perancangan sistem informasi CRM berbasis web pada SDIT Al Muthmainnah ini hanya membahas 3 tahap pertama dari SDLC yaitu *system investigation*, *system analysis*, dan *system design*. Karena penelitian ini hanya sebatas pada merancang *prototype* CRM berbasis web pada SDIT Al Muthmainnah, maka tidak membahas tahap *system implementation* dan *system maintenance*.

Pada tahap *system investigation* dibahas tentang gambaran umum tentang objek penelitian dan sistem yang berjalan yaitu sistem *customer relationship* pada SDIT Al Muthmainnah, dan melakukan studi kelayakan untuk menentukan apakah diperlukan sistem yang baru atau dengan meningkatkan sistem yang berjalan sehingga ditemukan solusi terhadap permasalahan.

Pada tahap *system analysis* dilakukan analisis terhadap sistem yang berjalan dan pemodelan sistem yang berjalan dengan UML. Hal ini diperlukan dalam memahami permasalahan yang ada dan menghasilkan solusi terhadap permasalahan tersebut.

Pada tahap *system design* dibahas perancangan *Business Model Canvas*, model *The strategic framework for CRM*, pemodelan sistem yang diusulkan dengan UML sehingga menghasilkan *prototype* sistem yang baru yaitu CRM berbasis web pada SDIT Al Muthmainnah.

4.1 System Investigation

Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Al Muthmainnah berada dalam naungan Yayasan Makmur Al Muthmainnah yang hadir di tengah-tengah masyarakat Kota Jambi sejak berdiri tahun 1992. Pendirian Yayasan Islam Makmur Al-Muthmainnah Jambi, dan sekolah-sekolah yang dinaunginya, berangkat dari pemikiran bahwa pendidikan adalah hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia, dan dalam islam, surat pertama yang diturunkan oleh Allah SWT kepada Nabi Muhammad SAW membahas tentang pentingnya pendidikan, yaitu surat Al Alaq 1 - 5.

عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ. الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ. أَقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ. خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ. أَقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ .

Bacalah dengan nama Tuhanmu yang menciptakan, Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah, dan Tuhanmulah Yang Maha Pemurah. Yang mengajar dengan perantaran qolam. Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya (QS. Al 'Alaq: 1-5).

Surat Al Alaq inilah yang menjadi landasan pemikiran pendirian Yayasan Makmur Al Muthmainnah, untuk menyelenggarakan pendidikan di berbagai jenjang, yang bertujuan membentuk pribadi anak didik yang unggul baik dalam aspek pembiasaan maupun aspek perkembangan kemampuan dasar dengan dasar iman dan taqwa kepada Allah SWT. Pendidikan memang sangat ditekankan dalam Islam. Satu ayat Al-Qur'an yang pertama kali yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW, *iqra bismi rabbikal lazi khalq*, menunjukkan

pentingnya pendidikan dalam Islam. Ayat ini dimulai dengan kata *iqra'*, yang berarti baca, dan juga menyiratkan konsep belajar, menjelajahi dan mencari pengetahuan.

Yayasan Makmur Al Muthmainnah Jambi merupakan lembaga pendidikan yang betul-betul dapat merespon perkembangan moral anak-anak sebagai generasi penerus bangsa, karena dalam pelaksanaan program pendidikan memadukan antara perkembangan kecerdasan otak (IQ), kecerdasan perilaku (EQ) serta diiringi kecerdasan agama (SQ). Apabila ketiga jenis kecerdasan yang dimiliki anak-anak tersebut ditingkatkan semaksimal mungkin maka akan terbentuklah generasi yang sholeh/sholehah, cerdas dan berakhlak atau bermoral baik.

Yayasan Makmur Al-Muthmainnah menaungi :

- Taman Penitipan Anak (TPA)
- Kelompok Bermain Islam Terpadu (KBIT)
- Taman Kanak-kanak Islam Terpadu (TKIT)
- Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT)
- Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu (SMPIT)

SDIT Al Muthmainnah merupakan sekolah dasar unggulan yang menerapkan nilai-nilai Qur'an dengan sistem pengajaran modern, berakhlak mulia, berdisiplin tinggi, berwawasan luas dengan ciri *full day school*, memadukan kurikulum dan agama (*Integrated Curriculum*) serta *Tahfidzul Qur'an*.

Pendidikan dasar yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam di SDIT Al Muthmainnah merupakan bimbingan terhadap pertumbuhan rohani dan jasmani menurut ajaran Islam dengan hikmah mengarahkan, mengajarkan, melatih, mengasuh dan mengawasi berlakunya semua ajaran Islam. SDIT Al Muthmainnah menyelenggarakan pendidikan yang merupakan sebuah rangkaian proses pemberdayaan anak dalam tumbuh kembangnya di usia pendidikan dasar, baik secara akal, mental maupun moral, untuk menjalankan fungsi azazi kemanusiaan yang diemban sebagai seorang hamba di hadapan *Khaliq*-nya dan sebagai pemelihara (*khalifah*) pada semesta.

5. Kesimpulan

Bagian ini menjelaskan pengambilan kesimpulan dari uraian sebelumnya dan menjawab permasalahan yang diangkat dalam penelitian termasuk juga saran untuk perbaikan.

5.1 Simpulan

Dari analisa dan perancangan sistem informasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web pada Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Al Muthmainnah ini dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu:

- 1 Saat ini bentuk *customer relationship* yang ada pada SDIT Al Muthmainnah yaitu komunikasi antara sekolah dengan *customer*, dalam hal ini orangtua siswa, hanya diselenggarakan melalui tatap muka, telepon dan surat-menyurat yang ditangani oleh bagian *customer services* merangkap Tata Usaha (TU). SDIT Al Muthmainnah juga sudah memiliki official website yang digabungkan bersama jenjang pendidikan lainnya di bawah Yayasan Islam Makmur Al Muthmainnah Jambi, yang beralamat di <http://www.muthmainnahjambi.sch.id>, akan tetapi website ini belum secara maksimal menyelenggarakan interaksi dengan *customer*.
- 2 Penelitian ini menghasilkan prototype sistem informasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web pada SDIT Al Muthmainnah yang dapat meningkatkan kualitas pengelolaan *customer relationship*, mempermudah *customer* untuk memperoleh informasi lebih lengkap dan cepat, terutama untuk informasi bersifat individual dan atau privacy bagi masing-masing *customer* dan juga mempermudah interaksi antara sekolah dengan orangtua siswa.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka dapat diberikan rekomendasi berupa saran-saran sebagai berikut:

- 1 Prototype sistem informasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web pada SDIT Al Muthmainnah yang telah dibuat diharapkan dapat diimplementasikan agar dapat membantu pihak SDIT

Al Muthmainnah dalam mengelola *customer relationship*, serta memberikan berbagai channel komunikasi yang terintegrasi dengan baik bagi para *customer* untuk berinteraksi dengan pihak SDIT Al Muthmainnah.

- 2 Diharapkan untuk peneliti berikutnya dapat mengembangkan prototype sistem informasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web ini menjadi berbasis mobile (Android maupun iOS), dan juga agar dapat terintegrasi dengan Sistem Informasi Akademik (SIKAD), serta penyesuaian dengan kebutuhan untuk penerapan pada jenjang pendidikan selain jenjang Sekolah Dasar.

6. Daftar Rujukan

- [1] Kotler, Philip; & Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing* (Fourteen Edition). New Jersey: Pearson Education.
- [2] Sallis, Edward. 2002. *Total Quality Management in Education* (Third Edition). London: Taylor & Francis.
- [3] Baran, Roger J.; Galka, Robert J.; & Strunk, Daniel P. 2008. *Principle of Customer Relationship Management*. Ohio: Thomson South-Western.
- [4] Payne, Adrian. 2005. *Handbook of CRM: A Customer Excellence in Customer Management*, Burlington: Butterworth-Heinemann.
- [5] Hammer, Michael; & Champy, James. 2005. *Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution*. New York: Collins Business Essentials.
- [6] Osterwalder, Alexander; & Pigneur, Yves. 2010. *Business Model Generation : A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- [7] Buttle, Francis. 2009. *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies*. Burlington: Butterworth-Heinemann.