

PERANCANGAN E – CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA PT. SAMUDERA BERSAUDARA

Rudy Candra¹, Eriya, S.Kom, MT², Agus Siswanto, S.Kom, M.Kom³
Teknik Informatika, STIKOM Dinamika Bangsa, Jambi
PT. Samudera Bersaudara, Jambi

E-Mail : d3m0n1c92@gmail.com¹, rhia_dmi@yahoo.com², wantokdbz@gmail.com³

ABSTRAK

Semakin banyaknya dealer motor di kota jambi, secara tidak langsung tingkat persaingan di antara dealer motor di kota jambi semakin besar dalam mendapatkan loyalitas dari pelanggan. Samudera Bersaudara adalah salah satu dealer resmi Suzuki yang ada di kota jambi yang menjual motor baru, service motor serta penjualan sparepart Suzuki. Selama ini sulit bagi pihak pelanggan untuk mengetahui perkembangan produk sepeda motor dan sparepart dari perusahaan tersebut, admin kesulitan dalam melayani pelanggan dalam melakukan pencarian sparepart motor hal ini membuat pelayanan kepada pelanggan menjadi tidak efisien. Selain itu juga belum adanya wadah khusus berkomunikasi antar pihak perusahaan dengan pelanggan dalam melakukan pemesanan antrian service kendaraan serta belum adanya forum untuk pelanggan melakukan kritik dan saran. CRM adalah strategi untuk mendapatkan, meningkatkan, dan mempertahankan pelanggan yang menguntungkan (Profitable Customer), dengan E-CRM yang bertujuan untuk dapat mengidentifikasi kebutuhan pelanggan secara personal, menganalisis bagaimana pengelolaan pelanggan pada Samudera Bersaudara, dan merancang aplikasi E-CRM pada Samudera Bersaudara sehubungan dengan layanan kepada pelanggan. Metode penelitian yang dilakukan adalah dengan observasi secara langsung, wawancara, dan analisis dokumen. Metode pengembangan sistem yang digunakan peneliti adalah pengembangan perangkat lunak model sekuensial linear yang sering disebut dengan model air terjun (Waterfall) dengan tahapan Analisis Kebutuhan, Desain Sistem, Implementasi dan Pengujian Unit, Pengujian Sistem, dan Perawatan. Penelitian ini menghasilkan sebuah E-CRM Pada Samudera Bersaudara agar dapat meningkatkan pelayanan pelanggan secara maksimal untuk mendapatkan pelanggan, meningkatkan hubungan dengan pelanggan, dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan.

Kata Kunci : Perancangan, CRM, E-CRM, PT. Samudera Bersaudara

ABSTRACT

A growing number of motorcycle dealer in Jambi city, are indirectly the level of competition between the motorcycle dealer in the greater Jambi City in getting the customer loyalty. Samudera Bersaudara is one of the authorized dealers of Suzuki in Jambi city that sell a new motorcycles, service and sale of spare parts Suzuki motorcycle. During this difficult for the customer to know the development of motorcycle products and spare parts from the company, the admin difficulties in servicing customers in search of spare parts of motor this makes customer service to be inefficient. In addition, the lack of communication between the special container company with customers in an order queue service vehicles and the lack of a forum for criticism and suggestions of customers. CRM is a strategy to acquire, improve, and retain profitable customers (Profitable Customer), with E - CRM is intended to be able to identify customer needs in a personal, analyzing how the Samudera Bersaudara customer management, and design the application of E - CRM in the ocean in relation Brothers with service to customers. The research method is by direct observation, interviews, and document analysis. System development methods used by researchers is the development of a linear sequential model of software that is often referred to as the waterfall model (Waterfall) with stage Needs Analysis, System Design, Implementation and Unit Testing, System Testing, and Maintenance. This study resulted in an E - CRM On Samudera Bersaudara in order to improve customer service to the maximum to get customers, improve relationships with customers, and maintain customer.

Keywords : Design, CRM, E-CRM, PT. Samudera Bersaudara

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era modern pada saat ini perkembangan teknologi tidak dapat dihindari lagi. Untuk dapat bersaing dan bertahan di dunia bisnis, suatu perusahaan harus peka terhadap tren yang sedang terjadi sehingga tidak kalah dari kerasnya persaingan usaha. Melalui pelayanan yang baik kepada pelanggan diharapkan mendapatkan *income* berasal dari transaksi pembelian pelanggan. Oleh karena itu, tanpa pelanggan suatu perusahaan tidak bisa hidup. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasakan mendapatkan nilai yang lebih dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Pelanggan yang tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dapat dengan mudah beralih ketempat lain dan akan menyebarkan informasi negatif tentang perusahaan kepada banyak orang di banding pelanggan yang puas.

Customer Relationship Management (CRM) menjadi istilah yang populer pada beberapa tahun terakhir ini yang merupakan suatu usaha untuk menjaga relasi antar perusahaan dengan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas dalam konsumsi produk-produk yang ditawarkan perusahaan.

E-CRM merupakan singkatan dari *Electronic Customer Relationship Management* adalah sebuah cara bagi perusahaan untuk mendapatkan pelanggan yang baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan memuaskan pelanggan atau menawarkan keragaman fasilitas sehingga pelanggan ingin kembali lagi dan mengulangi transaksi dengan perusahaan yang sama dalam jangka waktu yang lama.

PT.SAMUDERA BERSAUDARA yang beralamat di Jl. Prof. DR. M. Yamin, SH merupakan distributor Sepeda Motor dan *sparepart* Suzuki yang menyalurkan barang - barang ke dalam kota maupun luar kota.

Selama ini memang sulit bagi pihak pelanggan untuk mengetahui informasi perkembangan produk sepeda motor dan *sparepart* dari perusahaan tersebut, admin kesulitan dalam melayani pelanggan dalam melakukan pencarian *sparepart* motor hal ini membuat pelayanan kepada pelanggan menjadi tidak efisien. Selain itu juga belum adanya wadah khusus berkomunikasi antara pihak perusahaan dengan pelanggan dalam melakukan pemesanan antrian *service* kendaraan serta belum adanya forum untuk pelanggan melakukan kritik dan saran. Dengan membangun sistem E-CRM peneliti berharap dapat menjadi solusi yang tepat bagi perusahaan untuk menciptakan keunggulan pelayanan dibandingkan dengan para pesaingnya maka PT.Samudera Bersaudara mengaplikasikan program E-Customer Relationship Management (E-CRM) untuk memenangkan persaingan yang ada.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti adalah :

1. Bagaimana menganalisa sistem yang sedang berjalan pada PT. Samudera Bersaudara ?
2. Bagaimana merancang aplikasi *E-CRM* pada PT. Samudera Bersaudara ?

1.3. Tujuan

Adapun yang menjadi tujuan penulis dalam melakukan penelitian adalah :

1. Menganalisa sistem pelayanan pelanggan pada PT. Samudera Bersaudara seperti data service, data produk, dan data pelanggan.
2. Merancang aplikasi E-CRM pada PT. Samudera Bersaudara.

1.4. Manfaat

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian adalah :

1. Bagi Pelanggan
 - a. Memberikan perhatian lebih kepada pelanggan seperti ucapan selamat bergabung melalui *registrasi* dan verifikasi setiap pesanan melalui *email* sehingga pelanggan merasa diperhatikan dan tetap menjadi pelanggan setia.
 - b. Meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang disediakan oleh PT. Samudera Bersaudara.
 - c. Pelanggan dapat dengan mudah memperoleh informasi yang dibutuhkan ataupun yang diinginkan dari mana saja.
2. Bagi Perusahaan
 - a. Untuk mengetahui apa saja yang menjadi kebutuhan dan masalah yang sering di hadapi oleh pelanggan
 - b. Menjaga pelanggan yang sudah ada agar merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan PT. Samudera Bersaudara sehingga mereka tetap kembali untuk mendapatkan produk atau jasa dari PT. Samudera Bersaudara.

- c. Agar pelanggan yang merasa puas tersebut dapat merekomendasi merek (brand) Suzuki dari PT. Samudera Bersaudara kepada relasinya.
3. Bagi Penulis.
 - a. Dapat mengetahui permasalahan pelayanan pelanggan yang sedang berjalan di PT.Samudera Bersaudara.
 - b. Melatih kemampuan untuk mempertanggung jawabkan penelitian ilmiah yang telah dilakukan dalam bentuk laporan guna menyelesaikan pendidikan Strata 1.

2. LANDASAN TEORI

2.1. Customer Relationship Management (CRM)

Menurut Brown (2000) dikutip dalam buku Anastasia (2007 : 188), “CRM merupakan strategi bisnis yang bertujuan untuk memahami, mengantisipasi, dan mengelola kebutuhan pelanggan organisasi, baik pelanggan saat ini maupun pelanggan potensial.

2.2. Tahapan dalam CRM

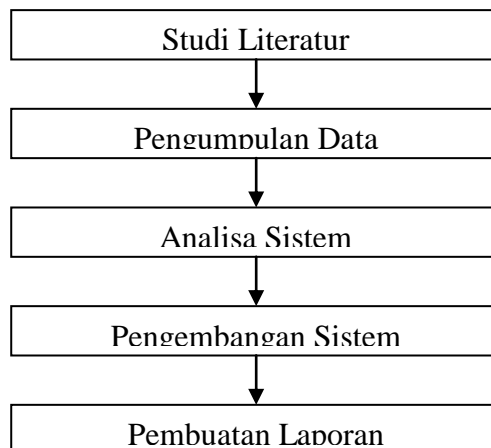
Dalam CRM ada tiga tahapan yang dilalui yaitu (Kalakota dan Robinson : 2001) :

1. Mendapatkan pelanggan baru.
Pelanggan yang baru diperoleh dengan cara mempromosikan produk/layanan yang terbaik. Hasil yang didapatkan pelanggan adalah penawaran produk dengan kualitas terbaik yang didukung oleh pelayanan yang terbaik pula.
2. Meningkatkan hubungan dengan pelanggan tetap.
Peningkatan hubungan dengan pelanggan tetap diperoleh dengan cara melakukan *cross-selling* (menawarkan produk yang dapat melengkapi atau mengisi produk yang akan dibeli oleh pelanggan) dan *up-selling* (menawarkan produk yang sejenis dengan produk yang akan dibeli oleh pelanggan namun dengan kualitas yang lebih baik). Hasil yang didapatkan pelanggan adalah penawaran pelanggan dapat menggunakan waktu yang sebaik-baknya dan dengan biaya yang ringan (*one-stop shopping*).
3. Mempertahankan pelanggan yang sudah ada.
Mempertahankan pelanggan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan dengan melakukan penyesuaian layanan sesuai dengan apa yang dibutuhkan pelanggan, bukan pasar. Hasil yang didapatkan pelanggan adalah penawaran hubungan yang lebih baik sesuai dengan keinginan pelanggan.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Kerangka Kerja Penelitian

Kerangka kerja penelitian adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep kerja yang satu terhadap konsep kerja lainnya dari permasalahan yang sedang diteliti. Kerangka kerja penelitian berisi penjelasan tentang tahapan proses yang akan dilakukan selama melakukan kegiatan penelitian. Kerangka kerja penelitian dibuat agar mempermudah pencapaian hasil penelitian yaitu merancang sebuah aplikasi untuk meningkatkan pelayanan pelanggan pada Samudera Bersaudara dengan E-CRM. Penulis membuat suatu kerangka kerja penelitian yang terdiri dari beberapa tahapan antara lain studi literature, pengumpulan data, analisis data, pengembangan sistem dan pengambilan keputusan, seperti yang terdapat pada gambar berikut



Gambar 1. Kerangka Kerja Penelitian

Berdasarkan kerangka kerja penelitian yang telah digambarkan diatas, maka dapat diuraikan pembahasan masing-masing tahap dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Studi Literatur

Pada tahap ini dilakukan pencarian landasan-landasan teori yang diperoleh dari berbagai buku dan E-CRM, *Use Case*, *Activity Diagram*, *Class Diagram*, PHP, MySQL, dan *Dreamweaver CS5* untuk melengkapi pembendaharaan konsep dan teori, sehingga memiliki landasan dan keilmuan yang baik dan sesuai.

2. Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara untuk mendapatkan data pelanggan dan informasi mengenai produk *sparepart* sepeda motor yang dijual, laporan transaksi, metode observasi untuk mengamati proses pelayanan pelanggan yang terjadi di PT. Samudera Bersaudara, serta metode analisis dokumen untuk mempelajari dokumen-dokumen untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

3. Pengembangan Sistem

Pada tahap ini dilakukan pengembangan sistem dengan menggunakan model air terjun (*waterfall*). Data-data dan informasi mengenai produk *sparepart* sepeda motor pada sistem yang akan dibangun, dimasukkan ke dalam *database* melalui *form* input dan proses pemesanan nomor *service* kendaraan dilakukan dengan menggunakan aplikasi *Dreamweaver CS 5* berbasis *Website* serta laporan transaksi dapat dicetak sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan.

4. Pembuatan Laporan

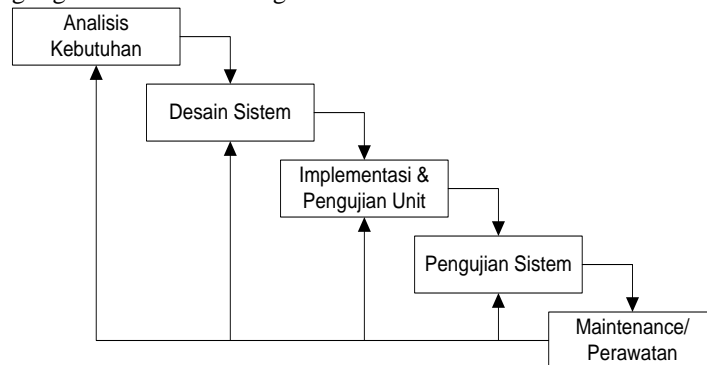
Setelah tahapan pengembangan perangkat lunak selesai dilakukan maka tahapan selanjutnya adalah tahapan pembuatan laporan. Pembuatan laporan didasarkan pada tahapan pengembangan perangkat lunak yang telah dilakukan sebelumnya. Pada tahapan ini akan disimpulkan apakah perangkat lunak yang dikembangkan dapat memenuhi kebutuhan yang ditemukan pada saat tahapan analisis kebutuhan.

3.2. Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara (*Interview*), yaitu mengadakan tatap muka langsung dan mengajukan beberapa pertanyaan kepada Admin pelayanan pelanggan PT. Samudera Bersaudara seputar gambaran umum PT. Samudera Bersaudara dan mengenai pelayanan pelanggan yang sedang berjalan di perusahaan tersebut.
2. Pengamatan Langsung (*Observation*), yaitu mengadakan pengamatan langsung di PT. Samudera Bersaudara, dengan cara ini penulis dapat melihat cara kerja sistem pelayanan pelanggan yang sedang berjalan. Yang mana sistem pelayanan pelanggan masi dilakukan dengan cara konvensional.
3. Alalisis Dokumen (*Document Analysis*), pada tahap ini dokumen-dokumen yang ada dipelajari untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Dokumen tersebut meliputi laporan tentang pelayanan pelanggan, buku-buku, jurnal, artikel yang didapat melalui internet serta dokumen-dokumen yang didapat dari tempat penulis melakukan penelitian.

3.3. Metode Pengembangan Sistem

Metode yang digunakan dalam pengembangan sistem ini adalah model *waterfall* (air terjun). Penulis menggunakan model *waterfall* dikarenakan pengaplikasiannya mudah dan sistematis. Adapun model *waterfall* yang digunakan adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Model Waterfall

Adapun penjelasan dari metode pengembangan sistem dengan model *waterfall* ini adalah sebagai berikut:

1. **Analisa Kebutuhan**
Pada tahap ini dilakukan identifikasi kebutuhan dari sistem yang akan dibuat seperti sifat dari sistem yang dibangun, tingkah laku sistem terhadap suatu input tertentu.
2. **Desain Sistem**
Pada tahap ini dilakukan perancangan data, antar muka (*interface*) dan model sistem dengan menggunakan *Use Case Diagram*. Untuk memodelkan proses secara keseluruhan dengan menggunakan *Activity diagram*, sedangkan untuk merancang prosedur dari sistem menggunakan *flowchart*.
3. **Implementasi dan Pengujian Unit**
Pada tahap ini sistem yang telah dirancang, diimplementasikan dengan menggunakan program bantu yaitu PHP dan MySQL, kemudian dilakukan pengujian terhadap tiap-tiap unit atau modul yang telah dibuat.
4. **Pengujian Sistem**
Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap sistem yang telah dibuat, untuk mengetahui apakah sistem yang telah dibuat sesuai dengan kebutuhan.
5. **Maintenance**
Pada tahap ini dilakukan pemeliharaan *software* seperti melakukan perbaikan-perbaikan terhadap sistem yang berjalan atau menambahkan fungsi tambahan sesuai dengan keinginan *user*.

Pada penelitian ini, peneliti hanya melakukan proses pengembangan sistem sampai pada tahap keempat yaitu tahap pengujian sistem.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Sistem Yang Berjalan

Proses analisis sistem dalam pengembangan sistem informasi merupakan suatu tahap penting, karena pada tahap ini akan dilakukan pendefinisian masalah dan penyusunan alternatif pemecahan masalah serta memuat spesifikasi dari sistem yang akan dikembangkan. Langkah ini diperlukan guna mengetahui kelemahan sistem yang sedang berjalan.

Sistem yang sedang berjalan pada PT. Samudra Bersaudara antara lain :

1. **Mendapatkan Pelanggan**
PT. Samudra Bersaudara melakukan promosi menggunakan brosur mengenai produk mereka yang ditawarkan, dan juga terdapat *customer service* untuk menanggapi segala permasalahan yang terjadi pada pelanggan.
2. **Meningkatkan hubungan dengan pelanggan**
PT. Samudra Bersaudara memberikan layanan service motor secara gratis secara berkala dalam waktu 1 tahun apabila membeli 1 unit motor pada perusahaan ini, dan terdapat katalog – katalog mengenai penjelasan perawatan motor sehingga saat pelanggan melakukan service motor, pelanggan dapat membaca katalog tersebut untuk menambah pengetahuan pelanggan.
3. **Mempertahankan pelanggan**
PT. Samudra Bersaudara memberikan layanan service motor bekas apabila telah melakukan 10 x service dan juga memberikan harga – harga diskon terhadap pelanggan apabila membeli spare part motor dalam jumlah yang besar.

Sehingga ditemukan beberapa kekurangan atau kelemahan dalam sistem yang sedang berjalan pada PT. Samudra Bersaudara diantaranya yaitu :

1. Biaya promosi yang sangat besar dan hanya mencakupi wilayah yang kecil dan penyampaian informasi yang terkadang tidak sampai ke pelanggan. Sehingga susah untuk mendapatkan pelanggan baru.
2. Pelanggan sulit mendapatkan informasi mengenai service motor dan katalog mengenai penjelasan service motor dikarenakan pelanggan diharuskan datang ke tempat dan jika jaraknya jauh membuat pelanggan malas untuk datang ke tempat.
3. Pelanggan yang terkadang tidak mengetahui informasi service 10 x mendapatkan service gratis dan terdapat harga – harga diskon yang diberikan kepada pelanggan setia.

Berdasarkan analisis pemasalahan yang terjadi, oleh karena itu peneliti ingin menerapkan sistem E-CRM yang berbasis *website* dimana sistem ini memberikan solusi kepada PT. Samudra Bersaudara, meliputi :

1. mengurangi biaya promosi, jangkauan promosi yang luas dan pelanggan mendapatkan informasi mengenai produk – produk yang ditawarkan sehingga tidak terjadi keliruan dalam promosi produk yang ditawarkan.

2. Pelanggan dapat melihat secara langsung katalog – katalog yang berhubungan dengan service – service motor sehingga tidak perlu lagi datang ke PT. Samudra Bersaudara.
3. Pelanggan juga dapat membooking service motor secara online sehingga setelah melakukan service mendapatkan point 1 setiap 1 kali service dan apabila sudah melakukan 10 x service, pelanggan mendapatkan service motor secara gratis.

4.2. Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak

Setelah melakukan analisis terhadap sistem yang sedang berjalan, maka ditemukan kebutuhan-kebutuhan yang diharapkan dapat terpenuhi oleh sistem yang baru. Kebutuhan-kebutuhan ini disesuaikan dengan tahapan CRM, antara lain:

1. Tahap 1, mendapatkan pelanggan baru (*acquire*)
Untuk mendapatkan pelanggan yang baru PT. Samudra Bersaudara dengan menggunakan sistem E-CRM yaitu dengan memberikan informasi sparepart secara detail kepada pelanggan, menanyakan pertanyaan atau memberikan saran/kritik sehingga PT. Samudra Bersaudara mendapatkan pelanggan baru yang tetap.
2. Tahap 2, meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang telah ada (*enhance*)
Untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang telah ada, PT. Samudra Bersaudara memberikan pelayanan yang maksimal, seperti memberikan tempat service yang nyaman dan memuaskan, menanggapi saran dan kritik dari pelanggan serta menanggapi pertanyaan-pertanyaan dari pelanggan.
3. Tahap 3, mempertahankan pelanggan (*retain*)
Dalam mempertahankan pelanggan PT. Samudra Bersaudara memberikan pelayanan seperti memberikan harga standar nasional dan produk dengan kualitas terbaik serta memberikan diskon kepada pelanggan yang membeli produk dengan jumlah besar dan menerima semua komplain yang diberikan oleh pelanggan setia.

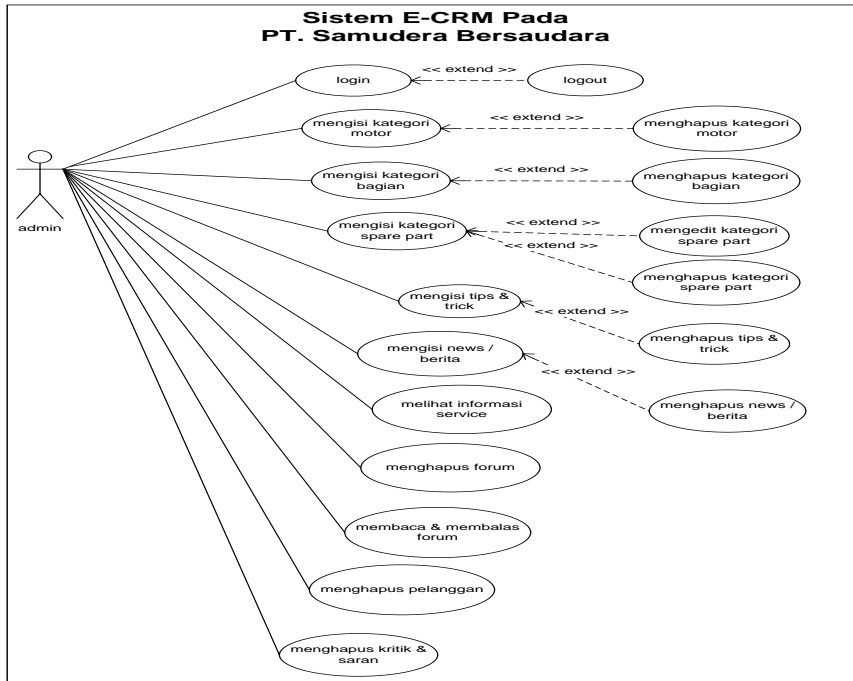
Dengan adanya sistem yang telah dibangun dapat digunakan pelanggan yang disesuaikan dengan tahapan CRM, antara lain:

1. Tahap 1, mendapatkan pelanggan baru (*acquire*)
 - a. Sistem dapat melakukan pendaftaran pelanggan
 - b. Sistem mampu memberikan informasi spare part motor secara detail dan terarah
 - c. Sistem menyediakan profil dari pelanggan dan daftar service motor yang pernah dilakukan.
2. Tahap 2, meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang telah ada (*enhance*)
 - a. Sistem dapat melakukan booking service motor sehingga semua masalah kerusakan motor dapat diselesaikan dengan baik.
 - b. Sistem dapat digunakan untuk membalas dan membalas forum untuk interaksi antara pelanggan dan admin atau antar sesama pelanggan.
3. Tahap 3, mempertahankan pelanggan (*retain*)
 - a. Sistem juga memiliki fitur pemberian point terhadap pelanggan apabila melakukan 1x service motor akan mendapatkan 1 point dan jika point telah mencapai 10, pelanggan dapat melakukan service motor secara gratis.

4.3. Analisis Proses Sistem

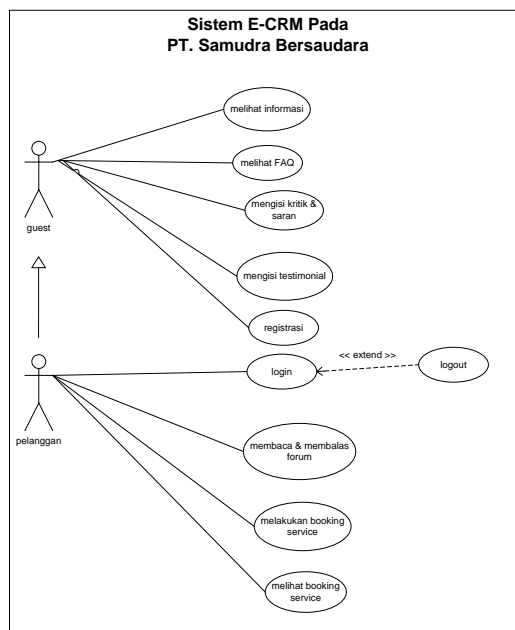
1. Use Case Diagram Admin

Berikut ini adalah *Use Case Diagram* yang dibuat untuk menggambarkan sistem baru :



Gambar 3. Use Case Diagram Admin

2. Use Case Diagram Guest dan Pelanggan.



Gambar 4. Use Case Diagram Guest dan Pelanggan

4.4. Analisis Output

Analisis output menjelaskan output yang akan dihasilkan oleh perangkat lunak terhadap sistem. Dimana output yang dihasilkan oleh PT. Samudra Bersaudara Jambi pada saat ini yang dapat dilihat di bawah ini :

1. Profil PT. Samudra Bersaudara

Pada sistem yang dibuat akan menampilkan profil darimana PT. Samudra Bersaudara. Menginformasikan bagaimana cara menghubungi perusahaan, sejarah dari perusahaan, Visi dan Misi dari PT. Samudra Bersaudara

2. Spesifikasi Spare Part

Pada sistem yang dibuat akan menginformasikan spesifikasi sparepart dan harga jualnya.

3. Berita / News

Berita / News pada sistem akan menampilkan isi event-event apa saja yang akan diadakan di PT. Samudra Bersaudara, Produk terbaru, Promosi-promosi.

4. Forum Komunikasi

Sistem juga akan menampilkan komunikasi antara admin dengan pelanggan atau pelanggan dengan pelanggan melalui forum. Sehingga informasi mudah diperoleh lewat forum komunikasi ini.

4.5. Analisis Input

Analisis input menjelaskan input yang akan dihasilkan oleh perangkat lunak terhadap sistem. Dimana input yang dihasilkan oleh PT. Samudra Bersaudara Jambi pada saat ini yang dapat dilihat di bawah ini :

1. Berita / News

Berita / News pada sistem akan diinputkan oleh seorang admin. Dengan Mengisikan event-event apa saja yang akan dilakukan oleh PT. Samudra Bersaudara, Promosi-promosi, dan berita seputar PT. Samudra Bersaudara.

2. Data Pelanggan

Data pelanggan yang diinputkan ke dalam sistem berupa data-data dari pada pelanggan.

3. Data Kategori Sparepart

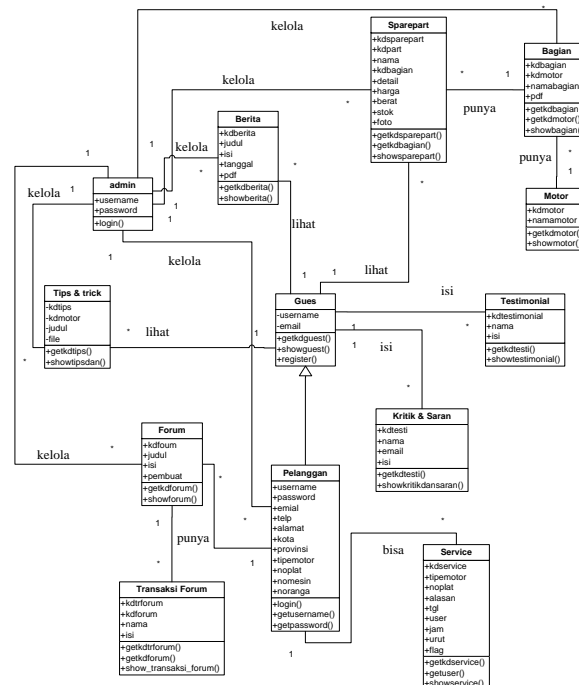
Disini data akan diinputkan ke dalam sistem oleh seorang admin yang akan menampilkan pada kategori sparepart.

4. Login dan Register

Login akan diinputkan oleh pelanggan dan seorang admin untuk masuk pada halaman selanjutnya. Dengan berdasarkan username dan password. Register akan diinputkan oleh pelanggan dengan berdasarkan data diri dari pelanggan tersebut.

3. Class Diagram

Class diagram dapat dilihat pada Gambar berikut :



Gambar 6. Class Diagram

4. ANALISIS HASIL YANG DICAPAI OLEH SISTEM

Adapun analisis hasil yang dicapai oleh sistem yang telah dibangun untuk mengatasi permasalahan yang terjadi pada PT. Samudra Bersaudara adalah sebagai berikut :

1. Sistem E-CRM yang dirancang dapat memudahkan pengunjung untuk melihat informasi spare part yang ditawarkan, registrasi menjadi pelanggan, dan dapat melihat tips & trick mengenai perawatan mesin motor dengan tipe tersendiri.

2. Sistem yang dirancang juga memudahkan pelanggan untuk membooking service motor sesuai dengan keinginannya dan juga terdapat perhitungan bonus point untuk 1 x service mendapatkan 1 x point dimana 10 point mendapatkan service gratis
3. Sistem yang dirancang juga memberikan kemudahan kepada pelanggan dan admin untuk dapat berinteraksi melalui internet dengan menggunakan fitur forum.

Adapun kelebihan dari sistem baru ini adalah sebagai berikut :

1. Sistem *E-CRM* ini mempermudah pengunjung untuk melihat informasi mengenai spare part mesin yang ditawarkan dan dapat mengisi kritik & saran yang digunakan untuk membangun PT. Samudra Bersaudara ini
2. Sistem ini juga mempermudah pelanggan untuk booking service motor sesuai dengan keinginan mereka masing - masing.
3. Sistem ini dirancang untuk memudahkan pelanggan yang ada PT. Samudra Bersaudara untuk dapat saling berinteraksi dengan baik melalui forum yang disediakan sehingga PT. Samudra Bersaudara menjaga hubungan dengan baik dengan pelanggannya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut :

1. Penelitian ini menghasilkan sebuah aplikasi sistem *E-CRM* yang bisa mempermudah PT. Samudera Bersaudara dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan secara maksimal.
2. Untuk melakukan pelayanan PT. Samudera Bersaudara menggunakan tiga tahap yang bertujuan untuk mendapatkan pelanggan baru, meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang sudah ada, dan mempertahankan pelanggan.
3. *Website* ini nantinya akan digunakan pelanggan seperti mencari informasi sparepart
4. secara detail, menanyakan pertanyaan memberikan kritik/saran, diskusi melalui forum, dan melakukan pemesanan service kendaraan,.

5.2. Saran

Adapun saran-saran yang berguna yang penulis harapkan dari sistem yang dihasilkan adalah:

1. Untuk pengembangan lebih lanjut, diharapkan *website* *E-CRM* ini dapat tersedianya iklan video penjualan motor Suzuki.
2. Untuk pengembangan lebih lanjut diharapkan *E-CRM* pada PT. Samudera Bersaudara dapat tersedianya fitur-fitur untuk mendownload spesifikasi *sparepart*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

a. Buku (1 Penulis)

- [1] Anastasia Diana & Fandy Tjiptono. 2007, *E-Business*. Yogyakarta : Andi
- [2] Febrian, Jack. 2004, *Kamus Komputer & Teknologi Informasi*. Bandung : Informatika
- [3] Hariyanto, Bambang. 2004, *Rekayasa Sistem Berorientasi Objek*. Bandung: Informatika.
- [4] Kristanto, Harianto. 2004, *Konsep Perancangan DATABASE*. Yogyakarta : Adi Offset.
- [5] Mulyanto, Agus. 2009, *Sistem Informasi Konsep & Aplikasi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- [6] Peranginangin, Kasiman. 2006, *Aplikasi WEB dengan PHP dan MySQL* : Andi Offset.
- [7] Puspitosari, Heni A. 2011, *Pemrograman Web Database dengan PHP dan MySQL Tingkat Lanjut*. Yogyakarta : Skripta Media Creative.
- [8] Raharjo, Budi. 2011, *Belajar Otodidak Membuat Database menggunakan MySQL*. Bandung : Informatika
- [9] Raharjo, Budi. 2011, *Belajar Otodidak Pemrograman Web dengan PHP + Orecel*. Bandung : Informatika
- [10] Sholiq. 2010, *Analisis Dan Perancangan Berorientasi Obyek*. Bandung : Muara Indah.
- [12] Simarmata, Janner, dkk. 2006, *Basis Data*. Yogyakarta : Andi Offset

- [13] Sutabri, Tata. 2004, *Analisis Sistem Informasi*. Yogyakarta : Andi Offset.
- [14] Sadeli, Muhammad. 2011, *7 Jam Belajar Interaktif Dreamweaver CS5 Untuk Orang Awam*. Palembang : Maxikom.
- [15] Utomo, Herry, Wiranto. 2010, *Permodelan Basis Data Berorientasi Objek*. Yogyakarta : Andi.

Artikel dari Jurnal

- [16] Danardatu, Heru, Aloysius.
2003. Pengenalan Customer Relationship
Management (CRM) <http://ilmukomputer.org/wp-content/uploads/2013/06/adiba-zoho.doc>.
Desember 2013
- [17] Meyliana. 2008. Implementasi
E-CRM pada Perusahaan Distributor dan Retailer Peralatan Kebugaran, Kesehatan, dan Olahraga
: Studi Kasus pada PT.KISS, isjd.pdii.lipi.go.id/admin/jurnal/11208161179.pdf, November 2012.