

PERANCANGAN E-CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) PADA PT. SONYA FM MEDAN

Evri Ekadiansyah¹⁾, Harris Kurniawan²⁾

^{1), 2)} Sistem Informasi Universitas Potensi Utama
Jl Kl. Yos Sudarso KM 6,5No3A Medan

Email : evrie1409@gmail.com¹⁾, choco_pahmen@yahoo.ac.id²⁾

Abstrak

Perkembangan internet dewasa ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal ini disebabkan karena internet mampu menutupi kelemahan media lain, seperti keterbatasan ruang dan waktu. Seiring dengan itu, teknologi website dari waktu ke waktu juga mengalami perkembangan. Para perancang website berlomba-lomba untuk mendisain suatu website dengan menyediakan fitur-fitur yang lengkap disamping dengan penggunaan software lainnya. Tidak heran juga dunia usaha, instansi pemerintahan maupun dunia pendidikan juga menerapkan teknologi ini. Penelitian yang dilakukan di Radio Sonya FM Medan. Dimana CRM berfungsi untuk menghubungkan para pengguna website. Tujuannya untuk mempererat hubungan antara pihak radio, pihak luar, maupun penggemar radio yang menggunakan system informasi berbasis internet yang dapat di akses kapanpun dimana saja berada. Sehingga akan terjadi interaktif antar pengguna website dan memberikan efek timbal balik antara pengguna, dengan pihak radio demi meningkatkan perkembangan radio saat ini juga dimasa yang akan datang. Hasil dari perancangan ini menjadi acuan bagi pengembangan untuk masuk ke tahap berikutnya dalam pengembangan aplikasi.

Kata kunci: aplikasi web, Radio Sonya FM, E-CRM.

1. Pendahuluan

Dalam era globalisasi ini, komputer telah digunakan secara optimal hampir disegala bidang kegiatan. Kemampuan komputer yang semakin baik sebagai alat bantu dalam pemrosesan data, telah dapat meningkatkan efisiensi pelaksanaan pekerjaan. Volume data yang besar, bentuk perhitungan berulang, kecepatan waktu serta keakuratan untuk membuat laporan-laporan yang diperlukan sebagai penunjang aktifitas kantor atau perusahaan, tidak lagi menjadi masalah besar. Semua dapat dilaksanakan secara komputersisasi.[1]

Sebagai salah satu instansi dalam bidang informasi. Radio membutuhkan customer management yang dapat menunjang peranan radio sebagai sumber informasi dan hiburan bagi masyarakat luas. Baik itu untuk media penyebaran informasi tanpa batas.

Tidak diragukan lagi internet sudah menjadi salah satu sarana penting untuk komunikasi global dewasa ini. Dengan memanfaatkan jasa internet yang dapat diakses kapan aja, dimana saja orang dapat mengakses kumpulan informasi dalam beberapa menit, dengan bantuan seperangkat PC dan modem yang telah terhubung ke jaringan informasi global atau melalui fasilitas warung-warung internet yang hampir berada di tiap-tiap kota.

Di dalam sebuah website pada saat ini tidak hanya menampilkan informasi yang ingin ditampilkan oleh instansi atau perusahaan saja, akan tetapi pelanggan atau pengguna juga dapat memberikan informasi yang baru terhadap sebuah website. Untuk melakukan hal tersebut maka sebuah website harus dibangun e-CRM (Customer Relationship Management) yang dapat mengelola data pelanggan atau pengguna.

E-CRM membuat hubungan yang sedekat mungkin antara perusahaan dengan konsumennya. Pemikiran ini didasari oleh tuntutan konsumen atas perusahaan yang semakin banyak. Mereka menginginkan perusahaan untuk memberikan sesuatu yang memiliki kualitas yang baik dan juga selalu mengikuti perkembangan zaman atau konsumen menginginkan sesuatu yang sesuai dengan apa yang mereka butuhkan dan harapkan dari produk atau jasa, sehingga perusahaan tidak dapat memaksakan produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut, agar dapat diterima sepenuhnya oleh konsumen.

Oleh karena itu, sebelum produk atau jasa tersebut dihasilkan, sebaiknya perusahaan mengenal, mengetahui, dan menggali apa yang dibutuhkan dan diharapkan dari konsumennya. Salah satu strategi yang dapat diterapkan dari pembahasan di atas, adalah dengan menggunakan e-CRM, salah satu strategi yang digunakan untuk mengetahui kebutuhan konsumen dan juga untuk menarik, menjaga atau mempertahankan konsumen agar tetap dekat dengan perusahaan. CRM dikatakan berhasil apabila perusahaan tersebut sudah mendapatkan customer retention/customer loyalty/ kesetiaan konsumen terhadap perusahaan dan juga produk atau jasa yang diberikan perusahaan tersebut.[2]

Tujuan utama pemasaran tertinggi adalah mencapai tingkat kepuasan pelanggan. Pada kenyataannya, akhirnya ini banyak perhatian tercurah pada kepuasan

“total”, yang implikasinya adalah mencapai kepuasan sebagian saja tidaklah cukup untuk membuat pelanggan setia dan kembali lagi. Ketika pelanggan merasa puas akan pelayanan yang didapatkan pada saat proses transaksi dan juga puas akan barang atau jasa yang mereka dapatkan, besar kemungkinan mereka akan kembali lagi dan melakukan pembelian-pembelian yang lain dan juga akan merekomendasikan pada teman-teman dan keluarganya tentang perusahaan tersebut dan produk-produknya. Juga kecil kemungkinan mereka berpaling ke pesaing-pesaing lain. Mempertahankan kepuasan pelanggan dari waktu ke waktu akan membina hubungan yang baik dengan pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang.[3]

Kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa terpenuhinya suatu kebutuhan menciptakan suatu kenyamanan bagi pelanggan, apa yang memuaskan satu pelanggan mungkin tidak memuaskan pelanggan yang lainnya. Kenyataannya, apa yang bisa memuaskan pelanggan di satu situasi mungkin tidak bisa memuaskan pelanggan yang sama di lain situasi. Dengan demikian, kepuasan pelanggan adalah *target* yang berubah-ubah, karena masing-masing pelanggan memiliki serangkaian kebutuhan pada tingkat yang berbeda-beda.[4] Oleh karena itu, CRM diperlukan untuk menjaga kepuasan pelanggan tersebut.

Beberapa tujuan dari E-CRM :

1. Mengoptimalkan pelanggan yang sudah ada agar dapat lebih meningkatkan pendapatan perusahaan. Menyiapkan informasi yang lengkap tentang pelanggan untuk memaksimalkan hubungan pelanggan dengan perusahaan melalui penjualan secara up-selling dan cross-selling sehingga pada saat yang bersamaan dapat meningkatkan keuntungan dengan cara mengidentifikasi, menarik serta mempertahankan pelanggan yang paling bagus.
2. Menggunakan informasi yang terintegrasi untuk menghasilkan pelayanan yang paling memuaskan. Dengan menggunakan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan, kita dapat menghemat waktu pelanggan dan menghindari pelanggan dari berbagai macam keluhan masalah. Sebagai contoh, pelanggan seharusnya tidak perlu memberikan informasi yang berulang-ulang mengenai dirinya di berbagai departemen, tetapi pelanggan tersebut akan lebih senang jika ternyata telah dikenal dengan baik oleh perusahaan. Memperkenalkan prosedur dan proses produksi yang konsisten walaupun telah dipakai secara berulang-ulang. Dengan semakin banyaknya jaringan pelanggan, maka akan banyak karyawan yang terlibat didalam transaksi penjualan. Tanpa memperhitungkan ukuran atau tingkat kesulitan, perusahaan harus memperbaiki konsistensi proses dan prosedur dalam hal manajemen dan penjualan.

3. Memperkenalkan saluran proses dan prosedur yang konsisten dan dapat ditiru. Dengan perkembangan saluran komunikasi bagi pelanggan, maka semakin banyak karyawan yang terlibat dalam transaksi penjualan, maka semakin banyak karyawan yang terlibat dalam transaksi penjualan, sehingga perusahaan harus meliputi konsistensi proses dan prosedural.

Untuk mencapai keakuratan dan ketelitian data serta informasi dalam penelitian ini maka pengumpulan data dilakukan dengan 3 cara :

1. Penelitian Lapangan (Field Research)
Dalam hal ini penulis melakukan penelitian langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data secara langsung dengan cara menyajikan pertanyaan-pertanyaan dan mengumpulkan formulir data yang ada.
2. Penelitian Kepustakaan (Library Research)
Pengumpulan data juga dilakukan dengan membaca buku-buku literatur, diktat kuliah, buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini. Dan artikel-artikel yang berasal dari internet.
3. Penelitian Laboratorium (Laboratory Research)
Penelitian ini menggunakan laboratorium computer guna menguji kebenaran program yang dirancang. Dalam penelitian ini penulis menggunakan komputer dengan spesifikasi sebagai berikut :

Hardware

- 1) Notebook PC SONY VAIO
- 2) Intel Core i5 processor 2.66 Ghz
- 3) Memory 4GB dan Harddisk 500 GB
- 4) Display size 14 inch
- 5) Printer CANON PIXMA IP1980

Software

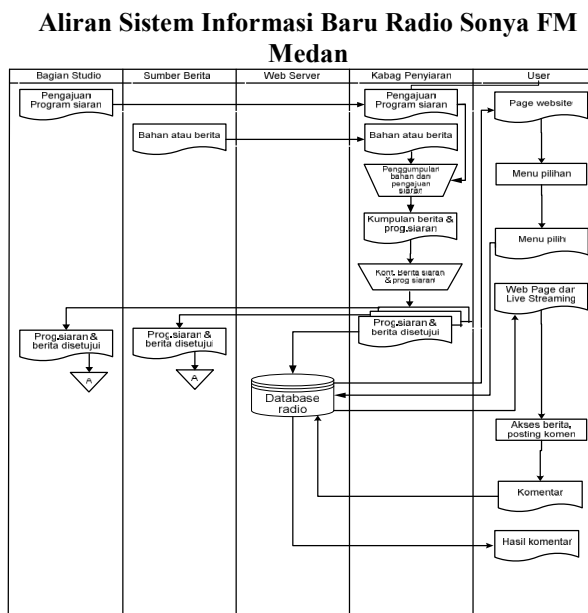
- 1) Sistem Operasi Windows 7 Home Premium
- 2) Microsoft Office 2007 dan Microsoft visio 2007
- 3) Php triad
- 4) Mozilla firefox
- 5) App server 2.5.10
- 6) Serta Software pendukung lainnya.

2. Pembahasan

CRM diawali dengan pengumpulan informasi tentang apa yang dibutuhkan dan diharapkan oleh pelanggan dari perusahaan. Dengan mengetahui kebutuhan dan harapan dari pelanggan tersebut, perusahaan dapat memanjakan dan “mengikatnya” dalam sebuah “persahabatan”. Menurut konsepnya CRM mengajurkan agar perusahaan membuka saluran-saluran komunikasi semudah mungkin dengan tingkat respon yang tinggi, agar pelanggan

merasakan kedekatan dengan pihak perusahaan. Dari situ, loyalitasnya terhadap perusahaan sedikit demi sedikit akan menjadi tumbuh dan berkembang. Dengan demikian perusahaan akan memperoleh manfaat dari penerapan CRM ini, yakni memiliki pelanggan yang loyal.

Penerapan sistem yang dimaksud disini adalah merancang sebuah sistem yang berbasis website dengan media internet, dimana website ini mempunyai peran sebagai alat bantu dalam penyebaran informasi, untuk lebih jelasnya penulis akan membuat aliran sistem informasi Website Radio Sonya seperti yang terlihat pada gambar 1 :



Gambar 1. Aliran Sistem Informasi Baru Radio Sonya FM Medan

Dalam website yang penulis rancang ini akan menerapkan tiga *fase* yang ada dalam CRM[5] yaitu:

1. *Acquiring new customers*

Dengan menggunakan tahap ini akan membantu pihak radio untuk mendapatkan klien baru dengan mempromosikan atau dengan memberikan informasi perkembangan radio serta informasi yang lengkap mengenai pemasangan iklan di radio.

2. *Enhancing the profitability existing customers*

Tahap ini akan memberikan efek timbal balik antara radio dengan pihak lain. Dimana dengan tahap ini akan mempererat hubungan radio dengan pihak perusahaan pasang iklan serta para pendengar atau penggemar, baik yang masih berada di kota Pariaman ataupun yang berada di luar kota Pariaman.

3. *Retaining profitable customers for lite*

Pada tahap ini akan memperlihatkan penyesuaian layanan, dengan memasarkan atau memperlihatkan

kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan pihak radio. Disinilah akan memberikan efek bagi pihak perusahaan untuk melihat bagaimana sebuah radio memiliki wadah untuk menjalin silaturahmi dengan para penggemarnya.

Masing-masingnya akan memiliki pengaruh yang berbeda terhadap hubungan dengan perusahaan atau pendengar setia dan bisa pula lebih mendekatkan radio dengan persahaan atau penggemar. Untuk mempermudah dalam mencari atau memberikan informasi yang selalu *up to date* website Radio ini akan dirancang beberapa fasilitas untuk memudahkan klien dan pendengar dalam memperoleh informasi-informasi yang dimiliki radio. Fasilitas tersebut antara lain:

1. Berita

Fasilitas ini menyediakan berbagai berita mulai dari berita yang global sampai pada berita mengenai kota Pariaman atau bahkan berita mengenai para penyiar atau para penggemar yang tergabung dalam fans club radio.

2. Kegiatan

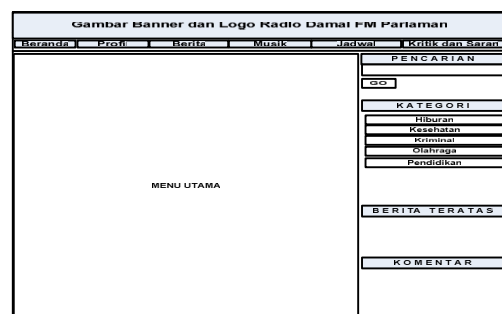
Fasilitas ini memberikan informasi mengenai berbagai kegiatan radio dan para pendengarnya. Baik kegiatan on air maupun kegiatan-kegiatan off-air. Dan pendengar juga bisa secara langsung merequest lagu.

3. Profil Radio

Fasilitas ini akan mendorong perusahaan lain untuk bekerja sama. Baik untuk pemasangan iklan maupun sebagai media partner dalam melakukan suatu kegiatan.

Perancangan.

Sebagai bentuk data yang dapat dilihat melalui layar komputer ataupun ditampilkan pada media kertas sebagai hasil cetakan melalui komputer. Bentuk dari desain output sistem yang dirancang adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Halaman Pada Radio Sonya FM Medan

Desain input adalah tampilan yang dikeluarkan oleh sistem melalui tampilan monitor, dimana desain input merupakan rancangan dalam bentuk-bentuk pemasukan data yang ada pada website. Tujuan dalam pendesainan

ini adalah memberikan panduan kepada pengguna dalam mengentrikan data sehingga dapat mengurangi kesalahan dalam pengentrian data. Bentuk dari desain input yang dirancang adalah sebagai berikut:

Desain input adalah tampilan yang dikeluarkan oleh sistem melalui tampilan monitor, dimana desain input merupakan rancangan dalam bentuk-bentuk pemasukan data yang ada pada website. Tujuan dalam pendesainan ini adalah memberikan panduan kepada pengguna dalam mengentrikan data sehingga dapat mengurangi kesalahan dalam pengentrian data. Bentuk dari desain input yang dirancang adalah sebagai berikut:

1. Login Administrator

Digunakan untuk masuk ke aplikasi sebagai admin untuk dapat melakukan monitoring dan mengelola aplikasi e-crm. Seperti terlihat pada gambar 3:

Gambar 3. Login Admin

2. Entry Registrasi Komentar

Digunakan oleh customer untuk memasukkan komentar yang digunakan untuk mendapatkan komentar atau feedback dari customer mengenai acara ataupun event yang dilakukan oleh perusahaan, seperti terlihat pada gambar 4:

Gambar 4. Entry Registrasi Komentar

3. Input berita

Digunakan untuk memasukkan informasi ataupun berita mengenai perusahaan sehingga informasi ataupun berita tersebut dapat dilihat oleh customer dan customer dapat

memberikan feedback terhadap berita yang diposting oleh perusahaan. Seperti terlihat pada gambar 5:

Gambar 5. Input Berita

3. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan pada Radio Sonya FM Medan, baik yang dilakukan secara langsung maupun dengan mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan judul yang di bahas maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dengan menggunakan sistem yang berbasis internet secara tidak langsung telah membawa para pendengar Radio Sonya FM Medan dan warga Kota Medan untuk menggunakan teknologi internet.
2. Penyebaran informasi dilakukan dalam website Radio Sonya FM Medan agar informasi dapat menjangkau siapa saja dan dimana saja.
3. Membuat suatu forum interaksi dengan para pendengar dan mitra kerja Radio Sonya FM Medan yang mana bisa dilakukan pada halaman kritik dan saran yang telah disediakan pada website Radio Sonya FM Medan.
4. Dengan dirancangnya aplikasi e-crm ini diharapkan mampu memberikan pelayanan yang terbaik untuk customer dalam hal memberikan informasi dan berita yang berhubungan dengan perusahaan

Daftar Pustaka

[1] Brien, James A'O. (2003). *Introduction to Information Systems*, Fifth Edition. McGraw Hill. North America.
 [2] Handen, L. (2000). *Customer Relationship Management : A Strategic Imperative in the word of e-Business*. John Wiley & Sons, Ontario.
 [3] Barnes, James G. (2003). *Secrets Of Customer Relationship Management*. Andi, Yogyakarta.
 [4] Newell, Frederick. (2000). *loyalty.com: Customer Relationship Management in the New Era of Internet Marketing*. McGraw-Hill, New York.
 [5] Turban, Efraim. (2004). *Electronic Commerce A managerial Perspective*, Prentice Hall, New Jersey.

Biodata Penulis

Evri Ekadiansyah, memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom), Jurusan Sistem Informasi Universitas Gunadarma, Jakarta, lulus tahun 2005. Memperoleh

gelar Magister Komputer (M.Kom) Program Pasca Sarjana Magister Ilmu Komputer Konsetrasi Sistem Informasi Universitas Putra Indonesia “ YPTK “ Padang, lulus tahun 2011. Saat ini menjadi Dosen di Universitas Potensi Utama.

Harris Kurniawan, memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom), Jurusan Sistem Informasi STMIK Potensi Utama, lulus tahun 2011.

