

Sistem Informasi Manajemen Distributor Product Hpl Dengan Menggunakan Metode E-Crm Pada Pt. Tangkas Cipta Optimal

Hpl Product Distributor Management Information System Using E-Crm Method At Pt. Agile Optimal Copyright

Aldizar Fathurahman Winazar^{a,1}, Helmi Kurniawan^{b,2}

^a Aldizar Fathurahman Winazar, Jl. KL. Yos Sudarso Km. 6,5, Medan, 20224, Indonesia

^b Helmi Kurniawan, Jl. KL. Yos Sudarso Km. 6,5, Medan, 20224, Indonesia

Email : aldizarfathurahman@gmail.com¹, @gmail.com²

ABSTRAK

PT. Tangkas Cipta Optimal adalah penyedia lantai vinil mewah dan perangkat keras pas furnitur untuk pelanggan komersial dan residensial di seluruh Indonesia. Sebagai salah satu distributor Laminasi Tekanan Tinggi (HPL) terbesar di Indonesia dan anak perusahaannya yang saling melengkapi, investasi infrastruktur dan penjualan terus berlanjut menjaga TACO sebagai merek premium nasional. Customer Relationship Management (CRM) merupakan strategi untuk memperoleh, mengkonsolidasi, menganalisa data, untuk kemudian digunakan untuk berinteraksi dengan customer dengan demikian akan tercipta suatu pandangan yang komprehensif terhadap customer dan hubungan yang lebih baik dengan customer. CRM merupakan proses mengelola informasi detail tentang masing-masing customer dan secara cermat mengelola semua "titik sentuhan" customer demi memaksimalkan kesetiyaan pelanggan. Sehingga penerapan dengan CRM dapat menggambarkan proses interaksi customer dengan perpustakaan digital. Dari konsep E-CRM dapat meningkatkan loyalitas customer untuk membeli produk. Bahkan dapat menumbuhkan yang sebelumnya tidak tertarik dengan HPL. Tentunya hal itu dapat terjadi dengan menerapkan konsep CRM.

Kata Kunci : Customer Relationship Management (CRM), Web, PHP

ABSTRACT

PT. Tangkas Cipta Optimal is a provider of luxury vinyl flooring and furniture fitting hardware to commercial and residential customers throughout Indonesia. As one of the largest distributors of High Pressure Laminate (HPL) in Indonesia and its complementary subsidiaries, investment in infrastructure and sales continues to maintain TACO as a national premium brand. Customer Relationship Management (CRM) is a strategy for obtaining, consolidating, analyzing data, which is then used to interact with customers, thereby creating a comprehensive view of customers and better relationships with customers. CRM is the process of managing detailed information about each customer and carefully managing all customer "touch points" in order to maximize customer loyalty. So that implementation with CRM can describe the customer interaction process with the digital library. From the E-CRM concept, it can increase customer loyalty to buy products. It can even grow those who were previously not interested in HPL. Of course, this can happen by applying the CRM concept..

Keywords : : Customer Relationship Management (CRM), Web, PHP

Info Artikel :

Disubmit: 21 Agustus 2024

Direview: 03 September 2024

Diterima : 01 Oktober 2024

Copyright © 2024 - Journal UPU. All rights reserved..

1. PENDAHULUAN

PT. Tangkas Cipta Optimal adalah penyedia lantai vinil mewah dan perangkat keras pas furnitur untuk pelanggan komersial dan residensial di seluruh Indonesia. Sebagai salah satu distributor Laminasi Tekanan Tinggi (HPL) terbesar di Indonesia dan anak perusahaannya yang saling melengkapi, investasi infrastruktur dan penjualan terus berlanjut menjaga TACO sebagai merek premium nasional. Customer Relationship Management (CRM) merupakan strategi untuk memperoleh, mengkonsolidasi,

menganalisa data, untuk kemudian digunakan untuk berinteraksi dengan customer dengan demikian akan tercipta suatu pandangan yang komprehensif terhadap customer dan hubungan yang lebih baik dengan customer.

Penggunaan Metode CRM pada perancangan aplikasi telah di realisasikan pada peneliti yang telah ada dengan permasalahan yang berbeda seperti Geo vrisco pada sebuah koperasi di Sumatera Barat. CRM merupakan bisnis yang menggambarkan suatu

strategi penempatan client sebagai pusat proses, aktivitas dan budaya. Konsep ini telah dikenal dan banyak diterapkan untuk meningkatkan pelayanan di perusahaan. [1]

E-CRM merupakan strategi dalam berbisnis yang memanfaatkan alat bantu teknologi informasi ataupun perangkat lunak yang diperuntukkan bagi perusahaan suatu pandangan mengenai pelanggan secara luas, sehingga dapat menjadi andalan. [2]

CRM yang merupakan strategi bisnis inti yang mengintegrasikan proses dan fungsi internal serta jaringan eksternal untuk menciptakan dan menyampaikan nilai bagi sasaran dalam rangka mendapatkan kepuasan penggunanya. \. [3]

CRM merupakan sebuah filosofi bisnis yang menggambarkan suatu strategi penempatan *client* sebagai pusat proses, aktivitas dan budaya. Konsep ini telah dikenal dan banyak diterapkan untuk meningkatkan pelayanan di perusahaan. [4]

CRM (*Customer Relationship Management*) adalah sistem yang mengendalikan hubungan antara pelanggan dengan pemilik usaha dengan menggabungkan antara manusia, teknologi serta proses dalam bertransaksi. CRM (*Customer Relationship Management*) memberikan ikatan lebih kepada pelanggan mengenai informasi yang ada seperti *discount*, produk terbaru dan lain sebagainya. [5]

CRM adalah salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk lebih mengetahui dan memahami pelanggannya, sehingga perusahaan dapat memberikan pelayanan yang terbaik serta membina hubungan jangka panjang yang lebih baik dengan pelanggannya. Penerapan CRM dapat dikembangkan untuk memperoleh pelanggan baru, meningkatkan hubungan dengan pelanggan, dan mempertahankan pelanggan yang pada akhirnya akan berujung pada terciptanya kesetiaan pelanggan. [6]

Electronic Customer Relationship Management (e-CRM) adalah metode yang bertujuan mengelola relasi antara perusahaan dengan pelanggan sehingga terjadi peningkatan konsumtifitas pelanggan atas jasa atau produk yang ditawarkan, sehingga pihak perusahaan dapat menghubungkan proses pelayanan dalam bidang penjualan, pemasaran, dan layanan produk atau jasa [1]. Penerapan metode E-CRM dapat menjadikan pelanggan memiliki loyalitas yang tinggi kepada perusahaan sehingga hubungan yang terjadi antara pelanggan dan perusahaan lebih mengarah kepada hubungan antar mitra. [7]

2. Metode

a. Pengumpulan Data

Berikut ini adalah beberapa teknik pengumpulan data yang peneliti lakukan untuk melengkapi bahan penelitian :

1. Pengamatan Langsung (*Observation*)

Melakukan pengamatan secara langsung ke tempat objek pembahasan yaitu sistem informasi manajemen distributor product HPL dengan menggunakan metode e-crm pada PT. Tangkas Cipta Optimal

2. Wawancara (*Interview*)

Teknik ini secara langsung bertatap muka dengan karyawan bagian pembuatan HPL dalam mendapatkan penjelasan dari masalah-masalah yang sebelumnya kurang jelas yaitu tentang bagaimana cara pembuatan dan hal yang berkaitan dengan HPL dan juga untuk meyakinkan bahwa data yang diperoleh dikumpulkan benar-benar akurat.

3. *Sampling*

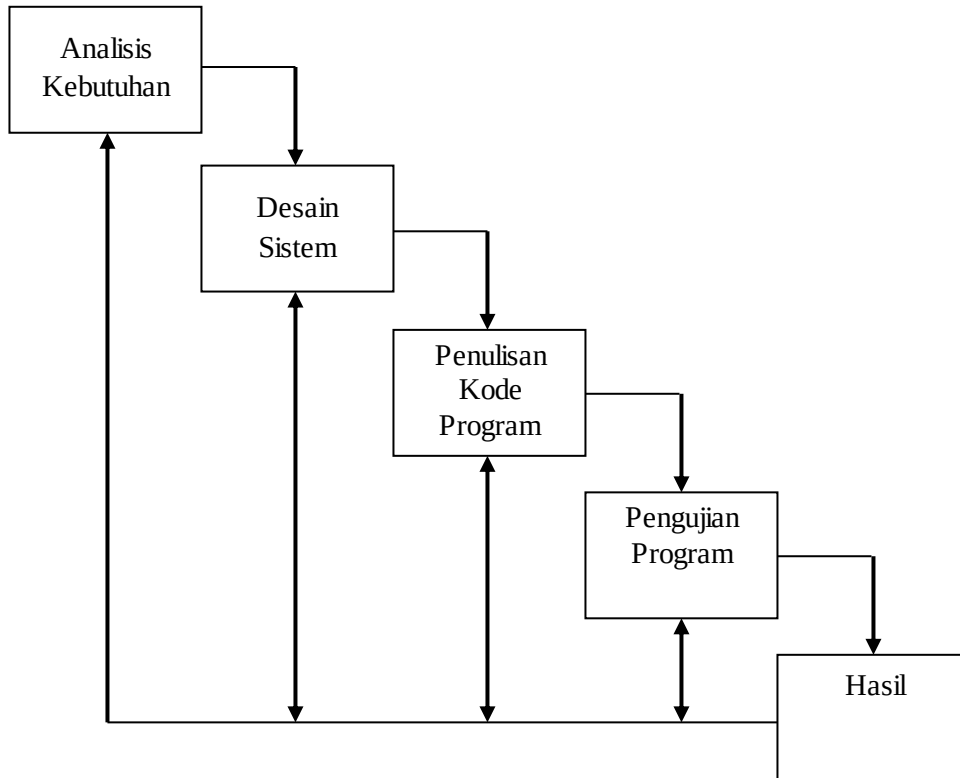
Meneliti dan memilih data-data yang tersedia dan sesuai dengan bidang yang dipilih sebagai berkas lampiran.

4. Penelitian perpustakaan (*Library Research*)

Pada metode ini penulis mengutip dari beberapa bacaan yang berkaitan dengan pelaksanaan skripsi yang dikutip dapat berupa teori.

b. *Waterfall* Metodologi Penelitian

Metode merupakan suatu cara yang sistematis untuk mengerjakan suatu permasalahan. Penelitian ini akan melalui beberapa tahapan. Tahapan dalam penelitian ini dapat di modelkan pada diagram *waterfall*. Adapun beberapa tahapan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar I.1. Diagram *Waterfall* Metodologi Penelitian

Keterangan :

Analisis Kebutuhan

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data-data teori yang terkait dengan HPL, Metode e-crm

Desain Sistem

Dokumen inilah yang akan digunakan untuk melakukan aktivitas pembuatan sistemnya. Pada tahap ini dilakukan desain perangkat lunak menggunakan pemodelan UML yaitu *use case diagram*, *class diagram*, *activity diagram* dan *sequence diagram*.

Penulisan Kode Program

Kode program merupakan terjemahan *design* dalam bahasa yang bisa dikenali komputer. Pada tahap ini desain sistem diimplementasikan ke dalam kode program. Pemrograman dimulai dengan bahasa pemrograman PHP dan MySQL

Pengujian Program

Pengujian program merupakan langkah yang dilakukan setelah penulisan kode program. Pengujian program dilakukan untuk mengetahui hasil dari perancangan sistem yang telah dibuat dan untuk mengetahui kekurangan sistem.

Hasil

Pada tahap ini program sistem informasi manajemen distributor product hpl dengan menggunakan metode e-crm pada PT. Tangkas Cipta Optimal. Kemudian program secara otomatis akan menampilkan hasil diagnosa berupa persentase hasil.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisa Masalah

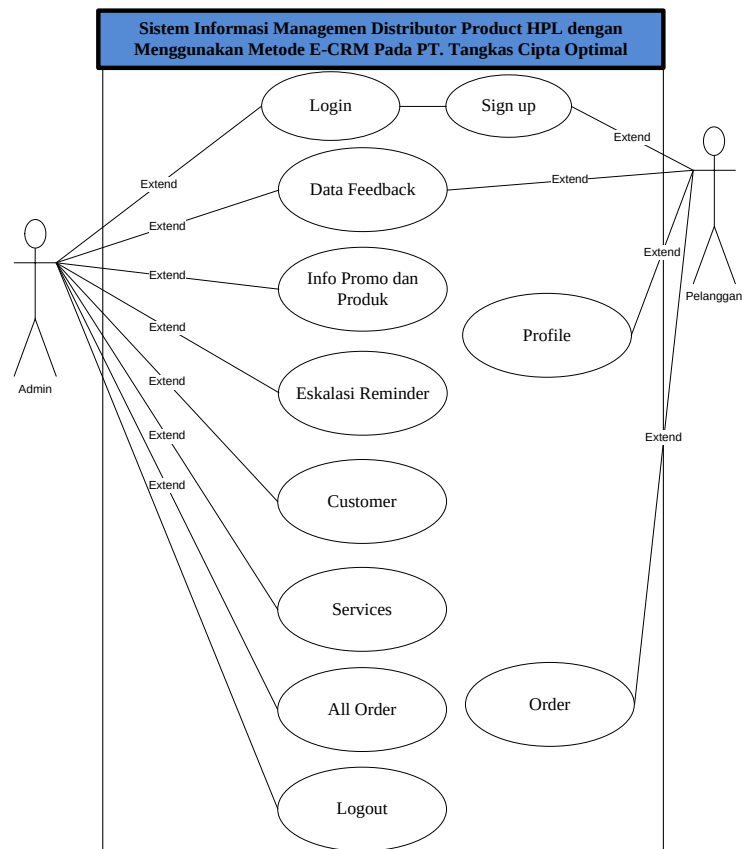
PT. Tangkas Cipta Optimal adalah penyedia lantai vinil mewah dan perangkat keras pas furnitur untuk pelanggan komersial dan residensial di seluruh Indonesia. Kebutuhan akan sistem penjualan kebutuhan HPL, pengelolaan data yang meliputi pencarian, pemasukan, pengeditan dan penghapusan data, memerlukan waktu yang cukup lama, dimana petugas kesulitan mencari data alat bulan sebelumnya serta berapa alat berat yang masuk dan yang terjual. Berdasarkan permasalahan diatas, maka dibutuhkan suatu sistem yang dapat menangani masalah tersebut dengan membuat aplikasi. Aplikasi desktop sebagai aplikasi utama dalam mengelola data - data transaksi internal customer dengan perusahaan..

B. Desain Sistem

Desain sistem yang peneliti gunakan adalah pemodelan *Unified Modeling Language* (UML). Berikut ini adalah beberapa pemodelan *Unified Modeling Language* (UML) yang peneliti gunakan :

1. Use Case Diagram

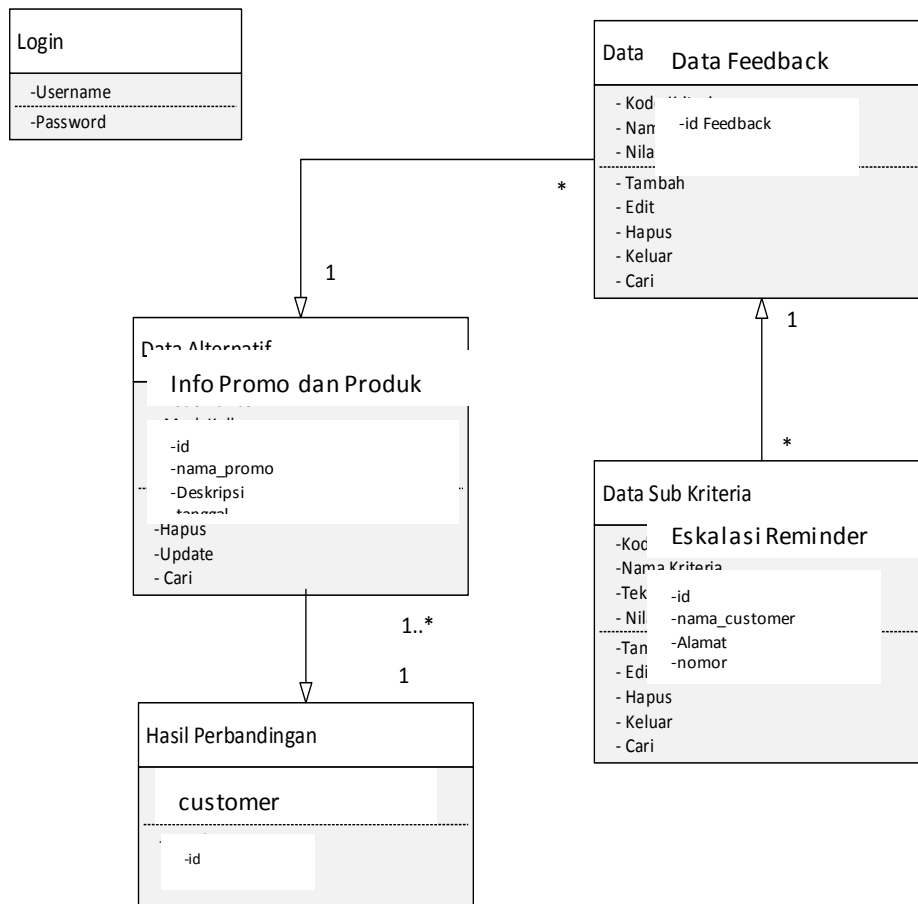
Bentuk diagram *Use Case* dalam sistem yang dibangun yang dapat dilihat pada Gambar 2:



Gambar 2. *Use Case* Diagram Sistem Informasi Managemen Distributor Product HPL dengan Menggunakan Metode E-CRM Pada PT. Tangkas Cipta Optimal

2. Class Diagram

Rancangan kelas-kelas yang akan digunakan pada sistem yang akan dirancang dapat dilihat pada Gambar 3 :



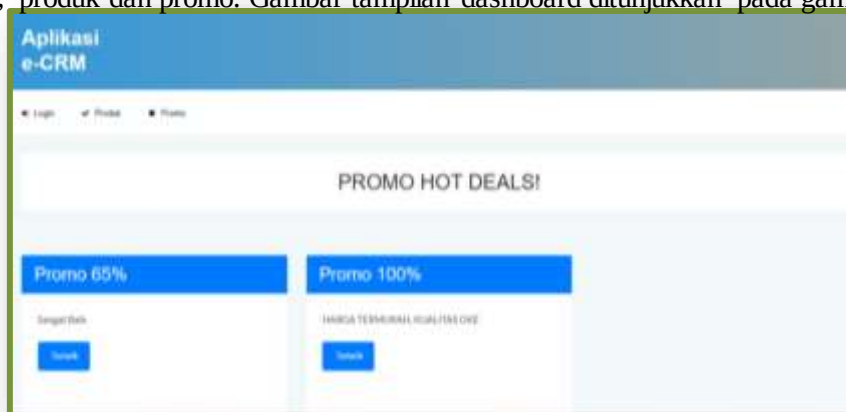
Gambar 3. *Class Diagram* Diagram Sistem Informasi Manajemen Distributor Product HPL dengan Menggunakan Metode E-CRM Pada PT. Tangkas Cipta Optimal

C. Perancangan Tampilan

a) Tampilan Hasil

1. Tampilan Dashboard

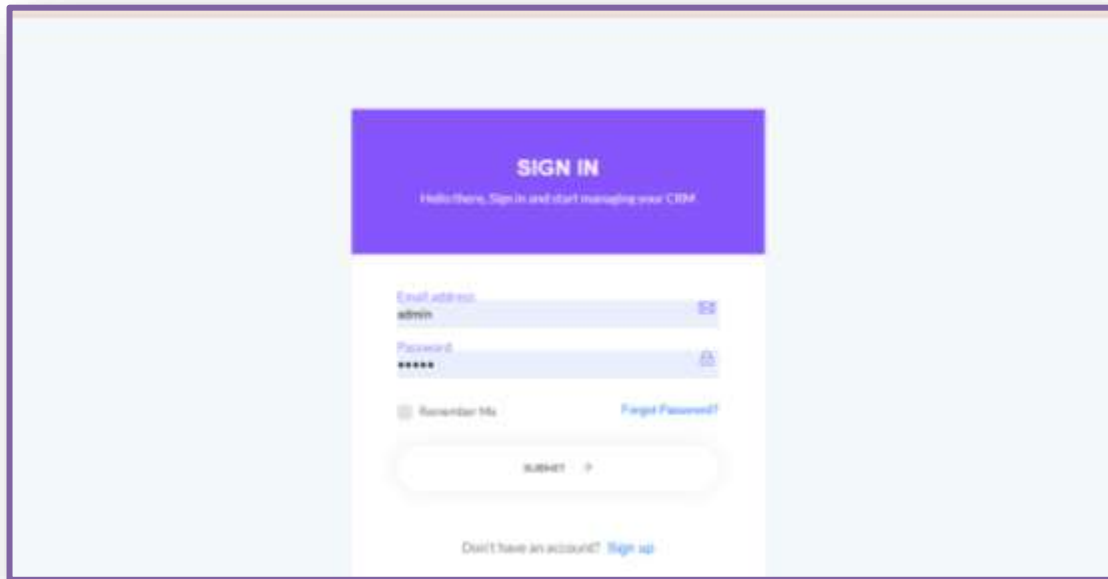
Tampilan Awal yaitu dashboard merupakan tampilan yang berisi menu utama yang berisikan tombol login, produk dan promo. Gambar tampilan dashboard ditunjukkan pada gambar 4 :



Gambar 4 Tampilan Dashboard

2. Tampilan Login (Masuk)

Tampilan pada form ini merupakan login yang merupakan tampilan admin yang terdiri dari nama pengguna dan kata sandi ditunjukkan pada gambar 5 :

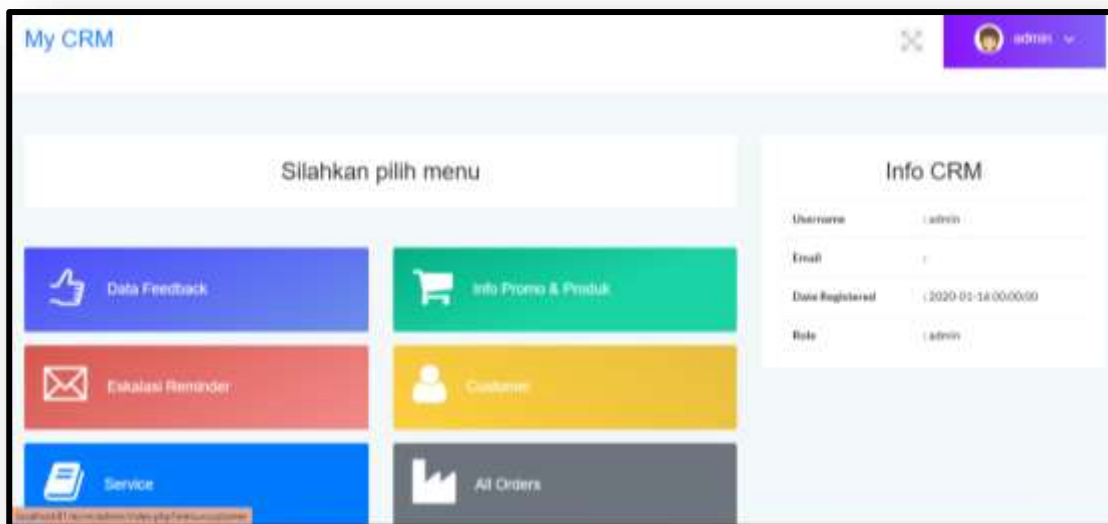


Gambar 5 Tampilan Login

Terdapat dua user yang dapat menjalankan aplikasi ini yaitu admin dan customer, Adapun tampilan admin dan customer dapat dilihat pada gambar 6 dan 7 seperti dibawah ini:

3. Tampilan Menu Utama Admin

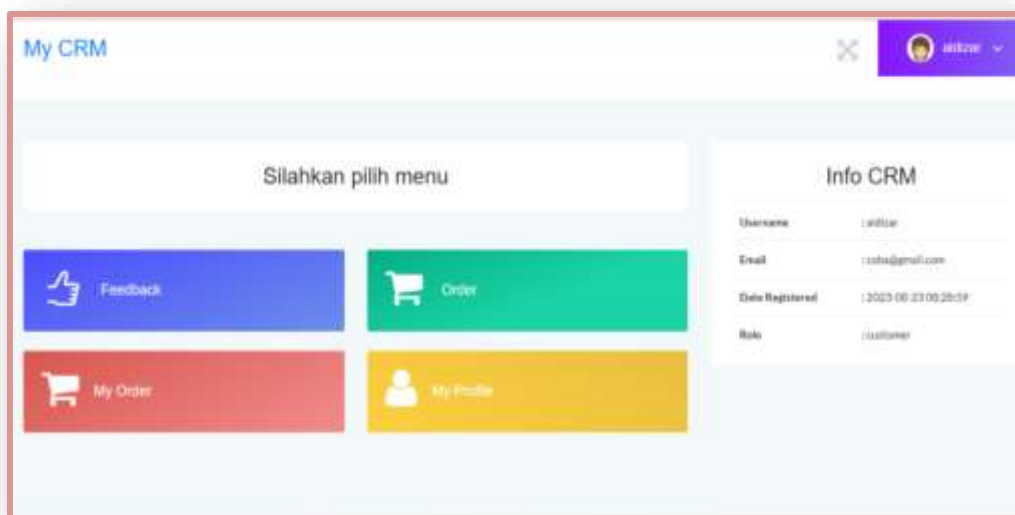
Tampilan menu utama pada admin yaitu tampilan aplikasi untuk penjual atau admin yang terdapat beberapa menu yaitu : Data *Feedback*, Info Promo dan produk, Eskalasi *Remember*, *Customer*, *Service* dan *all Order*. Adapun Tampilan admin sebagai berikut:



Gambar 6 Tampilan Menu Utama Admin

4. Tampilan Menu Utama Customer

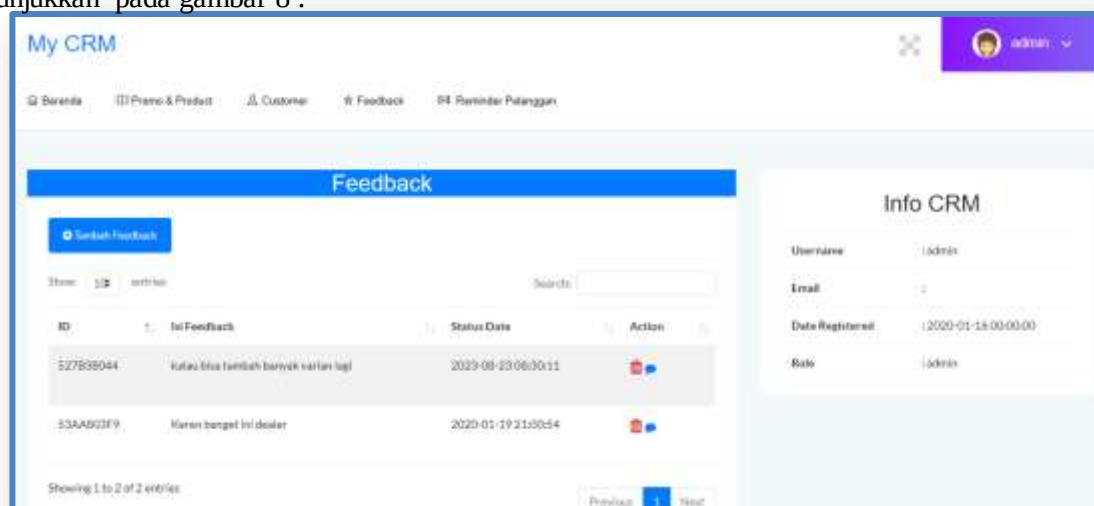
Tampilan menu utama pada customer yaitu tampilan aplikasi untuk customer yang terdapat beberapa menu yaitu : *Feedback, Order, My Order, My Profile*. Adapun Tampilan admin sebagai berikut:



Gambar 7 Tampilan Menu Utama Customer

5. Tampilan Data Feedback

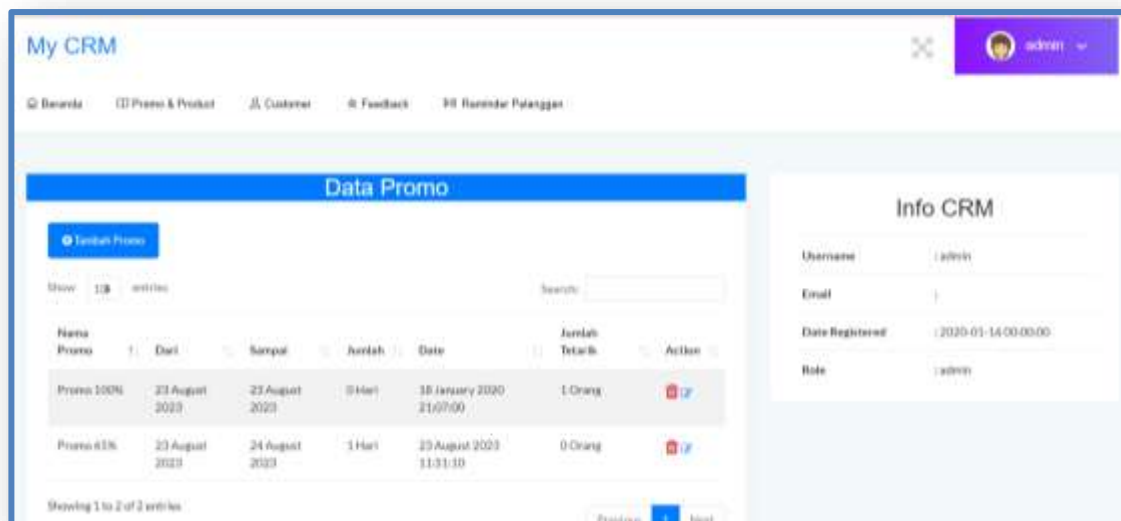
Tampilan pada form data feedback ini merupakan form yang berisikan masukan para customer yang bertujuan untuk memajukan penjualan yang dapat dilihat oleh admin. Gambar form data feedback ditunjukkan pada gambar 8 :



Gambar 8 Tampilan Data Feedback

6. Tampilan Info Promo dan Produk

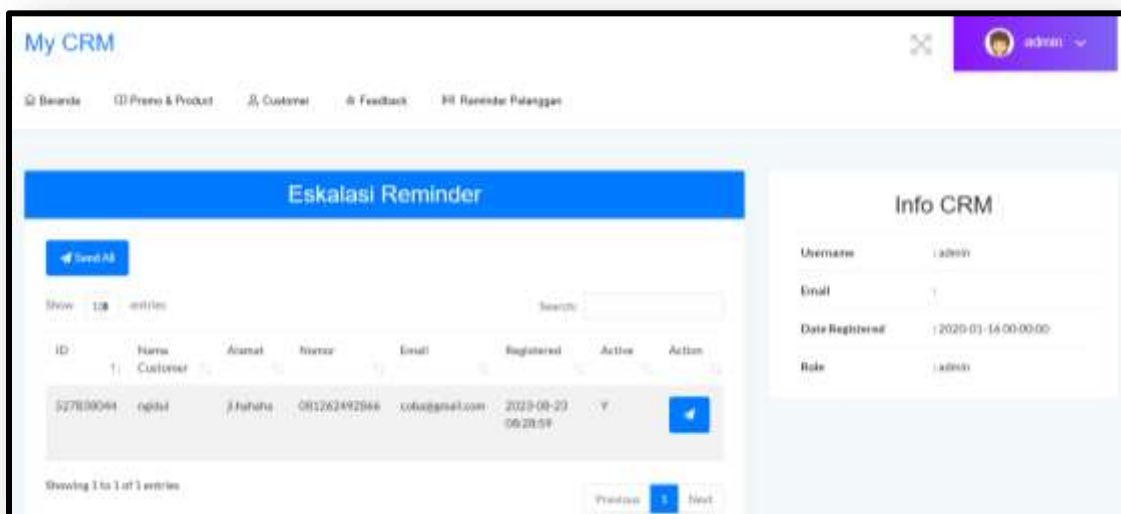
Tampilan pada form ini merupakan form untuk info promo dan produk yang akan ditambah, dihapus dan diedit oleh admin. Gambar form info promo dan produk ditunjukkan pada gambar 9



Gambar 9 Tampilan Info Promo dan Produk

7. Tampilan Eskalasi Reminder

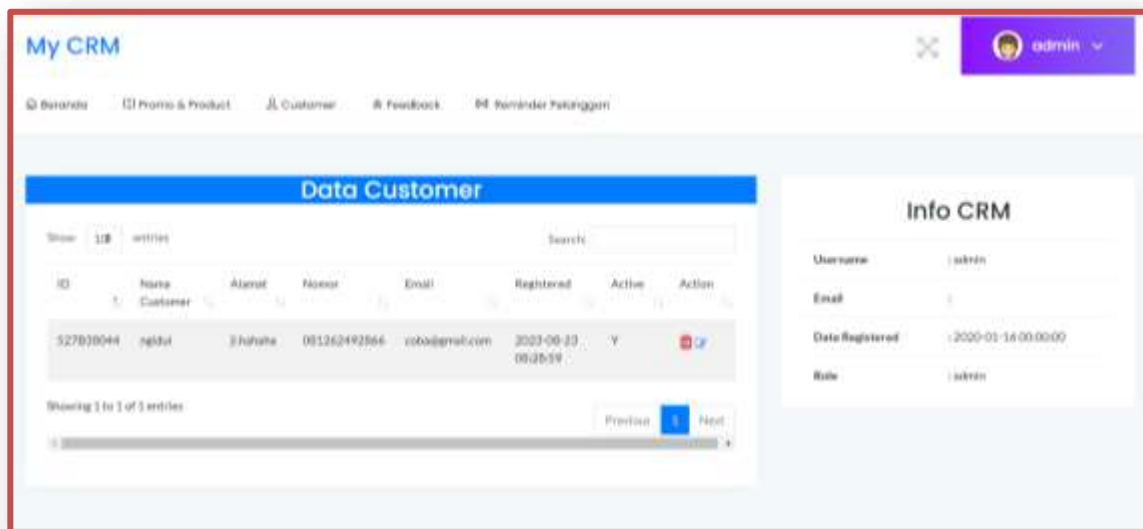
Tampilan pada form ini merupakan form eskalasi reminder yang berisikan pengingat untuk user apa saja yang dipesan user dan disampaikan oleh admin. Gambar form eskalasi reminder ditunjukkan pada gambar 10 :



Gambar 10 Tampilan Eskalasi Reminder

8. Tampilan Customer

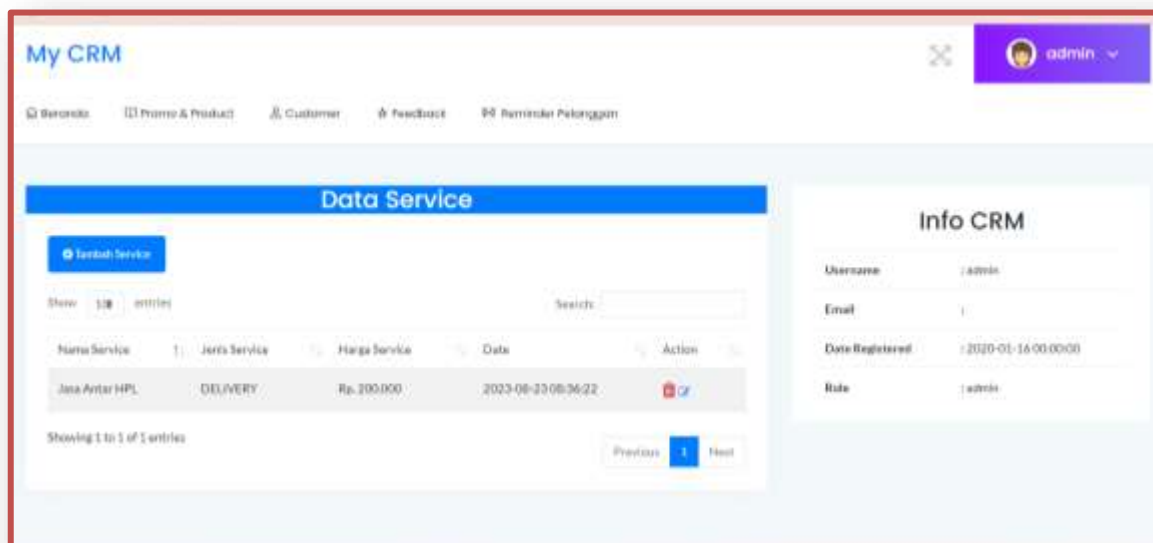
Tampilan pada form ini merupakan form customer yaitu data customer yang mendaftarkan di website akan yang dapat dilihat oleh admin. Gambar form customer ditunjukkan pada gambar 11 :



Gambar 11 Tampilan Customer

9. Tampilan Services

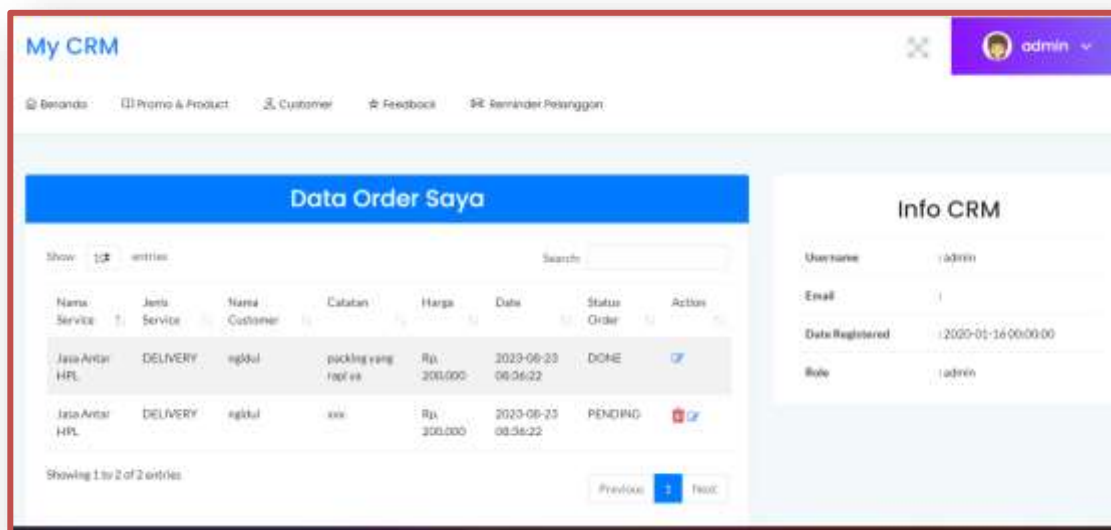
Tampilan pada form ini merupakan service yaitu layanan yang diberikan kepada customer jika ada kecacatan maupun kerusakan pada HPL. Gambar servives ditunjukkan pada gambar IV.9 :



Gambar 12 Tampilan Services

10. Tampilan All Order

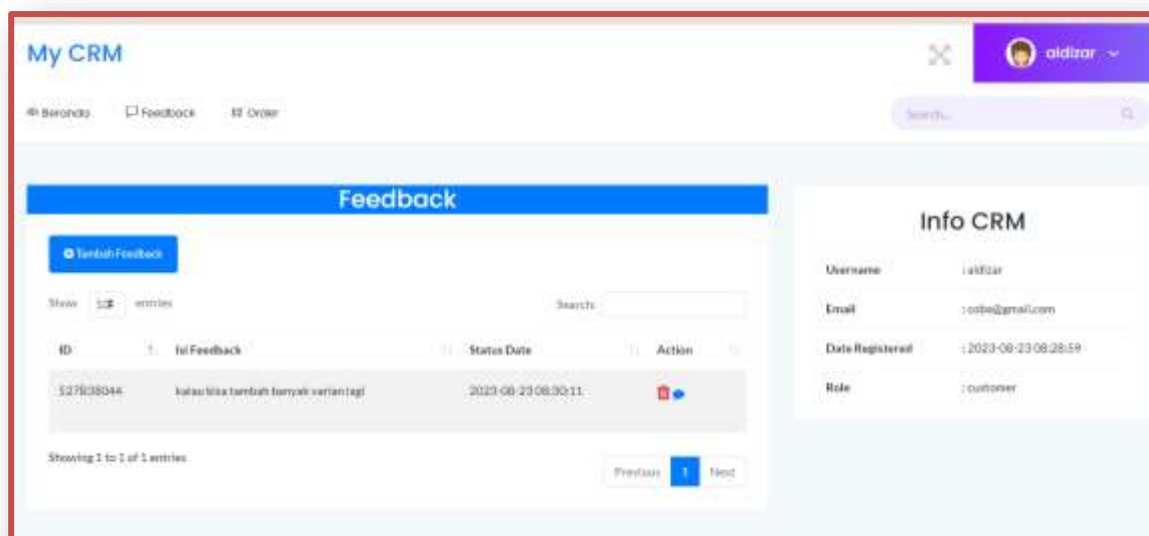
Tampilan pada form ini merupakan semua *order* yang dilakukan *customer* dapat dilihat admin. Gambar form *all order* ditunjukkan pada gambar 13



Gambar 13 Tampilan *All Order*

11. Tampilan Feedback

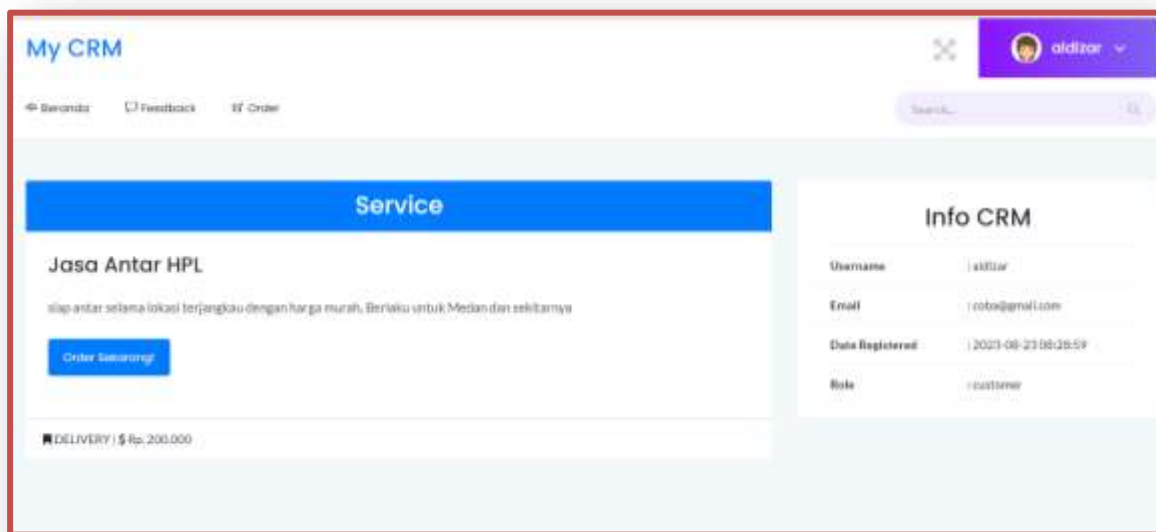
Tampilan pada form ini merupakan tampilan feedback di sisi customer, agar dapat mengirimkan pesan. Gambar form feedback ditunjukkan pada gambar 14 :



Gambar 14 Tampilan Feedback

12. Tampilan Order

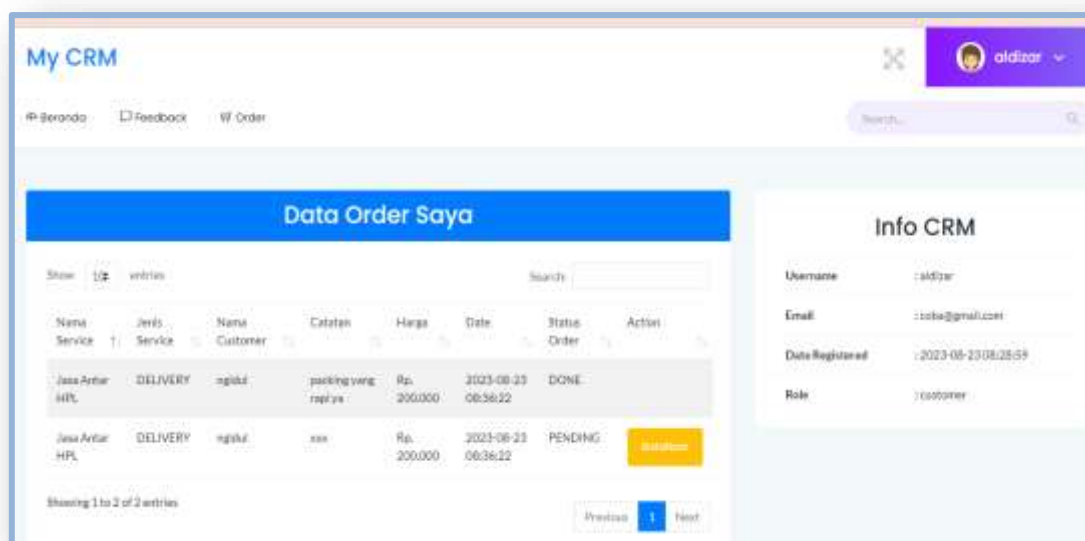
Tampilan pada form ini merupakan form order atau pesan HPL yang dapat diantar langsung kepada customer. Gambar form order ditunjukkan pada gambar 15



Gambar 15 Tampilan Order

12. Tampilan My Order

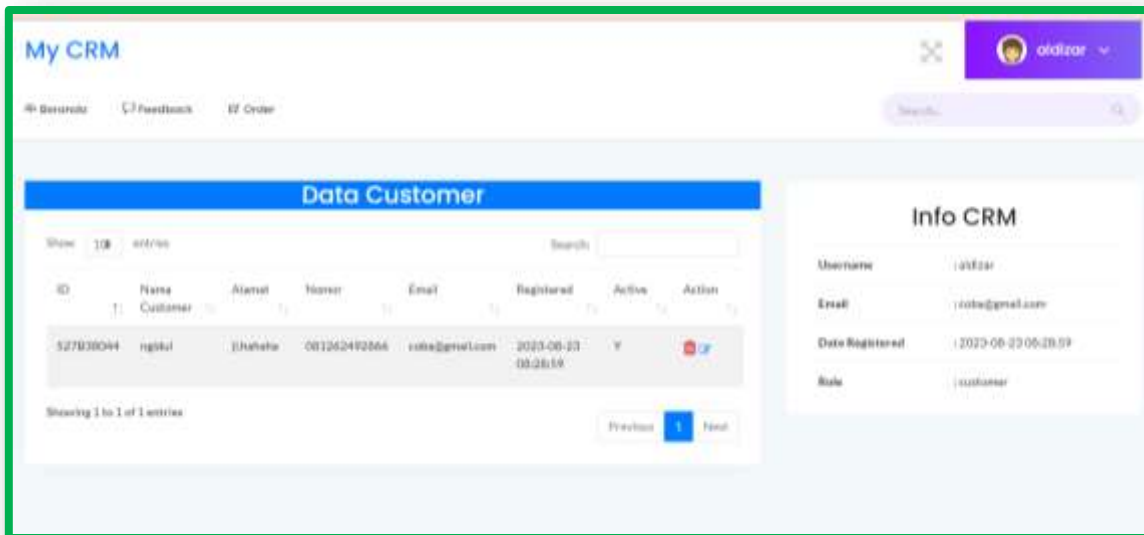
Tampilan pada form ini merupakan order yang dilakukan oleh customer dan dilihat oleh admin. Gambar My Order ditunjukkan pada gambar 16 :



Gambar 16 Tampilan My Order

13. Tampilan My Profile

Tampilan pada form ini merupakan form yang berisikan profile customer. Gambar form My Profile ditunjukkan pada gambar 17



Gambar 17 Tampilan My Profile

b) Uji Coba Hasil

Uji coba sistem adalah pengujian dimana admin memasukkan data kedalam sistem informasi yang sudah dibuat. Dengan adanya pengujian ini maka data yang dimasukkan akan sesuai dengan kondisi yang telah dibuat.

Uji coba terhadap sistem bertujuan untuk memastikan bahwa sistem sudah berada pada kondisi siap pakai. Adapun instrumen yang digunakan untuk melakukan pengujian ini yaitu dengan menggunakan :

1. Satu unit laptop atau PC dengan spesifikasi sebagai berikut :
 - a. *Processor Core i5*
 - b. *RAM minimal 4 Gb*
 - c. *Hardisk minimal 2 Tb*
2. Perangkat Lunak dengan spesifikasi sebagai berikut :
 - a. *Sistem Operasi Windows 10*
 - b. *Sublime*
 - c. *Hosting*
 - d. *MySQL(Xampp)*

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain :

1. Hasil pengujian “sistem informasi manajemen distributor product hpl dengan menggunakan metode e-crm pada PT. Tangkas Cipta Optimal” menunjukkan bahwa sistem informasi manajemen cukup efisien dalam memesan HPL
2. Hasil dari penggunaan” sistem informasi manajemen distributor product hpl dengan menggunakan metode e-crm pada PT. Tangkas Cipta Optimal” sangat membantu Perusahaan untuk hubungan dengan customer sehingga lebih maksimal dalam manajemen
3. Bahasa pemrograman yang digunakan untuk membuat aplikasi yaitu *sublime* (PHP) dan basis data yang digunakan yaitu *Mysql* sebagai media penyimpanan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Universitas Potensi Utama yang telah memberi dukungan terhadap penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Y. Irawan, "Sistem Informasi Pemasaran Busana Syar'i Dengan Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web," *Journal of Information Technology and Computer Science*, vol. 2(1), pp. 1-9, 2019.
- [2] R Oktarina, "Implementasi Teknologi Sistem Customer Relationship Management (CRM) Guna Meningkatkan Pelayanan Penjualan," *urnal Teknologi Terkini*, vol. 2(5), 2022.
- [3] K., Wahyudi, A. D., & Lathifah, L Hidayat, "E-Customer Relationship Management Untuk Peningkatan Mutu Layanan Akademik (Studi Kasus SMK N Unggul Terpadu Lampung Tengah)," *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, vol. 4(1), pp. 89-95, 2023.
- [4] O., Afrina, M., & Ibrahim, A Dyantina, "Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN)," *JSI: Jurnal Sistem Informasi (E-Journal)*, vol. 4(2), 2019.
- [5] A. B., Amin, M., & Putri, P Masrina, "Implementasi E-CRM Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Di Toko Matrix Celluler Berbasis Web," *JUTSI (Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi)*, vol. 2(2), pp. 77-84, 2022.
- [6] D., Helmiah, F., & Rahmadani, N Afnita, "Perancangan E-Crm Penjualan Produk Pada Kaka Collection. JUTSI (Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi)," vol. 3(1), pp. 17-24, 2023.
- [7] D. P., Syafwan, H., & Latiffani, C Ramadhani, "Penerapan Metode E-CRM Pada Toko Wati Collection. ," *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, vol. 9(4), pp. 3503-3518, 2022.