

RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PELAYANAN PELANGGAN (STUDI KASUS UD. REMAJA MOTOR)

¹⁾Ketut Rini Astri Dewi ²⁾Januar Wibowo ³⁾Tan Amelia

S1/Jurusan Sistem Informasi. STIMIK STIKOM Surabaya,
email: 1)reenscleon.170689@gmail.com 2)januar@stikom.edu 3)meli@stikom.edu

Abstract: UD. Teens Motors is a business entity engaged in three areas, namely the sale of goods, sales of services and warehousing. The company is indirectly every day will provide service to its customers. But this time, customer service is still not up. The Company does not have adequate systems to manage customer data and also do not know the needs of its customers. Customer Service Information System by implementing Customer Relationship Management (CRM), which is useful to improve service to customers, both in terms of sales of goods services and sales services. Desktop applications provide the recording and processing of customer data and customer transaction data. The system also provides information that will be delivered to customers via SMS Gateway integrated with the desktop. While the web application provides the facility online catalog and ordering system stuff. After doing the design and manufacture of the system, it is expected that the system can provide a solution to overcome the problem of transaction services directly and more efficient, easier to obtain information, and the company can maintain good relations between companies producing services through continuous service to customers.

Keywords: information systems, customer service

Perkembangan teknologi yang semakin maju menyebabkan timbulnya persaingan antar dunia usaha yang semakin ketat. Begitu juga kesuksesan suatu perusahaan tidak hanya ditentukan dari apa yang dijual, melainkan bagaimana cara suatu perusahaan untuk menjual barang atau jasa ditawarkan juga sangat penting. Terkadang pada proses-proses tersebut belum menjamin bahwa pelanggan akan kembali melakukan bisnis dengan perusahaan. Dan salah satu cara yang dapat digunakan adalah menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

UD. Remaja Motor adalah sebuah badan usaha yang bergerak dalam tiga bidang, yaitu penjualan barang, penjualan jasa dan pergudangan. Karena perusahaan ini bergerak dalam bidang penjualan barang dan jasa, secara tidak langsung setiap harinya perusahaan akan memberikan pelayanan kepada para pelanggan yang datang untuk berbisnis. Namun selama ini, pelayanan kepada pelanggan masih belum maksimal. Perusahaan belum memiliki sistem yang cukup untuk mengelola data pelanggan, data transaksi pelanggan dan juga tidak mengetahui apa yang dibutuhkan oleh para

pelanggannya. Salah satu contohnya dapat dilihat dari pelanggan yang telah melakukan service, mereka tidak mengetahui kapan jadwal service motor mereka berikutnya akan tiba.

Sehingga dibutuhkan suatu teknologi yang dapat melakukan pencatatan dan pengolahan terhadap data pelanggan, data onderdil, data service dan data transaksi yang dilakukan oleh setiap pelanggannya. Dan juga dapat memberikan pelayanan kepada pelanggan berupa informasi baik itu informasi berita dan promo, informasi jadwal service kendaraan, informasi status service pelanggan saat melakukan service. Diharapkan dengan adanya sistem tersebut nantinya dapat memberikan solusi dalam mengatasi permasalahan transaksi pelayanan secara langsung dan lebih efisien. Serta dapat membantu meningkatkan hubungan antara pelanggan dan pihak perusahaan.

LANDASAN TEORI

1. Sistem

Sistem adalah merupakan suatu kesatuan yang terdiri dari komponen-komponen atau sub sistem yang berorientasi untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Gondodiyoto, 2007:107).

Berdasarkan batasan pengertian tersebut, sistem mempunyai karakteristik sebagai berikut :

1. Sistem adalah kumpulan elemen-elemen atau sumberdaya yang saling berkaitan secara terpadu, terintegrasi dalam suatu hubungan hirarkis.
2. Sistem memiliki sasaran yang akan dicapai. Setiap sistem berusaha mencapai satu atau lebih sasaran yang merupakan arah, yang merupakan kekuatan yang memberikan arah suatu sistem.
3. Konstruksi sistem terdiri dari : Masukan-Proses-Keluaran. Masukan merupakan semua arus berwujud atau tidak berwujud yang masuk ke sistem. Keluaran merupakan semua arus keluar atau akibat yang dihasilkan. Proses terdiri dari metode yang digunakan untuk mengubah masukan menjadi keluaran.
4. Sistem memiliki pengguna. Setiap sistem harus mengarahkan sub sistemnya agar dapat mencapai sasaran. Sasaran sistem sebagai ukuran penentu keberhasilan suatu sistem.
5. Sistem memiliki keterbatasan.
6. Sistem memiliki sub sistem yang membentuk suatu jaringan terpadu. Sistem memerlukan pengendalian.

2. Informasi

Informasi adalah data yang sudah diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti (bermanfaat) bagi penerimanya, menggambarkan suatu

kejadian dan kesatuan nyata yang dapat dipahami dan dapat digunakan untuk pengambilan keputusan, sekarang maupun masa depan (Gondodiyoto, 2007:110). Sumber dari informasi adalah data. Data merupakan bentuk jamak dari bentuk tunggal datum atau data item. Data sebagai input perlu diolah oleh suatu sistem pengolahandata agar dapat menjadi output, yaitu informasi yang lebih berguna bagi pemakainya.

Dari uraian tersebut dapat dikatakan bahwa :

1. Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna, lebih bermanfaat dan lebih berarti bagi penggunaannya.
2. Data menggambarkan suatu kejadian-kejadian, data dinyatakan sebagai symbol-simbol, gambar-gambar, kata-kata, angka-angka, atau huruf-huruf yang menunjukkan suatu ide, obyek, kondisi atau situasi tertentu.
3. Informasi digunakan untuk pengambilan keputusan. Bagi manajemen suatu organisasi, informasi berguna untuk membantu dalam pengambilan keputusan yang menentukan keberhasilan atau kesuksesan organisasi pada masa yang akan datang.

3. Sistem Informasi

“Sistem adalah kumpulan dari elemen-elemen yang berinteraksi untuk mencapai tujuan tertentu” (Jogiyanto, 1990).

“Informasi adalah terdiri dari data yang telah diambil kembali dan diolah atau sebaliknya dan digunakan untuk tujuan informatif atau kesimpulan, argumentasi, atau sebagai dasar untuk peramalan atau pengambilan keputusan” (Jogiyanto, 1990). Sistem Informasi adalah kombinasi antara prosedur kerja, informasi, orang dan teknologi informasi yang diorganisasikan untuk mencapai tujuan dalam sebuah organisasi.

Sistem informasi adalah sekumpulan komponen pembentuk sistem yang mempunyai keterkaitan antara satu komponen dengan komponen lainnya yang bertujuan menghasilkan suatu informasi dalam suatu bidang tertentu. Dalam sistem informasi diperlukannya klasifikasi alur informasi, hal ini disebabkan keanekaragaman kebutuhan akan suatu informasi oleh pengguna informasi (Jogiyanto, 1990).

4. Siklus Hidup Pengembangan Sistem

Siklus hidup pengembangan sistem adalah pendekatan melalui beberapa tahap untuk menganalisis dan merancang sistem yang dimana sistem tersebut telah dikembangkan dengan sangat baik melalui penggunaan siklus kegiatan penganalisis

dan pemakai secara spesifik (Kendall & Kendall, 2002).

Menurut Kendall & Kendall, Siklus hidup pengembangan sistem dibagi dalam 7 (tujuh) tahap, seperti yang ditunjukkan dalam Gambar 2.12. Meskipun masing-masing tahap ditampilkan secara terpisah, namun tidak pernah tercapai sebagai satu langkah terpisah. Melainkan, beberapa aktivitas muncul secara simultan, dan aktivitas tersebut dilakukan secara berulang-ulang. Lebih berguna lagi memikirkan bahwa SHPS bisa dicapai dalam tahap-tahap (dengan aktivitas berulang yang saling tumpang tindih satu sama lainnya dan menuju ke tujuan terakhir) dan tidak dalam langkah-langkah terpisah.

2. Menentukan syarat-syarat

4. Merancang sistem yang direkomendasikan

5. Mengembangkan dan mendokumentasikan perangkat lunak

Gambar 1 Siklus Hidup Pengembangan Sistem

5. UD. Remaja Motor

UD. Remaja Motor adalah sebuah badan usaha yang bergerak dalam tiga bidang, yaitu penjualan barang, penjualan

jasa dan pergudangan. Adapun barang yang dijual dapat berupa onderdil, baik itu onderdil standar maupun variasi dari berbagai macam jenis motor dan juga jasa yang berupa service perbaikan yaitu service mesin berupa turun mesin dan service body.

6. CRM

Customer Relationship Management (CRM) merupakan akronim atau singkatan yang paling populer di kalangan sales dan marketing. Dalam bahasa Indonesia dapat diartikan Manajemen Hubungan Pelanggan (MHP). Pelanggan atau *customer* berarti seseorang yang berulang kali atau secara teratur melakukan pembelian kepada seorang pedagang. Hubungan atau *relationship* adalah bentuk komunikasi dua arah antara pembeli dan penjual. Manajemen artinya pengelolaan (secara luas tanpa perlu menjabarkan detail bagaimana mengelola sesuatu). Jadi definisi diatas kalau digabungkan menjadi pengelolaan hubungan dua arah antara suatu perusahaan dengan orang yang menjadi pelanggan di perusahaan tersebut (Danardatu, 2003).

Terdapat beberapa pengertian tentang CRM yang akan dijelaskan sebagai berikut :

- a. CRM adalah sebuah istilah industri teknologi informasi untuk metodologi, strategi, perangkat lunak (*software*)

- dan atau aplikasi berbasis *web* lainnya yang mampu membantu sebuah perusahaan (*enterprise*, kalau besar ukurannya) untuk mengelola hubungannya dengan para pelanggan.
- b. CRM adalah usaha sebuah perusahaan untuk berkonsentrasi menjaga pelanggan agar tidak lari ke pesaing dengan mengumpulkan segala bentuk interaksi pelanggan baik itu lewat telepon, email, masukan di situs atau hasil pembicaraan dengan staf sales dan marketing.
 - c. CRM adalah sebuah strategi bisnis menyeluruh dari suatu perusahaan yang memungkinkan perusahaan tersebut secara efektif bisa mengelola hubungan dengan para pelanggan.

Context Diagram

Gambar 2 Context Diagram

Pada Context Diagram tampak aliran data yang bergerak dari sistem ke masing-masing entitas. Dari pembuatan *context diagram* maka dilakukan proses *break down* yang biasa disebut sebagai *Data Flow Diagram* (DFD) level 0 untuk mengetahui proses secara keseluruhan. DFD dapat dilihat pada Gambar 4.

Gambar 3 DFD Level 0

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan dari dibangunnya sistem ini adalah untuk membangun sistem informasi pelayanan pelanggan. Gambar 4 *System Flow* Penjualan Jasa Service

Gambar 4 *System Flow* Penjualan Jasa Service

Untuk *System Flow* Penjualan Onderdil dapat dilihat pada Gambar 5

Gambar 5 *System Flow* Penjualan Onderdil

Pada Gambar 6 merupakan *System Flow* Pesanan Onderdil

Gambar 6 *System Flow* Pesanan Onderdil

Untuk *System Flow* Pendaftaran Pelanggan Baru dapat dilihat pada Gambar 7

Gambar 7 *System Flow* Pendaftaran Pelanggan Baru

Proses *System Flow* Pendaftaran Motor Pelanggan Baru yang ditunjukkan pada Gambar 8

Gambar 8 *System Flow* Pendaftaran Motor Pelanggan Baru

A. *Form* Catatan Service

Gambar 12 *Form* Catatan Service

Gambar 12. adalah *Form* Catatan *Service* digunakan untuk menambah dan menyimpan data catatan *service* pelanggan yang ingin melakukan *service* maupun perbaikan motornya.

B. *Form* Catatan Onderdil

Gambar 13 *Form* Catatan Onderdil

Gambar 13. adalah *Form* Catatan Onderdil digunakan untuk menambah dan menyimpan permintaan onderdil yang diinginkan oleh pelanggan.

C. *Form* Pesanan Onderdil

Gambar 14 *Form* Pesanan Onderdil

Gambar 14 adalah *Form* Pesanan Onderdil digunakan untuk menambah dan menyimpan data pesanan onderdil pelanggan.

D. *Form* Penjualan

Gambar 15 *Form* Penjualan

Gambar 15 *Form* Penjualan digunakan untuk menampilkan dan menyimpan data transaksi yang dilakukan pelanggan sebelumnya. Pada *form* ini, transaksi yang telah selesai akan melalui proses pelunasan.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari pembuatan Rancang Bangun Sistem Informasi Pelayanan Pelanggan adalah sebagai berikut :

1. Rancang Bangun Sistem Informasi Pelayanan Pelanggan berbasis *desktop* yang terintegrasi dengan *SMS Gateway* dan aplikasi *web* yang dapat mempermudah para pelanggan dalam mendapatkan pelayanan dan informasi.
2. Rancang Bangun Sistem Informasi Pelayanan Pelanggan dapat melakukan pencatatan dan pengolahan terhadap data pelanggan, data onderdil, data service dan data transaksi yang dilakukan oleh setiap pelanggannya secara terkomputerisasi

DAFTAR PUSTAKA

Barnes, James G.. 2001. *Secret Of Customer Relationship Management*. Andi : Yogyakarta

Buttle, Rancis. 2007. *Customer Relationship Management Concepts and Tools*. Banyumedia : Jakarta.

Danardatu, Aloysius Heru, 2003, *Pengenalan Customer Relationship Management (CRM)*, 10 Oktober 2010. URL:<http://www.ilmukomputer.com>.

Gondodiyoto, Santoyo. 2007. *Audit Sistem Informasi + pendekatan CoBIT*. Mitra Wacana Media : Jakarta.

Jogiyanto, H.M. 1990. *Analisa dan Desain Sistem Informasi*. Andi : Yogyakarta.

Kendall, Kenneth E. & Kendall Julie E. 2002. *System Analysis and Design – Fifth Edition*. United States of America : Prentice Hall International Inc..

Kendall, Kenneth E. & Kendall Julie E. 2006. *Analisis dan Perancangan Sistem*. Jakarta:PT. Indeks.

Tjiptono, Fandi,PH.D & Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3*. Andi : Yogyakarta.