

Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan pada PT Quinsha Trans Jaya

Muhammad Rafliansyah^{1*}, Yulistia², Chriestina³

¹⁻³ Fakultas Ilmu Komputer dan Rekayasa, Universitas Multi Data Palembang, Indonesia

Email : rafli.ansyahh@mhs.mdp.ac.id^{1*}, yulistia@mdp.ac.id², chriestina@mdp.ac.id³

Alamat: Jl. Rajawali 14, 30113 Kota Palembang, Sumatera Selatan

Email Korespondensi : rafli.ansyahh@mhs.mdp.ac.id

Abstract. Increasingly fierce business competition forces companies to look for innovations and strategies to maintain customer satisfaction and trust. PT Quinsha Trans Jaya, a tourism transportation services company, faced problems in providing service information and collecting customer feedback. To overcome this, a website-based customer relationship management system is needed. This system is expected to improve operational performance, facilitate purchases, and provide complete information to customers. The development of the system uses the Rational Unified Process (RUP) method and aims to help PT Quinsha Trans Jaya retain and attract new customers. The customer relationship management information system built will focus on service transactions through the website. Then this system has information features related to rentals and purchases as well as available promotions. There is also a reward feature, feedback from customers that helps companies increase customer loyalty.

Keywords: Systems, Information, Management, Relationships, Customers

Abstrak. Persaingan bisnis yang semakin ketat memaksa perusahaan mencari inovasi dan strategi untuk mempertahankan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. PT Quinsha Trans Jaya, perusahaan jasa transportasi pariwisata, menghadapi masalah dalam penyediaan informasi layanan dan pengumpulan umpan balik pelanggan. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan sistem informasi manajemen hubungan pelanggan berbasis website. Sistem ini diharapkan meningkatkan kinerja operasional, memfasilitasi pembelian dan menyediakan informasi lengkap kepada pelanggan. Pengembangan sistem dengan metode Rational Unified Process (RUP) dan bertujuan membantu PT Quinsha Trans Jaya mempertahankan dan menarik pelanggan baru. Sistem informasi manajemen hubungan pelanggan yang dibangun akan berfokus kepada transaksi layanan jasa melalui website. Kemudian sistem ini memiliki fitur informasi terkait penyewaan dan pembelian serta promosi yang tersedia. Terdapat juga fitur reward, feedback dari pelanggan yang membantu perusahaan meningkatkan loyalitas pelanggannya.

Kata Kunci: Sistem, Informasi, Manajemen, Hubungan, Pelanggan.

1. LATAR BELAKANG

Persaingan pada dunia bisnis berkembang sangat kompetitif bersamaan dengan lajunya perkembangan teknologi informasi dan ilmu pengetahuan. Untuk terus menjadi yang terdepan, perusahaan berupaya menciptakan ide-ide kreatif dan inovatif serta mengimplementasikan strategi bisnis yang efektif serta efisien. Sebuah aspek penting untuk mencapai keunggulan bersaing yaitu mempertahankan kepuasan pelanggan dan menciptakan kepercayaan (Munawir Sulistyawati, 2024). *Customer Relationship Management* (CRM) yaitu sebuah strategi yang bertujuan membangun serta mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan, yang sasarannya yaitu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Asraini, 2019). Melalui pengelolaan hubungan jangka panjang yang optimal, perusahaan dapat memastikan interaksi yang berkelanjutan di luar transaksi langsung. PT Quinsha Trans Jaya yang didirikan pada 17

Desember 2020 merupakan perusahaan jasa transportasi yang bergerak di sektor pariwisata. Perusahaan ini menawarkan layanan penyewaan bus dan juga mengelola biro perjalanan di Palembang, Indonesia, yang melayani pelanggan perorangan dan perusahaan.

Melalui wawancara dan observasi, proses bisnis di PT Quinsha Trans Jaya meliputi penyewaan kendaraan dan penjualan tiket. Pelanggan memastikan ketersediaan ketersediaan kendaraan melalui WhatsApp atau kunjungan langsung sebelum reservasi. Perusahaan mendata data pelanggan dan menerima uang muka, dengan pembayaran pelunasan diperlukan selambatnya satu hari sebelum keberangkatan. Targer penyewaan bus adalah 10-15 penyewaan bus per bulan, tetapi realisasinya hanya 5-6 bus per bulan. Penjualan tiket ditargetkan 14 perjalanan per bulan, tetapi hanya tercapai sekitar 8 perjalanan. Perusahaan belum memiliki sistem yang sistematis untuk menyimpan umpan balik dari pelanggan, dan hal ini menghambat peningkatan layanan.

CRM dibagi menjadi empat tahap: operasional (otomatisasi transaksi), analitis (pemrpesan data untuk keputusan), strategis (berfokus pada pelanggan), dan kolaboratif (integrasi perangkat lunak (Fadli, 2024)). Untuk menangani permasalahan tersebut, penulis merancang sebuah sistem CRM berbasis web yang menekankan pada aspek operasional dan analitis. Sistem ini ditujukan untuk meningkatkan efisiensi, mempelancar penyebaran informasi dan transaksi, serta mempertahankan dan menarik pelanggan.

Peneliti terdahulu oleh (Lais, 2024) membahas terkait sistem informasi hubungan pelanggan dengan metode *Rational Unified Process* untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sistem ini memiliki fitur email untuk tagihan, promosi dan *reward* pelanggan. Sementara itu, penelitian yang dilakukan (Hakim et al., 2019) merancang sistem CRM untuk memperluas informasi, memfasilirasi pemesanan online, dan meningkatkan promosi dan kesadaran pelanggan akan layanan kustomisasi. Berdasarkan permasalahan yang ada, penulis membuat Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan untuk PT Quinsha Trans Jaya guna meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaan.

2. KAJIAN TEORITIS

Sistem Informasi

Sistem informasi adalah gabungan banyak komponen, seperti manusia, komputer, teknologi informasi serta proses kerja yang saling berintegrasi satu sama lain untuk mengelola data menjadi informasi sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Menurut Hutahaeen (2015), Sistem Informasi dalam suatu organisasi berfungsi mendukung operasi, menangani transaksi sehari-hari, serta menyediakan laporan yang diperlukan pihak eksternal yang berkepentingan.

Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM)

Customer Relationship Management (CRM) termasuk sebuah pendekatan yang diterapkan perusahaan guna menciptakan serta mempertahankan hubungan pelanggan (Asraini, 2019). Menurut (I Putu Agus Eka Pratama, S.T., 2019) Komponen CRM (*Customer Relationship Management*) dapat dikategorikan ke dalam empat aspek utama yakni *Strategic CRM*, *Operational CRM*, *Analytical CRM*, *Colaborative CRM*.

1. Strategic CRM

Strategic CRM berpusat pada pengelolaan data pelanggan guna mendapatkan informasi dan wawasan yang berguna. CRM ini juga dikenal sebagai CRM yang berfokus pada pelanggan karena berorientasi pada data pelanggan untuk menciptakan keuntungan bagi perusahaan.

2. Operational CRM

Operational CRM berperan dalam mengelola proses operasional yang berkaitan dengan pelanggan, termasuk pemasaran, penjualan produk dan layanan, serta dukungan pelanggan.

3. Analytical CRM

Analytical CRM bertujuan untuk menganalisis data internal perusahaan dan informasi pelanggan yang berkaitan dengan transaksi interaksi bisnis.

4. Collaborative CRM

Collaborative CRM mengoptimalkan penggunaan perangkat lunak untuk meningkatkan layanan pelanggan dan mencapai tujuan bisnis. CRM ini berkaitan erat dengan *Analytical CRM* dan *Operational CRM*.

Website

Website atau disingkat web, terdiri dari sejumlah halaman berbeda dengan konten digital berbeda seperti teks, gambar, animasi, suara, video, atau campuran semuanya. Yang semuanya bisa diakses siapa pun di dunia ini, asalkan mereka mempunyai koneksi internet (Abdulloh, 2016).

Analisi PIECES

Dalam menganalisa permasalahan, perlu dilakukan analisis terhadap enam aspek utama yaitu kinerja, informasi, ekonomi, keamanan, efisiensi, serta pelayanan pelanggan. Menurut (Hartono, 2021) PIECES adalah kerangka kerja yang digunakan untuk mengidentifikasi masalah melalui enam aspek penilaian diantaranya *performance*, *information*, *economy*, *control*, *efficiency*, dan *service*. Analisis ini menghasilkan solusi berdasarkan aspek-aspek berikut :

1. Analisis Kinerja (Performance): Menilai kemampuan sistem untuk menyelesaikan layanan secara cepat untuk mencapai tujuan yang diharapkan.
2. Analisis Informasi (Information): Mengevaluasi sejauh mana sistem informasi mampu menciptakan data yang berguna dalam pengambilan keputusan dan pemecahan masalah.
3. Analisis Ekonomi (Economy): Menilai biaya serta manfaat yang dapat diperoleh dari sistem yang dibuat.
4. Analisis Keamanan (Control): Memastikan sistem dapat melindungi data dari kerusakan dan mencegah akses yang tidak sah.

Use Case Diagram

Use Case Diagram memperlihatkan interaksi diantara sistem dan penggunanya. Use Case Diagram biasanya mencakup satu aktor utama dan interaksinya, yang dapat berupa manusia, perangkat keras, sistem lain, atau entitas yang berinteraksi dengan sistem. Menurut Whitten, J. L., & Bentley (2007), Use Case Diagram dimanfaatkan untuk mengidentifikasi fungsi sistem informasi yang dibangun serta membantu mengidentifikasi pengguna yang akan memiliki akses ke layanan tersebut.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengembangkan sistem dengan menerapkan metode RUP yaitu pendekatan pengembangan perangkat lunak dengan sifat iteratif serta inkremental yang berfokus pada arsitektur yang dikembangkan secara berulang (A. S., Rosa dan Shalahuddin, 2014). Metode RUP terdiri dari beberapa tahapan diantaranya:

Tahapan Inception: pada tahapan ini dilakukan pemodelan proses bisnis dan pendefinisian kebutuhan sistem. Data diperoleh melalui wawancara dan observasi yang dilakukan penulis.

Tahapan Elaboration: Tahapan ini meliputi analisis sistem dan pengembangan (prototype) dengan menggunakan analisis PIECES untuk mengidentifikasi masalah, serta memodelkan kebutuhan sistem dengan use case diagram, activity diagram, class diagram serta sequence diagram.

Tahap Construction: Sistem diimplementasikan dan diuji dengan menggunakan metode blackbox testing. Pengembangan dilakukan dengan bahasa pemrograman PHP, Javascript, CSS, database berupa MySQL serta framework untuk laravel.

Tahap Transition: Tahapan ini diambil untuk menginstalasikan sistem agar penggunanya dapat memahami dan memanfaatkannya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Permasalahan

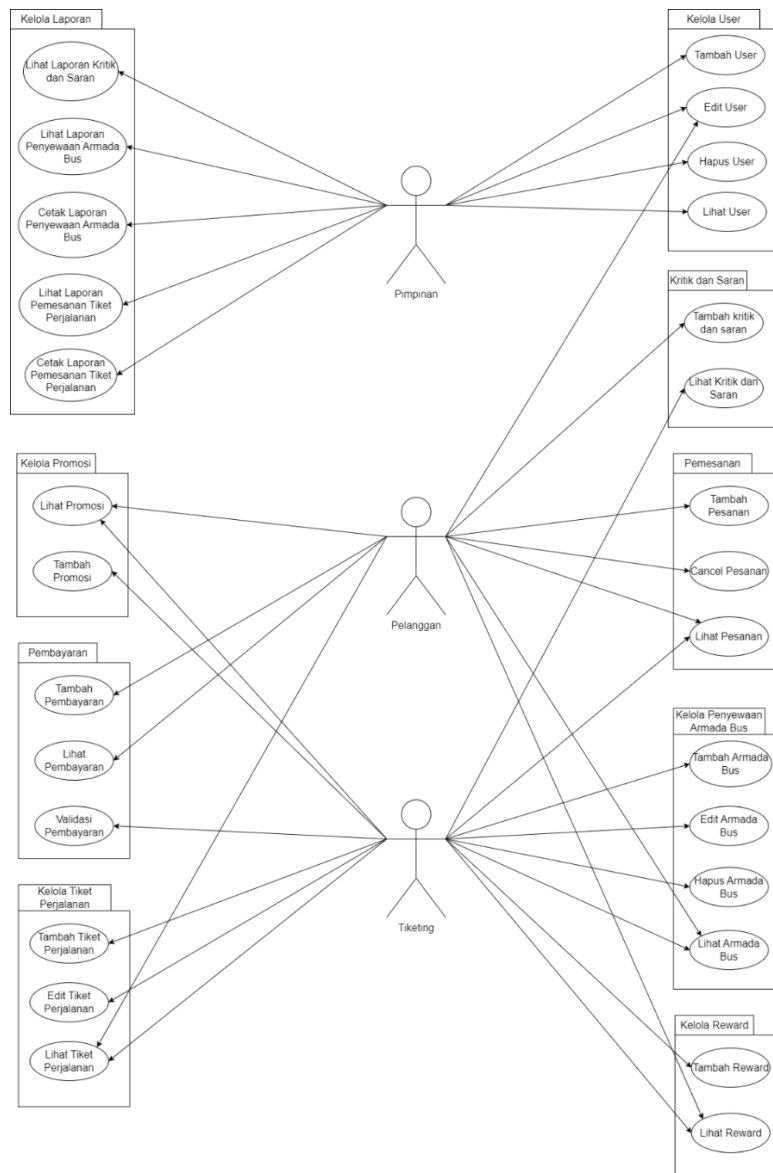
PIECES merupakan sebuah kerangka yang digunakan dalam melakukan proses identifikasi permasalahan dengan menggunakan 6 aspek penilaian: *performance*, *information*, *economy*, *control*, *efficiency*, dan *service* (Hartono, 2021). Tabel 1 berikut menyajikan kerangka PIECES.

Tabel 1. Kerangka PIECES

PIECES	Keterangan
<i>Performance</i>	Kesulitan dalam menginformasikan terkait penjualan tiket biro perjalanan dan penyewaan armada kepada pelanggan.
<i>Information</i>	Perusahaan kesulitan dalam menemukan bagaimana cara untuk menginformasikan kepada pelanggan tentang penyewaan armada dan tiket biro perjalanan.
<i>Economic</i>	Promosi yang dilakukan pada saat ini kurang maksimal sehingga perusahaan tidak mendapatkan pemasukan dengan banyak.
<i>Control</i>	Perusahaan merasa sulit untuk memahami keluhan dan saran pelanggan, yang menyebabkan kesulitan dalam penilaian layanan yang ditawarkan.
<i>Efficiency</i>	Proses promosi perusahaan masih dengan brosur, dimana diperlukannya biaya serta waktu dalam pembuatan brosur.
<i>Service</i>	Pelanggan memerlukan waktu yang lama dalam melakukan pembelian tiket ataupun penyewaan armada

Analisis Kebutuhan

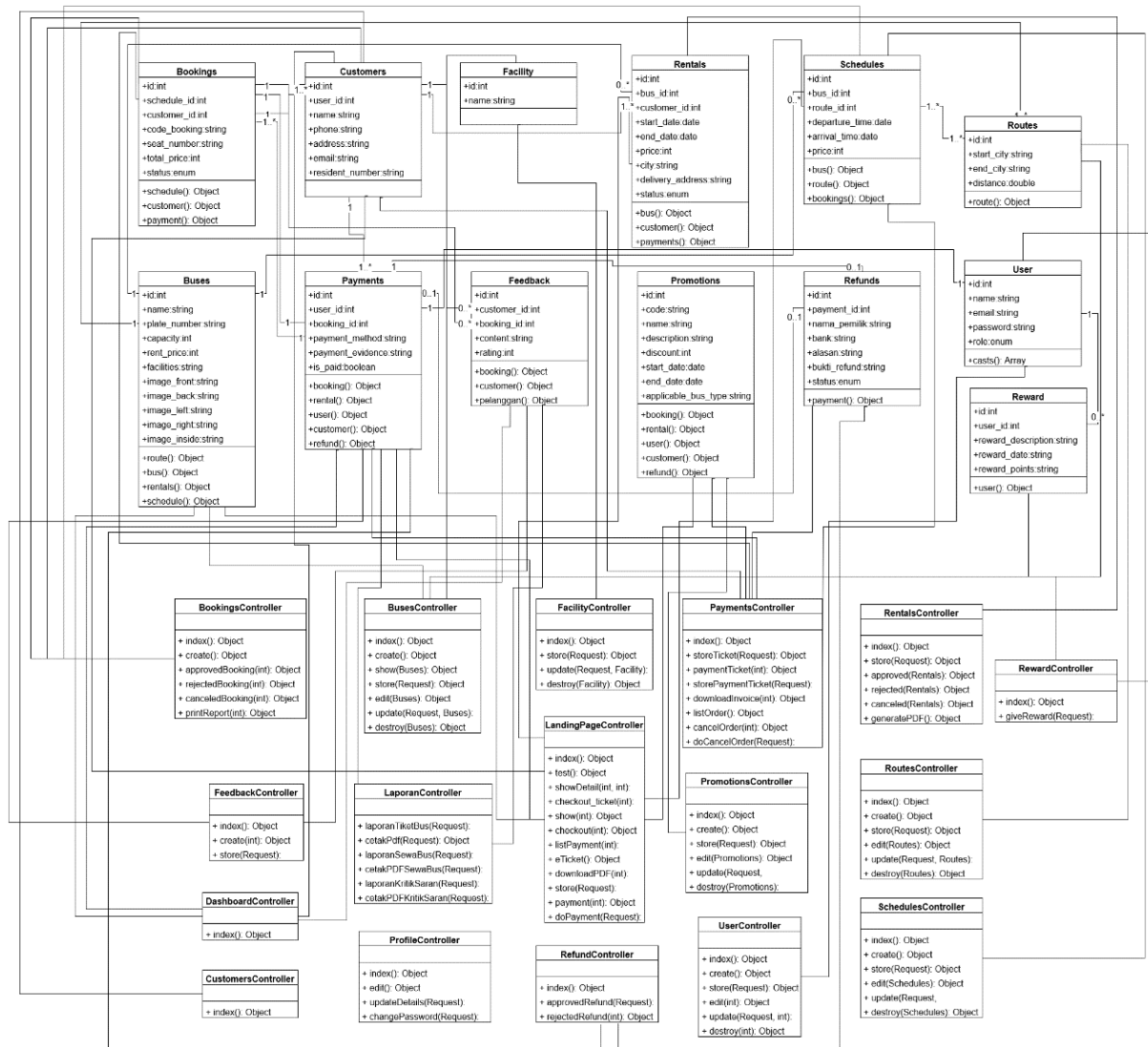
Di PT Quinsha Trans Jaya, diagram use case digunakan untuk merancang sistem informasi manajemen hubungan pelanggan, yang tujuannya untuk memudahkan menentukan pengguna mana yang akan dapat mengakses fungsi-fungsi dari sistem ini. Diagram use case sistem informasi manajemen hubungan pelanggan PT Quinsha Trans Jaya disajikan pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Use Case Diagram

Class Diagram

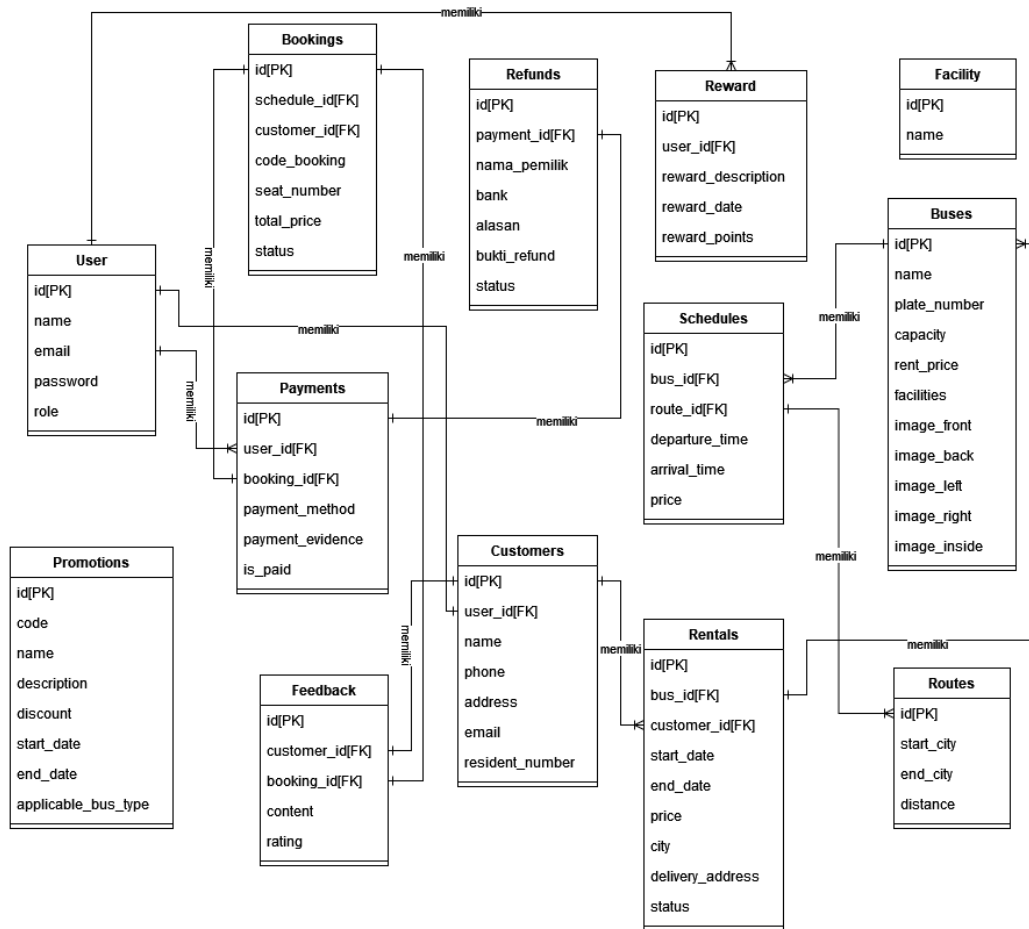
Class diagram adalah sebuah jenis diagram terstruktur yang ada dalam UML yang digunakan untuk merancang sistem melalui penggambaran struktur sistem menggunakan definisi kelas yang dikembangkan. Gambar 2 berikut menyajikan gambar class diagram yang dirancang:



Gambar 2. Class Diagram

Entity Relationship Diagram

Entity Relationship Diagram (ERD) merupakan diagram yang mewakili jaringan data dengan menggambarkan hubungan terstruktur antara komponen atau entitas yang terlibat dan kualitasnya. Gambar 3 menampilkan ERD penelitian ini:



Gambar 3. Entity Relationship Diagram

Perancangan Antar Muka

Rancangan antar muka merupakan representasi visual ketika sistem dijalankan oleh pengguna. Sistem informasi manajemen hubungan pelanggan PT Quinsha Trans Jaya ini memiliki beberapa tampilan seperti landing page, register, login, dashboard, checkout dan payment, laporan transaksi dan lain-lain. Berikut penjelasan dan tampilan dari setiap fitur pada sistem informasi manajemen hubungan pelanggan pada PT Quinsha Trans Jaya. Pada Gambar 4 merupakan rancangan tampilan *landingpage* dan *checkout payment*.

The image displays two screenshots of the PT Quinsha Trans Jaya website. The top screenshot shows the Landing Page with a teal bus, navigation links (Home, FAQ, Booking, Rent), a 'Log in' button, and a 'Rent Now' button. The bottom screenshot shows the 'Checkout & Payment' section, which includes a 'Customer Information' form and a 'Seat Selection' grid.

Customer Information

Full Name
pelanggan

Email
pelanggan@example.com

Phone Number
Insert Phone Number

Address
Insert your address

Resident Number
Insert Resident Number

Kode Promo
Kode Promo

Continue to Payment

Seat Selection

☒ Dipilih ☐ Tersedia ☐ Tidak Tersedia

1A	1B	1C	1D
2A	2B	2C	2D
3A	3B	3C	3D
4A	4B	4C	4D
5A	5B	5C	5D
6A	6B	6C	6D
7A	7B	7C	7D
8A	8B	8C	8D
9A	9B	9C	9D
10A	10B	10C	10D
11A	11B	11C	11D
12A			

Selected Seats:

Gambar 4. LandingPage dan Checkout Payment

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Pengembangan Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan di PT Quinsha Trans Jaya telah menghasilkan beberapa peningkatan penting. Pelanggan dapat langsung menyewa dan membeli layanan melalui situs web perusahaan, mendapatkan akses yang lebih luas ke informasi tentang pemesanan tiket dan promosi yang tersedia. Sistem ini juga membantu perusahaan menjaga kepuasan pelanggannya dengan mengumpulkan umpan balik yang berharga untuk evaluasi dan peningkatan layanan. Selain itu, loyalitas pelanggan diperkuat melalui sistem penghargaan, sehingga meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

DAFTAR REFERENSI

- A. S., Rosa, & Shalahuddin, M. (2014). Rekayasa perangkat lunak: Terstruktur dan berorientasi objek. Informatika Bandung.
- Abdulloh, R. (2016). Easy & simple - Web programming. Elex Media Komputindo.
- Asraini, D. (2019). Pengaruh customer relationship management dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk PT. Nusantara Surya Sakti Sumbawa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.283>
- Dewi, R., & Pratiwi, M. (2020). Implementasi sistem informasi manajemen pada universitas. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 7(2), 45–58. <https://doi.org/10.12345/jtm.v7i2.567>
- Dwi, A. (2021). Analisis sistem informasi manajemen pada sektor pendidikan. *Jurnal Administrasi Publik*, 9(1), 13–20. <https://doi.org/10.54321/jap.v9i1.432>
- Fadli, Z. (2024). Pengantar sistem informasi manajemen. Tri Edukasi Ilmiah.
- Hakim, A. A., Pratama, S., & S, F. P. (2019). Sistem informasi manajemen hubungan pelanggan berbasis web pada PT. Arya Media Tour & Travel. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, 5(2), 123–136. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v5i2.142>
- Hartono, B. (2021). Cara mudah dan cepat belajar pengembangan sistem informasi. In Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik. <https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/256>
- Hutahaean, J. (2015). Konsep sistem informasi. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 3. <https://ejournal.upi.edu/index.php/JAPSPs/article/viewFile/6095/4116>
- I Putu Agus Eka Pratama, S.T., M. (2019). Customer relationship management (CRM): Teori dan praktek berbasis open source. Informatika.
- Lais, N. (2024). Sistem informasi manajemen hubungan pelanggan pada PT Ayek Selangis Corp Palembang. 115–123.
- Munawir Sulistyawati, U. S. (2024). Membangun keunggulan kompetitif melalui platform e-commerce: Studi kasus Tokopedia. *Jurnal Manajemen dan Teknologi*, 1(1), 43–55. <https://journal.stmiki.ac.id/index.php/jmt/article/view/776/558>
- Santoso, D., & Indriani, N. (2018). Teori sistem informasi dalam perspektif bisnis. Penerbit Andi.
- Suryani, A., & Budi, K. (2022). Pengaruh teknologi informasi terhadap keputusan bisnis perusahaan. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*, 8(3), 145–159. <https://doi.org/10.7890/jikb.v8i3.909>
- Whitten, J. L., & Bentley, L. D. (2007). System analysis & design methods.