

Program Ganda
Sistem Informasi - Manajemen
Skripsi Sarjana Program Ganda
Semester Ganjil 2009/2010

Annalisa
0900820502

ABSTRAK

Pergeseran paradigma dalam suatu perusahaan yang semula berfokus kepada produk menjadi fokus kepada pelanggan dipicu oleh kebutuhan pelanggan terhadap pelayanan yang memuaskan yang selama transaksi. PT. Trimitra Lestari Jaya merupakan perusahaan manufaktur karpet berbahan plastik yang menjual produknya kepada pelanggan yang merupakan *wholesaler* yang tersebar hampir di seluruh Indonesia. Beberapa masalah yang dihadapi Trimitra dalam menjalankan proses bisnisnya meliputi: keterbatasan terhadap pelanggan yang ada dari segi waktu dan informasi, biaya penjualan yang tinggi akibat kunjungan staff penjualan secara langsung ke tempat pelanggan, ketidaksesuaian karpet yang dikirimkan ke pelanggan dari segi motif, dan biaya pelayanan sesudah penjualan yang tinggi.

Perancangan e-CRM pada PT. Trimitra Lestari Jaya dimulai dari tahapan analisis terhadap proses bisnis berjalan, Model Lima Kekuatan Porter, analisis terhadap faktor eksternal dan internal yang berpengaruh terhadap perusahaan. Analisis tersebut kemudian ditindaklanjuti dengan Matriks SWOT dan Matriks Internal-Eksternal yang menghasilkan beberapa strategi alternatif yang dapat diimplementasikan. Beberapa strategi tersebut kemudian dipilih berdasarkan nilai daya tarik masing-masing strategi terhadap faktor eksternal dan internal dengan menggunakan Matriks QSPM.

Analisis dan perancangan e-CRM dilakukan dengan menggunakan metode *object-oriented analysis and design* (OOA&D) yang didokumentasikan dengan notasi *Unified Modelling Language* (UML). Berdasarkan permasalahan yang dijumpai pada PT. Trimitra Lestari Jaya, maka perancangan e-CRM mencakup *operational CRM* yang mencakup penyediaan terhadap informasi yang pernah dilakukan pelanggan dan komunikasi antara pelanggan dengan perusahaan melalui media e-CRM. Hasil dari perancangan e-CRM diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi perusahaan dalam meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan dari segi produk yang ditawarkan maupun pelayanan dalam bentuk penyediaan informasi dan tanggapan atas kritik, saran maupun permohonan informasi yang telah dikirimkan pelanggan.

Kata kunci:

pelanggan, pelayanan, e-CRM, analisis, perancangan, informasi