

PROGRAM BANTU MANAJEMEN BISNIS LAUNDRY DENGAN METODE CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Chandra Budi Gunawan
Harianto Kristanto, Budi Sutedjo Dharma Oetomo

Abstrak

Proses pencucian dan gosok laundry untuk tujuan kepuasan pelanggan adalah hal yang tidak gampang karena harus mempertimbangkan berbagai faktor, sehingga sangat memerlukan ketelitian dari pihak laundry. Karena yang namanya permintaan seorang pelanggan pasti ada hal-hal tertentu yang berbeda dan jarang memiliki persamaan. Pencatatan kriteria dalam laundry ditentukan oleh berbagai faktor, misalnya jumlah sabun, jenis pewangi, model gosokan, dan kriteria yang lainnya. Pertimbangan laundry untuk menggunakan kriteria-kriteria diatas tentunya secara umum sudah mencakupi standar laundry, pengambil keputusan dalam hal ini pemilik laundry dan karyawan Prima Laundry bisa mencatat dan melakukan proses cuci dan gosok yang sesuai dengan permintaan pelanggan.

Dari masalah tersebut penulis menerapkan aplikasi CRM (Customer Relationship Management) yang sangat bermanfaat dan dapat membantu perusahaan dalam melakukan pendekatan kepada para pelanggan dalam menjaga hubungan baik. Kemampuan CRM adalah konsepnya yang mudah dimengerti dan sistematis yang mendasari pendekatan dengan pelanggan sehingga dapat membantu memelihara hubungan baik dengan pelanggan. Hasil dari implementasi metode CRM(Customer Relationship Management) dalam laundry ini ternyata sangat membantu pendekatan pelanggan dalam hal ini pemilik laundry dan karyawan untuk mencatat kebiasaan pelanggan yang meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Laundry, CRM

1. Pendahuluan

Prima Laundry berlokasi di Jl. Tentara Rakyat Mataram no 42 Yogyakarta merupakan salah satu laundry yang berdiri pada tahun 2010 yang ada di daerah Yogyakarta. Dengan semakin banyaknya kebutuhan yang ada untuk melakukan proses pencucian, maka laundry ini ingin lebih meningkatkan pelayanan dan kinerja dari laundry itu sendiri. Maka dari itu, laundry ini menginginkan sebuah sistem yang dapat mengelola manajemen pemasukan, transaksi, dan laporan-laporan per periode. Pada saat ini Prima Laundry masih menggunakan cara manual dalam menerima pemesanan laundry, melakukan transaksi sekaligus pembuatan laporan pemakaian laundry. Dengan sistem manual ini, pengelola sering merasa kesulitan dalam mengintegrasikan data-data laundry beserta laporan yang diberikan karyawan pada shift-shift tertentu. Dengan begitu Prima laundry berusaha untuk mengembangkan sebuah sistem manajemen laundry yang berdasar pada komputerisasi agar data-data hasil transaksi, pemesanan dan laporan dapat terintegrasi dan tersusun dengan baik.

Membantu meningkatkan pelayanan kepada konsumen Prima laundry, maka dibuat suatu program bantu manajemen bisnis laundry "Prima laundry" yang digunakan untuk mempermudah dalam mengatur data pemesanan laundry sekaligus pembayaran dan laporan yang dihasilkan. Dengan sistem ini pengelola sudah tidak akan memakai cara manual lagi dalam menangani manajemen pemasukan laundry, pembayaran, dan pembuatan laporan laundry. Penelitian yang dilakukan penulis yaitu bagaimana hasil penerapan aplikasi CRM (Customer Relationship

Management) yang sangat fleksibel dan sangat penting untuk membantu pemilik toko dalam membantu pendekatan kepada pelanggan laundry. Kemampuan CRM adalah konsepnya yang mudah dimengerti dan membantu memelihara hubungan antara pemilik toko dengan pelanggan.

2. Landasan Teori

2.1 Bisnis

Bisnis merupakan kegiatan dalam menjual produk atau jasa agar memberikan keuntungan bagi pemiliknya. Bisnis merupakan kegiatan beresiko memberikan kerugian baik dari segi material atau non-material. Namun bila berhasil maka akan memberikan keuntungan dan kesejahteraan bagi pemiliknya.

Bisnis adalah usaha perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Usahawan atau pelaku bisnis harus mampu memadukan 4 macam sumber daya yaitu : sumber daya materi, manusia, keuangan dan informasi.

Perusahaan bersifat dinamis, mengalami kemajuan atau kemunduran pada saat bergerak melalui siklus hidupnya. Perubahan atas kondisi ekonomi dan pasar memerlukan pemikiran kembali atas strategi perusahaan metode dan sarana yang digunakan untuk menghadapinya.

Setiap Bisnis atau perusahaan berusaha mengolah bahan untuk dijadikan produk yang diperlukan oleh konsumen produk dapat berupa barang atau jasa. Tujuan perusahaan membuat produk adalah untuk mendapatkan laba, yakni imbalan yang diperoleh perusahaan dari penyediaan suatu produk bagi konsumen. 4 faktor produksi dalam perusahaan : sumber daya alam, manusia, modal dan informasi.

2.2 Customer Relationship Management (CRM)

Menurut Berson (1999) dari segi bisnis, tujuan dari CRM adalah optimalisasi keuntungan. Itu dimulai dengan premis bahwa tidak semua pelanggan diciptakan sama. Hanya perusahaan yang benar-benar memahami jika, apa dan bagaimana pelanggan ingin berinteraksi yang mungkin untuk mendapat loyalitas konsumen dan perbaikan keuntungan terkait.

Sedangkan menurut sudut pandang organisasi, Barnes (2001) dalam bukunya menyatakan bahwa proses yang akan menciptakan kepuasan pelanggan yang bertahan lama, bukan karena biaya dan harga yang murah, tetapi karena pelanggan merasa lebih nyaman dalam berurusan dengan perusahaan tersebut.

Barnes (2001) juga menyatakan bahwa jika kita menerima bahwa tujuan akhir dari aktivitas pemasaran adalah kepuasan pelanggan dan bahwa kepuasan tersebut dicapai melalui penciptaan nilai bagi pelanggan, maka banyak perusahaan kecil telah mempraktikkan "CRM" selama berabad-abad tanpa menyadari bahwa itulah yang mereka lakukan.

Membangun hubungan jangka panjang yang kokoh dengan pelanggan memerlukan usaha yang penuh konsentrasi dari semua karyawan dan pihak manajemen untuk mengetahui apa yang memuaskan pelanggan dan apa yang dihargai oleh pelanggan.

Untuk membangun sistem CRM yang handal, salah satu komponen yang harus dipersiapkan adalah gudang data pelanggan. Kepercayaan pelanggan merupakan dasar utama yang harus ditumbuhkan, dipelihara, dan dikembangkan agar bisnis dapat terus berlangsung.

Menurut Kasali (2002) dari segi sosial, pembangunan relasi terkait dengan spirit dan keinginan untuk membangun sesuatu yang bersifat membangun dan berkelanjutan. Relasi ini letaknya lebih tinggi atau bahkan berbeda sama sekali dengan jual-beli. Kalau jual-beli, setelah selesai transaksi maka hubungan pun putus. Tetapi kalau relasi, meskipun transaksi sudah selesai, hubungan masih terus berlanjut.

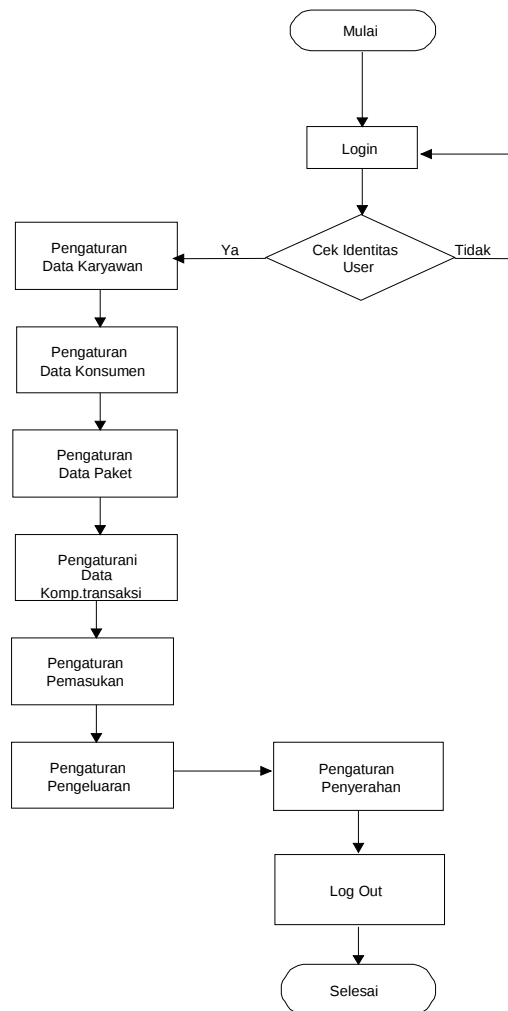
Konsep dasar CRM, menurut Oetomo (2003) diawali dengan mengenal, mengetahui, dan menggali apa yang dibutuhkan dan diharapkan pelanggan dari perusahaan. Dengan pengetahuan itu,

perusahaan dapat lebih mudah mewujudkan apa yang dibutuhkan dan apa yang diharapkan oleh para pelanggannya. Untuk mengenal atau mengetahui apa yang dibutuhkan, perusahaan harus memiliki catatan tentang dan dari para pelanggannya.

3. Perancangan Sistem

Pada perancangan sebuah program, spesifikasi dari sistem operasi dan bahasa pemrograman yang akan digunakan harus tepat dan efisien, karena keduanya harus saling mendukung agar program dapat berjalan dengan baik.

Rancangan umum ini akan menggambarkan tentang gambaran sistem yang dibuat secara umum dengan multi user.



Gambar 1. *Flowchart Sistem*

Sistem operasi yang digunakan dalam perancangan sistem yang akan dibuat pada tugas akhir ini adalah *Microsoft Windows XP* karena memiliki tampilan grafis dan kestabilan yang baik, serta memiliki berbagai fasilitas untuk memudahkan pengembangan aplikasi. Sedangkan, bahasa pemrograman yang digunakan adalah *Microsoft Visual Foxpro 9*. *Microsoft Visual Foxpro 9* merupakan bahasa pemrograman yang beroperasi di bawah sistem operasi *Windows*, yang memiliki

banyak kelebihan ke berbagai akses, seperti grafis, *database*, *object oriented* dan memiliki fasilitas untuk pembuatan aplikasi dengan antar-muka visual secara mudah dan dapat memberikan hasil yang memuaskan.

Sistem diimplementasikan menggunakan paket pemrograman *Microsoft Visual Foxpro* versi 9. Program aplikasi ini merupakan kelanjutan dari versi sebelumnya yang menjadi satu paket dengan *Microsoft Visual Studio* versi 6, yang pada perkembangan selanjutnya terpisah dan berdiri sendiri menjadi *Microsoft Visual Foxpro* 9.

Berikut salah satu contoh alur pemakaian sistem. Form pemasukan digunakan untuk mencatat pemasukan atas pemakaian jasa laundry. Untuk mencatat pemasukan jasa laundry masukkan nama konsumen menggunakan tombol konsumen, data konsumen dan kriteria akan otomatis terisi. Sewaktu mengakses form nomor nota juga akan terisi secara otomatis. Masukkan jenis paket, dan jumlah/qty. Harga, Subtotal dan Total akan terisi otomatis oleh sistem, kemudian isi pembayaran untuk pembayaran di depan, atau kosongkan pembayaran untuk pembayaran di belakang. Setelah semua data masuk ke dalam grid, tekan tombol Tanggal Jadi untuk menampilkan tanggal jadi laundry. Jika sudah benar tekan tombol simpan untuk memvalidasi pemasukan. Setelah tombol simpan dipilih maka laporan akan otomatis muncul. Jika ingin membatalkan proses tekan tombol batal.

Gambar 2. Form Pemasukan

Form pencucian digunakan untuk mengetahui proses pencucian laundry setelah data pemasukan diterima. Untuk mengetahui proses pencucian laundry, pilih salah satu data yang ada pada grid, data yang dipilih akan otomatis ditampilkan di textbox dibagian bawah. Setelah pilihan benar tekan tombol cuci untuk memvalidasi proses pencucian.

Gambar 3. Form Pencucian

Form gosok digunakan untuk mengetahui proses gosok laundry setelah proses pencucian selesai. Untuk mengetahui proses gosok laundry, pilih salah satu data yang ada pada grid, data yang dipilih akan otomatis ditampilkan di textbox dibagian bawah. Setelah pilihan benar tekan tombol gosok untuk memvalidasi proses gosok.

Gambar 4. Form Gosok

Form penyerahan digunakan untuk mengetahui penyerahan laundry setelah semua proses cuci dan gosok selesai. Untuk mengetahui penyerahan laundry, pilih salah satu data yang ada pada grid, data yang dipilih akan otomatis ditampilkan di textbox dibagian bawah. Setelah pilihan benar tekan tombol ambil untuk memvalidasi penyerahan.

Form Penyerahan

No. Nota: Tanggal:

No Nota	Tanggal Terima	Tanggal Jadi	Kode	Nama Konsumen	Alamat	No Telepon	Cuci	Gosok
M0000005	06/12/2011 13:16:25	07/12/2011 13:15:26	K00007	JASON	JIN KOTA	313121	GOLN	GOLN
M0000008	10/12/2011 09:38:51	19/12/2011 09:38:51	K00003	AJUNG	RAMA JALUR	121210	GOLN	GOLN
M0000010	20/12/2011 18:37:47	21/12/2011 18:37:47	K00004	CHANDRA	JUNTAH KAKI KAKI	3123	GOLN	GOLN

Kode: Nama: Alamat: No. Telp.: Tanggal:

Kriteria 1: Baju dan laundry
Kriteria 2: Jumlah sabun normal
Kriteria 3: Aira sedang apal
Kriteria 4: Non cowong
Kriteria 5: Gosokan non apal
Tambahkan:

Status: **BELUM BAYAR**

Total: Bayar: Kembali:

DAFTAR AMBIL

Karyawan: Prima Laundry

Gambar 5. Form Penyerahan

4. Kesimpulan

Dari hasil analisis pada program bantu manajemen bisnis laundry, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- Program bantu ini bisa menentukan jumlah pemasukan dan kembalian proses transaksi pemasukan laundry.
- Penggunaan metode *Customer Relationship Management* pada program bantu ini dapat membantu karyawan atau pemilik dalam pendekatan untuk menentukan kebiasaan atau kesukaan pelanggan laundry. Program ini juga membantu pengguna untuk membantu proses transaksi pemasukan dan pengeluaran laundry.
- Program bantu ini dapat melakukan perubahan pada data dengan cepat dan mudah, baik dalam data karyawan, data konsumen, data paket dan data komponen transaksi.

Daftar Pustaka

- Berson, A., Smith, S., & Thearling, K. (1999). Building Data Mining Application for CRM. United States of America: The McGraw-Hill, Inc.
- Barnes, J.G. (2001). Secrets of Customer Relationship Management: The McGraw-Hill, Inc.
- Lubis, A.S. (2010). Belajar Sendiri *Microsoft Visual FoxPro*, D@takom.
- Nugroho, Adi. (2010). Pembuatan Sistem Informasi Pembelian dan Penjualan Berbasis Customer Relationship Management di Bengkel Mobil Rewwin Motor, Jurusan Teknik Informatika, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran".

- Oetomo, B.S.D., Simandjuntak, J.P., Sukoco, A.A. (2003). I-CRM Membina Relasi dengan Pelanggan.Com. Yogyakarta:Andi.
- Widayanti, Afua. (2008). Perilaku Nasabah Berdasarkan Kinerja Customer Relationship Management, Program Studi Magister Manajemen, Universitas Diponegoro Semarang