

Pemasaran Perumahan PT. Permata Indah Bersinar Menggunakan E-CRM Berbasis Web

Noni Wahyuni¹, Mohd. Siddik², Ruri Ashari Dalimunthe³

Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer Royal

*Email: noniwahyuni28@gmail.com

Abstrak

Beberapa waktu belakangan ini, perusahaan pemasaran perumahan meningkat pesat sehingga perusahaan tersebut berlomba-lomba dan bersaing untuk mendapatkan konsumen dengan melakukan berbagai macam upaya. Kualitas pelayanan pada PT. Permata Indah Bersinar masih belum efektif dan belum maksimal. Karena perusahaan ini belum memiliki sistem informasi pemasaran perumahan berbasis web. Perusahaan ini juga belum menerapkan strategi Customer Relationship Management. Dalam penelitian ini, sistem yang dibuat adalah sistem informasi pemasaran perumahan berbasis web. Dengan adanya sistem ini perusahaan akan lebih mudah dalam menyebarkan informasi tentang perumahan yang dikelolanya, konsumen juga akan lebih mudah untuk mendapatkan informasi tanpa harus datang langsung ke kantor pemasaran. Pada sistem ini peneliti juga menerapkan Customer Relationship Management (CRM), sehingga konsumen dapat bertanya dan menjawab pertanyaan seputar perumahan melalui website ini. Dengan memanfaatkan sistem informasi pemasaran perumahan menggunakan Customer Relationship Management (CRM) berbasis web, sebagai upaya meningkatkan kualitas pelayanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan serta menjaga hubungan antara perusahaan dengan konsumen.

Kata kunci: Konsumen; Strategi; Sistem Informasi; Customer Relationship Management

Housing Marketing PT. Permata Indah Bersinar Using Web-Based E-CRM

Abstract

In recent times, housing marketing companies have increased rapidly so that these companies are competing and competing to get consumers by making various efforts. Quality of service at PT. The Beautiful Shining Gem is still not effective and not maximized. Because this company does not yet have a web-based housing marketing information system. This company also has not implemented a Customer Relationship Management strategy. In this study, the system created is a web-based housing marketing information system. With this system, the company will find it easier to disseminate information about the housing it manages, consumers will also find it easier to get information without having to come directly to the marketing office. In this system, researchers also apply Customer Relationship Management (CRM), so that consumers can ask and answer questions about housing through this website. By utilizing a housing marketing information system using a web-based Customer Relationship Management (CRM), as an effort to improve service quality and increase customer satisfaction and maintain relationships between companies and consumers.

Pemasaran Perumahan PT. Permata Indah Bersinar Menggunakan E-CRM Berbasis Web

Key Words: Consumer; Strategy; Information Systems; Customer Relationship Management

Pendahuluan

Beberapa waktu belakangan ini, persaingan bisnis pemasaran perumahan meningkat pesat. Perusahaan-perusahaan pemasaran perumahan berlomba-lomba dan bersaing untuk mendapatkan konsumen dengan melakukan berbagai macam upaya. Salah satu upaya yang dilakukan adalah memanjakan konsumen dengan kualitas pelayanan yang baik dan kemudahan-kemudahan dalam mendapatkan informasi serta bertransaksi. Dalam persaingan yang semakin tinggi ini, perusahaan diharuskan untuk terus berfokus kepada upaya untuk meningkatkan kualitas layanan. Beberapa perusahaan sudah menerapkan suatu strategi untuk menjaga hubungan dengan konsumennya. Strategi tersebut adalah *Customer Relationship Management* (CRM). *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan suatu strategi yang digunakan untuk mengelola hubungan dengan konsumen. Strategi *Customer Relationship Management* (CRM) ini digunakan untuk menjaga hubungan dengan konsumen dan meningkatkan kualitas pelayanan.

PT. Permata Indah Bersinar masih menggunakan sistem yang manual dalam melakukan pemasaran perumahannya. Perusahaan ini belum memiliki sistem informasi pemasaran perumahan yang berbasis web. Perusahaan ini juga belum menerapkan strategi customer relationship management. Hal tersebut menjadi suatu permasalahan yang menimbulkan keluhan dari beberapa konsumen. Jika PT. Permata Indah Bersinar ingin dapat terus bersaing dengan perusahaan lain untuk mendapatkan konsumen dan menjaga hubungan dengan konsumen, PT. Permata Indah Bersinar harus memiliki sistem informasi pemasaran perumahan yang berbasis web serta menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM).

Melalui pemanfaatan teknologi informasi dengan media *internet*, dengan membuat sistem informasi pemasaran yang berbasis *web* diharapkan akan dapat memberikan kemudahan kepada konsumen sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Metode Penelitian

Perumahan adalah salah satu sarana human yang erat kaitannya dengan tata cara kehidupan masyarakat. Dengan demikian, kawasan perumahan merupakan suatu lingkungan hunian yang bebas dari gangguan-gangguan, seperti gangguan suara, kotoran udara, bau dan lain-lain, dan harus aman serta nyaman. Oleh karena itu, dalam kawasan perumahan harus disediakan sarana lain seperti taman serta fasilitas umum dan fasilitas sosial lainnya.

Customer Relationship Management (CRM) memiliki hubungan yang erat terhadap kepuasan pelanggan, dimana kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator perusahaan telah melaksanakan Customer Relationship dengan baik. dengan puasnya pelanggan terhadap kinerja dan pelayanan perusahaan tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut memiliki kapabilitas didalam melaksanakan Customer Relationship Management (CRM) (Wijaya & Sukawati, 2016).

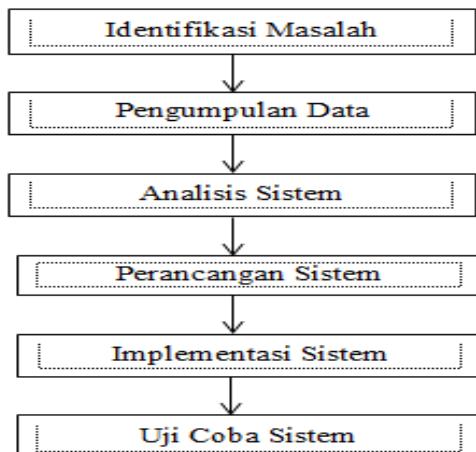
Customer Relationship Management (CRM) dan kepuasan konsumen saling keterkaitan, karena kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh Customer Relationship Management (CRM) (Hassan, Nawaz, Lashari, & Zafar, 2015).

Pemasaran Perumahan PT. Permata Indah Bersinar Menggunakan E-CRM Berbasis Web

Kualitas dari pelayanan suatu perusahaan atau instansi sangat berperan besar dalam menciptakan sebuah bentuk kepuasan konsumen. (Indahingwati, 2019). Loyalitas konsumen dihasilkan oleh beberapa hal, diantaranya adalah Customer Relationship Management (CRM), kepuasan konsumen, dan kepercayaan konsumen (Victor, Jorie, & Sumarauw, 2015).

Website atau disingkat web merupakan beberapa halaman yang dikumpulkan yang berisi informasi dalam bentuk data digital, baik berupa teks, gambar, video, audio, dan animasi lainnya yang dapat diakses menggunakan koneksi internet (Abdulloh, 2016).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian dimulai dengan mengidentifikasi masalah yang terjadi pada perusahaan tempat penelitian dilakukan, setelah itu melakukan tahap pengumpulan data dengan observasi atau pengamatan langsung kelapangan serta melakukan wawancara. Tahap berikutnya adalah analisis sistem, yaitu menganalisis sistem yang berjalan pada perusahaan tempat dilakukannya penelitian untuk mencari masalah yang terjadi pada sistem tersebut. selanjutnya peneliti merancang suatu sistem yang baru dan melakukan pengimplementasian sistem. Tahap yang terakhir adalah uji coba sistem untuk menguji apakah sistem yang dibuat berfungsi sesuai dengan kebutuhan.



Gambar 1. Metodologi Penelitian

Hasil dan Pembahasan

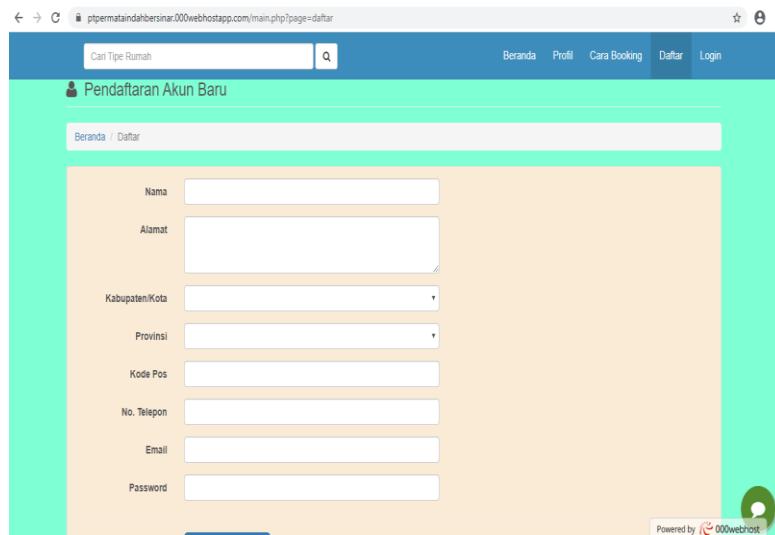
Desain

Tampilan hasil desain yang terdapat dalam sistem disesuaikan dengan fungsinya masing-masing. Beberapa tampilan hasil desain yang telah dibuat dapat dilihat pada gambar berikut ini :

a. Halaman Registrasi konsumen

Pada halaman ini konsumen melakukan registrasi untuk mendapat sebuah akun. Akun tersebut digunakan jika konsumen ingin melakukan pemesanan rumah. Berikut ini adalah tampilan dari halaman registrasi konsumen:

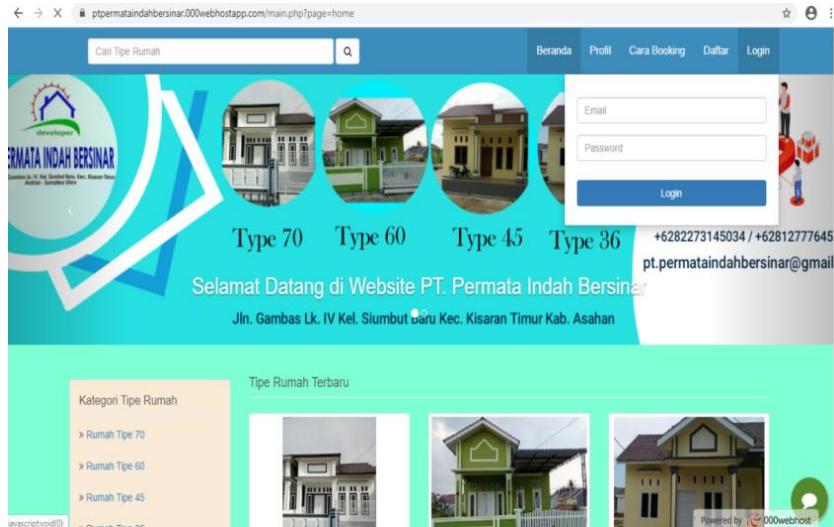
Pemasaran Perumahan PT. Permata Indah Bersinar Menggunakan E-CRM Berbasis Web



Gambar 2. Tampilan Halaman Registrasi Konsumen

b. Halaman Login Konsumen

Untuk mengakses sistem dengan menggunakan akun yang sudah diregistrasi, konsumen diharuskan melakukan login terlebih dahulu. Halaman login memuat email dan password. Berikut ini adalah tampilan dari halaman login konsumen:

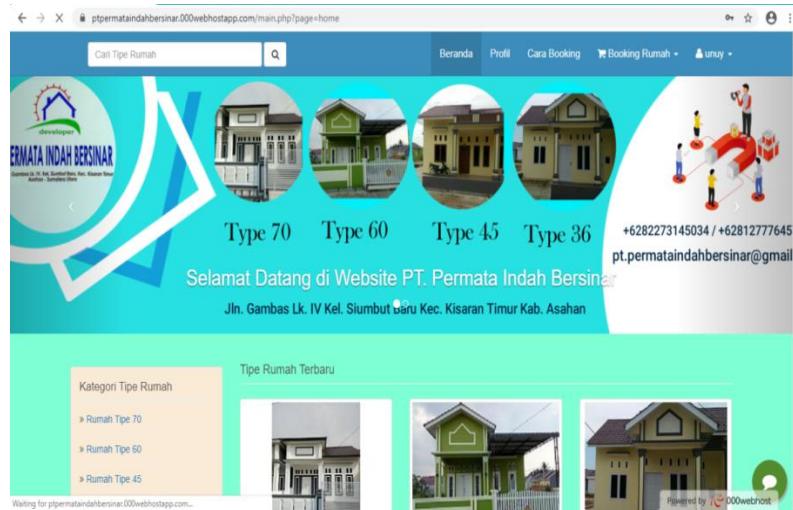


Gambar 3. Tampilan Halaman Login Konsumen

c. Halaman Utama Konsumen

Setelah konsumen berhasil login menggunakan akun miliknya, konsumen akan masuk kedalam halaman utama konsumen. Berikut ini adalah tampilan dari halaman login konsumen:

Pemasaran Perumahan PT. Permata Indah Bersinar Menggunakan E-CRM Berbasis Web



Gambar 4. Tampilan Halaman Utama Konsumen

Pengujian

Peneliti melakukan pengujian untuk mengetahui apakah sistem yang dibuat dapat berjalan sesuai dengan kebutuhan atau masih terdapat kekurangan. Pengujian dilakukan dengan menggunakan pengujian blackbox. Pengujian blackbox dilakukan dengan menguji bagian-bagian menu yang terdapat dalam sistem informasi pemasaran perumahan, apakah hasil yang didapat sesuai dengan keinginan.

Tabel 1. Pengujian Login Konsumen

Data Masukan	Proses Diharapkan	Pengamatan	Kesimpulan
Data Normal			
Memasukkan data <i>email</i> dan <i>password</i> secara lengkap	Dapat masuk kedalam sistem melewati form <i>login</i>	Proses berhasil sesuai yang diharapkan	Berjalan
Data kurang			
Tidak memasukkan salah satu data	Sistem menolak proses	Proses berhasil sesuai yang diharapkan	Berjalan
Data salah			
Masukkan data <i>login</i> salah	Sistem menolak proses	Proses berhasil sesuai yang diharapkan	Berjalan

Pemasaran Perumahan PT. Permata Indah Bersinar Menggunakan E-CRM Berbasis Web

Tabel 2. Pengujian Input Data Rumah

Data Masukan	Proses Diharapkan	Pengamatan	Kesimpulan
Data Normal			
Memasukkan data rumah secara lengkap	Sistem menyimpan data masukan ke dalam <i>database</i>	Proses berhasil sesuai dengan yang diharapkan	Berjalan
Data kurang			
Tidak mengisi <i>form</i> secara lengkap	Sistem menolak proses	Proses berhasil sesuai yang diharapkan	Berjalan

Simpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sistem informasi pemasaran perumahan yang berbasis web dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Pengimplementasian *Customer Relationship Management* pada sistem informasi pemasaran perumahan untuk menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan konsumen. Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk terus fokus kepada upaya meningkatkan pelayanan dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Daftar Pustaka

- Abdulloh, R. (2016). Easy & Simple-Web Programming. *Elex Media Komputindo*.
- Asmara Indahingwati, S. E. (2019). Kepuasan Konsumen Dan Citra Institusi Kepolisian Pada Kualitas Layanan Sim Corner Di Indonesia. *CV. Jakad Media Publishing*.
- Hassan, R. S., Nawaz, A., Lashari, M. N., & Zafar, F. (2015). Effect of customer relationship management on customer satisfaction. *Procedia economics and finance* 23(12), 563-567.
- Rahman, A. A., Supaidi, A. A., & Ibrahim, A. (2018). Implementasi Customer Relationship Management (Crm) Pelayanan Pelanggan (Corporate) Divisi Bges Pada Pt Telkom Witel Sumsel. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(1),, 72-78.
- Victor, C., Jorie, R. J., & Sumarauw, J. S. (2015). Pengaruh customer relationship management dan kepercayaan terhadap kepuasan serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen PT. Bank BCA Tbk. Di Manado. . *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 3(2).

Pemasaran Perumahan PT. Permata Indah Bersinar Menggunakan E-CRM Berbasis Web

Wijaya, A. E., & Sukawati, T. G. (2016). Pengaruh Customer Relationship Management Dan Good Corporate Governance Terhadap Citra Pdamtirta Mangutama Kabupaten Badung. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(7).