



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Evaluasi Rancangan Customer Relationship Management (CRM)
untuk eFishery

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Anton Satria Mulya

2017320030

Bandung

2021



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

**Customer Relationship Management (CRM) Evaluation Design
for eFishery**

Skripsi

Oleh

Anton Satria Mulya

2017320030

Pembimbing

Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com., MBA., M.Phil.

Bandung

2021

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Anton Satria Mulya
Nomor Pokok : 2017320030
Judul : Evaluasi Rancangan Customer Relationship Management (CRM) untuk eFishery

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 12 Januari 2022
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji I

Ketua sidang

Dr. Maria Widyarini

: 

Tim Penguji II

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil

: 

Pembimbing

Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com., MBA., M.Phil.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anton Satria Mulya
NPM : 2017320030
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Evaluasi Rancangan Customer Relationship Management
(CRM) untuk eFishery

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui apabila pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 03 Januari 2022



Anton Satria Mulya

ABSTRAK

Nama : Anton Satria Mulya

NPM : 2017320030

Judul : Evaluasi Rancangan Customer Relationship Management (CRM) untuk eFishery

Industri budidaya perikanan salah satu sector yang bisa diharapkan dengan terus menerus peningkatan setiap tahunnya. Dalam industri ini, merupakan salah satu faktor penting yaitu konsumen atau pelanggan untuk diperhatikan. Namun, eFishery sendiri belum memiliki strategi atau fokus terhadap pelanggannya. Dengan sistem informasi yang diberikan ini, diharapkan dapat membantu untuk pengelolaan dan pemenuhan kebutuhan pelanggan mereka.

Dalam jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif analitis. Untuk mengidentifikasi masalah, dengan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Revenue Cycle* untuk menguraikan masalah dan mencari akar permasalahan. Sementara untuk menganalisis factor internal perusahaan menggunakan analisis *Business Process Model Notation* (BPMN) untuk menggambarkan proses bisnis di perusahaan tersebut.

Hasil dari penelitian ini adalah sistem *Customer Relation Management (CRM)* yang mampu memberikan dukungan dalam proses pendekatan kepada pelanggan. Perusahaan dapat mengidentifikasi dan mengelompokkan pelanggannya. Serta mendukung keputusan dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan mereka, berdasarkan hasil pengelompokan yang dilakukan. Sehingga, pendekatan terhadap pelanggan dapat terkelola dengan baik.

Kata Kunci: Revenue Cycle, CRM, Industri Perikanan.

ABSTRACT

Name : Anton Satria Mulya

NPM : 2017320030

Title : Customer Relationship Management (CRM) Evaluation Design for eFishery

The aquaculture industry is one sector that can be expected with continuous improvement every year. In this industry, it is one of the important factors, namely consumers or customers to pay attention to. However, eFishery itself does not yet have a strategy or focus on its customers. With this information system, it is hoped that it can help to manage and fulfill the needs of their customers.

In this type of research used in this research is descriptive analytical. To identify the problem, the method used in this research is to use the Revenue Cycle to describe the problem and find the root of the problem. Meanwhile, to analyze the company's internal factors, it uses Business Process Model Notation (BPMN) analysis to describe the business processes in the company.

The result of this research is a Customer Relation Management (CRM) system that is able to provide support in the process of approaching customers. Companies can identify and classify their customers. As well as support decisions in meeting the needs of their customers, based on the results of the grouping carried out. Thus, the approach to customers can be managed properly.

Keywords: Revenue Cycle, CRM, Fishery Industry.

KATA PENGANTAR

Segala hormat dan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat anugerah dan penyertaan-Nya sehingga penulisan skripsi ini yang berjudul “Evaluasi Rancangan Customer Relationship Management (CRM) untuk eFishery” dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun dengan tujuan yaitu memenuhi syarat untuk menempuh Ujian Sidang Jenjang Sarjana (S1) di Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Dalam pembuatan skripsi, penulis banyak mendapatkan bantuan, dukungan, saran dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang sudah turut membantu dalam penyelesaian pembuatan skripsi ini, diantaranya:

1. ALLAH SWT yang selalu melindungi dan selalu membantu dalam masalah yang dialami selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Agus Gunawan, S. Sos., B.App.Com., MBA., M.Phil. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan, petunjuk, kritik, saran, dan arahan dalam penelitian skripsi ini. Terimakasih atas bimbingan bapak yang senantiasa sabar menghadapi kekurangan penulis.

3. Kedua orang tua penulis, Bapak Mohamad Ribuanto dan Ibu Marliana Anjar Resmi. Selalu menjadi pendukung agar studi jenjang S1 dapat diselesaikan tepat pada waktunya.
4. Kepada kakak kandung, Agung Indra Mulya dan Rosalina Permata Mulya, yang selalu mendukung proses pengerjaan, membantu penulis saat menghadapi masalah.
5. Agung Nur Irfan, sebagai “Head of Sales Operation Development” perusahaan yang mengizinkan untuk meneliti perusahaan eFishery. Membantu dalam mendapatkan data, sehingga penelitian ini dapat selesai tepat pada waktunya.
6. Para sahabat, Nadhif Qinthara Agustian, Giancelo Al-Huseuin, Bimo Satrio Laksono, Fikri Daffa Chandrika, Gezi Virgi Aditya, Rizky Rowi Indana yang selalu memberi semangat dan membantu setiap keadaan di kampus atau pun di luar kampus.
7. Sahabat sejak SMA Dhifan Fauzan Rinaldi, Abieza Syamsu, Azizi Alsyahni, dan M. Ghifari Indrawan yang selalu menyemangati untuk lulus tepat pada waktunya.
8. Dan seluruh pihak yang mendukung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, namun tidak dapat saya sebutkan satu-satu.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu saya menerima kritik dan saran yang diberikan. Setiap kritik dan saran yang diberikan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan dimasa mendatang. Akhir kata saya mengucapkan terimakasih , diharapkan skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca.

Bandung, 03 Januari 2022

Anton Satria Mulya

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH.....	4
1.3 PERTANYAAN PENELITIAN	5
1.4 TUJUAN PENELITIAN.....	6
1.5 KEGUNAAN PENELITIAN.....	6
1.6 SISTEMATIKA PENELITIAN.....	7
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN & METODOLOGI	9
2.1 REVENUE CYCLE IN ACCOUNTING SYSTEM	9
2.1.1 Aktivitas Utama dalam Siklus Pendapatan	9
2.2 CRM – CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT	11
2.2.1 Jenis CRM.....	13
2.3 ODOO	16
2.4 SISTEM INFORMASI	18
2.4.1 Aktivitas Sistem Informasi.....	20
2.4.2 Analisis Sistem.....	21
2.4.3 Rancangan Sistem	21

2.4.4 Sistem Informasi CRM	22
2.4.5 Segmentation, Targeting, Positioning	22
2.5 PENELITIAN	24
2.6 JENIS PENELITIAN	24
2.7 SUMBER DATA	25
2.8 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	25
2.8.1 Wawancara.....	25
2.8.2 Studi Dokumen.....	26
2.8.3 Observasi.....	26
2.9 SISTEM DESIGN.....	26
2.10 BPMN	27
2.11 EXCEL.....	29
2.12 KERANGKA ANALISIS	30
BAB III PEMBAHASAN.....	32
3.1 PROFIL PERUSAHAAN	32
3.2 PROSES BISNIS	34
a. Pengisian Data Kabayan oleh PSOE (bisa bersama team ekspansi)	38
b. Pengajuan	39
c. Penandatanganan.....	40
3.2.3 TPS – Transaction Process System	40
3.2.4 MIS – Management Information System.....	41
3.2.5 Sales Order Entry	44
3.2.6 Customer Profilling.....	46

3.3 ANALISIS PERANCANGAN SISTEM ODOO	50
3.3.2 Use Case.....	50
3.4 IMPLEMENTASI ODOO	51
3.5 TANTANGAN PERUSAHAAN.....	55
3.6 SOLUSI BISNIS	61
3.7 TANGGAPAN PEMIMPIN	62
3.7.1 Manajemen.....	62
3.7.2 Organisasi.....	62
3.7.3 Teknologi	63
3.7.4 Sistem Informasi	63
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	64
4.1 KESIMPULAN.....	64
4.2 SARAN	67
DAFTAR PUSTAKA	x

DAFTAR TABEL

table II-1 (Type CRM)	14
Table II-2 (Kerangka Analisa Variabel)	30 - 31
Table III-1 (Indikator Perusahaan)	33
Table III-2 (Grafik Table Transaksi)	49
Table III-3 (Siklus Pembayaran)	56
Table III-4 (Program Perusahaan)	57
Table III-5 (Aplikasi Perusahaan)	58

DAFTAR GAMBAR

gambar II-1 (Kepuasan Pelanggan eFishery)	12
gambar II-2 (Proses Transaksi)	19
gambar II-3 (Histori Transaksi)	20
gambar II-4 (Proses Bisnis)	28
gambar III-1 (Proses Kerja Perusahaan)	37
Gambar III-2 (Pendaftaran Aplikasi)	38
Gambar III-3 (Dokumen Pendaftaran)	39
Gambar III-4 (Pengisian Aktivasi Log-In)	41
Gambar III-5 (Aplikasi Perusahaan Memasukkan Order)	44
Gambar III-6 (Surat Jalan Transaksi)	45
Gambar III-7 (Identifikasi Aktor)	50
Gambar III-8 (Halaman Odoo Customer)	52
Gambar III-9 (Halaman Odoo Draft)	52
Gambar III-10 (Halaman Odoo Invoice)	53
Gambar III-11 (Halaman Odoo Payment)	53
Gambar III-12 (Halaman Odoo Credits)	54

Gambar III-13 (Halaman Odoo Pelunasan) 55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran IV-1 (Hasil Uji Validitas – Bekerja di Perusahaan) 68

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kementerian Kelautan dan Perikanan (KPP) memprediksi bahwa memperkirakan sektor target produksi perikanan budidaya sekitar 19,47 juta ton tahun 2021 ini yang terdiri dari ikan sebesar 7,92 juta ton dan rumput laut 11,55 juta ton, naik 1,03 juta ton dari target produksi tahun 2020 sebanyak 18,44 juta ton (Dirjen, 2021). Faktanya, tingkat konsumsi ikan terus meningkat sebesar 21,9% dengan adanya produk ikan konsumsi segar sebesar 76% (Yonvitner, 2020). Sementara, adanya hal yang diperparah oleh pandemi Covid-19 ini yang menyebabkan terhentinya transaksi perdagangan akibat perkembangan dan penanganan wabah secara total untuk menghentikan penyebaran virus, dampak wabah yang diperkirakan berlangsung lama. Akibatnya, potensi dan ekonomi perikanan para petani juga dapat berlangsung lama untuk menumbuhkan para budidaya perikanan mereka. Pemerintah harus mencari terobosan baru untuk mendorong eksistensi perikanan. Dorongan itu tentunya akan memperkuat para petani pembudidaya saing local. (Yonvitner, 2020)

Untuk mengatasi masalah tersebut para pembudidaya ikan dan udang dapat

menjual serta mendistribusikannya dengan baik hingga sampai ke masyarakat, dan juga mendanai untuk pakan agar mereka bisa terus berproduksi membudidayakan ikan. Solusi tersebut berasal dari salah satu perusahaan *startup* di Indonesia yang mengkombinasikan dengan teknologi *Internet of Things (IoT)* yaitu “eFishery”. eFishery berlokasi pusat di kota Bandung lebih tepatnya di Jl. Bukit Pakar Timur IV Kav. B1, Kelurahan Ciburial, Kecamatan Cimenyann, Bandung, Jawa Barat, 40198. Lalu solusi yang dibuat bermula dengan melihat permasalahan yang dihadapi oleh para petani pembudidaya ikan yaitu penyakit pada ikan, masalah pemberian pakan yang tidak efisien dan harga pakan yang mahal sehingga pembudidaya ikan sulit untuk berkembang.

Mulai dari hulu, eFishery menyediakan bisnis *eFisheryFeeder* dimana *feeder* ini merupakan alat untuk pemberian pakan ikan secara otomatis agar mempermudah petani untuk memantau dan menjadwalkan pemberian pakan yang dapat terukur dan teratur hanya dengan menggunakan aplikasi pada ponsel jaman sekarang. Sistem penjualan *feeder* ini dapat dibeli secara langsung ataupun disewakan dalam per bulan, sehingga dengan sistem penjualan ini lebih aman di kantong bagi para petani pembudidaya ikan. Lalu eFishery mulai mengembangkan produknya bernama *eFisheryFeed*, *eFisheryFund*, dan *eFisheryFresh*.

Melalui *eFisheryFeed* mereka sudah bekerjasama dengan berbagai merek pakan ikan dan untuk mendistribusikan pakan yang lebih mudah. Para pembudidaya dapat

menyesuaikan pakan yang sesuai dengan kebutuhan karena merek pakan yang tersedia sangat variatif dan juga dapat memperoleh pakan dengan harga yang kompetitif.

eFisheryFund pun muncul dari keresahan para petani pembudidaya ikan karena sulitnya pembiayaan/finansial dari berbagai lembaga keuangan yang ada. *eFisheryFund* menghubungkan pembudidaya ikan secara langsung dengan lembaga keuangan untuk meningkatkan akses mereka terhadap pendanaan. Komponen utama *eFisheryFund* adalah eFisheryKabayan (Kasih, Bayar, Nanti) yang sistemnya serupa dengan sistem paylater. Karena sekitar 80% dari biaya produksi dihabiskan untuk pembelian pakan, dengan ini pembudidaya dapat terbantu dalam pengelolaan biaya pakan.

Untuk mendukung layanan ke hilir, eFishery mempunyai divisi khusus untuk mengelola pelanggan. Namun, pada aktivitasnya masih sangat sederhana dan belum sepenuhnya mengusung konsep *Revenue Cycle* dan CRM. Untuk mempertahankan pelanggan dan peningkatan penjualan beserta meng-optimalkan pembayaran sistem KABAYAN (Kasih Bayar Nanti), perusahaan telah berusaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan membuat hubungan dengan cara penghubungan pelanggan secara rutin. Dengan begitu dapat dipastikan bahwa perusahaan menghubungi pelanggan yang tepat atau tidak. Secara acak berdasarkan histori dari transaksi mereka dalam menghubungi para pelanggan eFishery. Dalam hal ini

persediaan barang, perusahaan hanya memastikan agar tidak kosong dan proses lancar untuk kebutuhan pelanggannya. Maka dari itu perusahaan belum benar-benar dapat mengidentifikasi apa yang diinginkan dan diperlukan oleh pelanggan. Jika hal itu dapat dilakukan, lebih mudah untuk perusahaan melakukan pendekatan terhadap pelanggannya.

Perusahaan juga dapat meningkatkan kegiatan pemasaran mereka dan juga penjualan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk ataupun jasa yang diberikan. Meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk dan juga program KABAYAN mereka, dapat mendukung aktivitas *Revenue Cycle* dan CRM lainnya, TPS dan MIS.

Penelitian yang dilakukan saat ini, akan berfokus terhadap (1) pemenuhan kebutuhan pelanggan mereka. Tentunya perusahaan harus (2) dapat mengetahui, siapa yang termasuk sebagai kategori pelanggan mereka, dengan begitu mereka lebih mudah untuk dapat mengetahui pemenuhan kebutuhan siapa, kapan dan seberapa banyak.

1.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan yang dihadapi oleh eFishery yaitu perusahaan tidak mengetahui secara pasti data-data dari pelanggan dikategorikan berdasarkan apa saja yang

dihasilkan dari *Revenue Cycle* dengan siklus pendapatan untuk serangkaian bisnis dengan kegiatan pemrosesan informasi yang terus-menerus menyediakan barang dan jasa untuk pelanggan juga mengumpulkan uang tunai sebagai pembayaran dari penjualan. Dari siklus pendapatan untuk menyediakn produknya yang tepat dan waktu yang tepat dengan harga yang teapat, yang bertujuan barang apa saja dan sebanyak apa yang dibutuhkan oleh pelanggan baik untuk petani hingga ke masyarakat, dalam waktu- waktu tertentu. Sistem yang dipakai untuk mengkatagorikan, dan membuat pemahaman dasar mengenai CRM untuk pendekatan *Customer Profile* beserta meningkatkan penjualan.

Perusahaan mengharapkan pengelolaan lebih terkoordinir, juga membutuhkan sistem yang dapat mengintegrasikan informasi yang mereka dapatkan tentang pelanggan mereka. Informasi tersebut akan dapat digunakan untuk pendekatan dan pemenuhan perusahaan ataupun kebutuhan pelanggannya.

“Bagaimana mengoptimalkan penjualan perusahaan dengan menggunakan metode *Revnue Cycle* dan pemetaan customer model bisnis eFishery dari data saat ini dengan meningkatkan hubungan pelanggan memakai *Customer Relationship Management (CRM)*”.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Perusahaan diharapkan bahwa dapat melakukan pengelolaan CRM untuk

meningkatkan hubungan dengan pelanggan, dan memperbesar jualan kembali. Sehingga dengan memakai CRM dan *Revenue Cycle* untuk jadi dasar pengelompokan pelanggan, karena sumber daya yang dimiliki perusahaan terbatas, untuk memaksimalkan sumberdaya yang ada perusahaan dapat melakukan aktivitas pengelolaan terhadap pelanggan, sehingga pemenuhan kebutuhan pelanggan sesuai dengan kelompoknya. Bagaimana rancangan sistem untuk dapat membantu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggannya?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu:

Mengetahui peta model bisnis eFishery untuk meningkatkan hubungan pelanggan memakai pendekatan *Customer Relation Management (CRM)* dan dengan menggunakan metode *Revenue Cycle*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Dapat menjadikan pengetahuan dan meningkatkan wawasan yang peneliti akan melakukan kegiatan operasional terhadap aktivitasnya. Peneliti juga dapat meningkatkan softskill dengan berinteraksi kepada seluruh karyawan. Peneliti juga

mengembangkan *hardskill* dalam menentukan masalah, menganalisis, mengobservasi, hingga memberikan rekomendasi atau solusi dari masalah yang ada. Penelitian ini adalah kesempatan secara nyata, bagaimana proses bisnis terjadi, terutama pada bagian operasional.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini data membantu memberikan solusi pada perusahaan dan memberi sedikit gambaran hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan mengelola dan meningkatkan perusahaan terus menjadi lebih baik lagi.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan bagi yang membaca khususnya dalam bidang sector perikanan dalam metode *Revenue Cycle – accounting system*.

1.6 Sistematika Penelitian

BAB 1 : PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang perusahaan, apa saja masalah yang ada di dalam perusahaan, serta bagaimana cara ingin menyelesaikan masalah tersebut. Sehingga tercipta tujuan dan manfaat dari penilitan ini.

BAB 2 : TEORI, METODE & OBJEK PENELITIAN

Berisi teori yang melandaskan penelitian ini dibuat. Teori tersebut sesuai dengan tujuan dan masalah yang ada. Yang dapat berkesinambungan dengan perihal yang ada pada perusahaan tersebut.

Menunjukkan bagaimana cara penelitian ini dibuat, dan metode apa yang dipilih Bagaimana cara pengumpulan data dan Analisa yang akan dibuat dalam penelitian ini.

Objek penelitian membahas tentang perusahaan yang akan diteliti oleh peneliti.

Bagaimana sstruktur organisasi dan keadaan-keadaan dalam perusahaan tersebut.

BAB 3 : PEMBAHASAN

Membahas tentang penelitian yang telah dilakukan. Pembahasan ini menggunakan landasan teori dan metode yang telah ditulis pada bab 2.

BAB 4 : KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan saran dari hasil pembahassan. Apasaja saran-saran bagi perusahaan yang dapat dimanfaatkan. Serta saran-saran yang dapat berguna untuk penelitian selanjutnya.