

# ANALISIS IMPLEMENTASI APLIKASI MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN, STUDI KASUS PT NCI

Rusmanto

Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri  
Depok, Jawa Barat, Indonesia  
Telepon (021) 7874226  
e-Mail : rusmanto@nurulfikri.ac.id

## ABSTRAK

*Manajemen hubungan pelanggan yang baik dibutuhkan bagian pemasaran perusahaan, termasuk perusahaan jasa pelatihan. Pemanfaatan teknologi informasi untuk manajemen hubungan pelanggan menjadi penting karena ketersediaan internet dan produk teknologi informasi lainnya untuk komunikasi pemasaran saat ini sangat luas. SugarCRM sebagai aplikasi sistem informasi manajemen hubungan pelanggan telah diimplementasikan dengan baik di berbagai perusahaan dunia dan diimplementasikan pula di perusahaan jasa di Indonesia. Analisis dilakukan untuk mengetahui manfaat SugarCRM di perusahaan jasa pelatihan dengan studi kasus PT NCI. Perusahaan yang sebelumnya hanya menggunakan aplikasi perkantoran umum dalam mengelola data pelanggan secara manual untuk melayani dan menjaga kesetiaan pelanggan terbukti menjadi lebih baik setelah menggunakan aplikasi SugarCRM sebagai sistem informasi pemasaran untuk manajemen hubungan pelanggan. Beberapa peningkatan kinerja bagian pemasaran itu antara lain menjadi lebih mudah dalam mengumpulkan dan mengakses data pelanggan, memahami harapan dan keinginan pelanggan, serta memberikan layanan kepada pelanggan, dengan harapan meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan pemasukan serta keuntungan perusahaan. Masih ditemukan beberapa kekurangan yang perlu dilakukan penelitian lebih lanjut. Penelitian lebih lanjut juga diperlukan antara lain untuk membandingkan SugarCRM dengan aplikasi sejenis lainnya.*

*Kata Kunci : manajemen hubungan pelanggan, pemasaran, sugarcrm*

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Penggunaan perangkat lunak komputer untuk mengelola pelanggan atau CRM (*Customer Relationship Management*) telah menjadi kebutuhan banyak perusahaan, salah satunya untuk mengatasi masalah manajemen hubungan pelanggan yang dialami oleh PT NCI (Nurulfikri Cipta Inovasi). Di satu sisi PT NCI sangat membutuhkan perangkat lunak yang membuat pekerjaan bagian pemasaran menjadi lebih efektif, tapi di sisi lain PT NCI tidak mampu mengadakan aplikasi CRM yang komersial.

Salah satu aplikasi CRM yang telah dipilih banyak perusahaan namun tidak membutuhkan biaya mahal untuk mendapatkannya adalah SugarCRM, karena lisensi SugarCRM open source atau free software, yang tidak memerlukan biaya lisensi untuk menggunakannya dan memodifikasinya agar sesuai kebutuhan perusahaan. Diperlukan penelitian dengan analisis mendalam untuk kasus perusahaan jasa pelatihan seperti PT NCI.

### 1.2 Rumusan Masalah

Jika masalah biaya dapat teratasi dengan penggunaan produk perangkat lunak free/open source (bebas/kode

terbuka) SugarCRM, maka salah satu masalah dalam implementasi sistem informasi berbasis komputer dengan SugarCRM adalah keragu-raguan, apakah sistem SugarCRM ini mampu meningkatkan kinerja bagian pemasaran, khususnya yang berurusan membangun hubungan pelanggan, dibandingkan sebelum menggunakan sistem SugarCRM ini. Perusahaan juga ingin tahu manfaat apa saja dari SugarCRM yang tidak didapatkan ketika masih menggunakan cara manual seperti yang dilakukan bagian pemasaran PT NCI.

### 1.3 Tujuan

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan jawaban masalah apakah ada manfaat dari berbagai sisi perusahaan dalam mengelola data pelanggan menjadi sistem informasi manajemen hubungan pelanggan, tidak hanya terkait pelanggan lama, namun juga calon pelanggan, sehingga bagian pemasaran perusahaan menjadi lebih mudah dalam mengumpulkan dan mengakses data pelanggan, memahami harapan dan keinginan pelanggan, serta memberikan layanan kepada pelanggan, dengan harapan meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan pemasukan serta keuntungan perusahaan. Hasil analisis implementasi aplikasi SugarCRM diharapkan mampu memberikan keyakinan kepada perusahaan untuk lebih

meningkatkan atau mengoptimalkan penggunaan SugarCRM.

#### 1.4 Ruang Lingkup dan Batasan

Analisis implementasi aplikasi SugarCRM ini hanya untuk studi kasus di PT NCI sebagai perusahaan kecil dan menengah atau UKM, dengan jumlah data pelanggan yang diujicobakan sedikit. Penelitian tidak membandingkan SugarCRM dengan aplikasi manajemen hubungan pelanggan lainnya, dengan asumsi berdasarkan pustaka bahwa SugarCRM sudah berhasil digunakan oleh banyak perusahaan dalam waktu yang panjang untuk meningkatkan layanan terhadap pelanggan sehingga meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan. Penelitian deskriptif ini tidak mencakup tingkat kepuasan pelanggan dan kenaikan penjualan dan keuntungan perusahaan setelah menggunakan SugarCRM.

## 2. TELAAH PUSTAKA

### 2.1 Customer Relationship Management

Manajemen hubungan pelanggan atau CRM (Customer Relationship Management) adalah proses hati-hati mengelola informasi yang rinci tentang pelanggan dan semua informasi yang bersentuhan dengan pelanggan untuk memaksimalkan loyalitas pelanggan [1].

CRM dibangun berbasis data pelanggan dan difasilitasi oleh aplikasi teknologi informasi. CRM merupakan alat untuk mengeksplorasi data pelanggan yang didukung oleh berbagai titik komunikasi di perusahaan dan menghasilkan berbagai sudut pandang pelanggan terhadap perusahaan. CRM juga merupakan contoh pemasaran hubungan pelanggan yang bertujuan menjaga pelanggan, membangun hubungan yang langgeng dengan pelanggan, dan memaksimalkan nilai pelanggan terhadap perusahaan [2].

Dari beberapa definisi di atas dapat dirumuskan bahwa penerapan CRM antara lain bertujuan agar perusahaan menjadi lebih baik dalam mendapatkan data pelanggan, mempertahankan pelanggan, dan meningkatkan kesetiaan pelanggan. Penerapan CRM antara lain dengan cara mengumpulkan segala bentuk data dan informasi terkait pelanggan melalui telepon, email, web, seminar, pameran, masukan dari hasil pembicaraan dengan staf sales dan pemasaran, dan lain-lain.

Berikut ini rangkuman berbagai hasil analisis dan pendapat yang dirilis CRM Outsiders melalui laman web [sugarcrm.com/whitepapers](http://sugarcrm.com/whitepapers) [3]. Fungsi dari CRM antara lain untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang penting bagi pelanggan, mengusung pemasaran berorientasi pelanggan, mengadopsi pengukuran berdasarkan sudut pandang pelanggan, membangun proses ujung keujung dalam melayani pelanggan,

menyediakan dukungan pelanggan yang sempurna, menangani keluhan pelanggan, mencatat dan mengikuti semua aspek dalam penjualan, dan membuat informasi lengkap tentang layanan dan penjualan dari yang diharapkan pelanggan.

### 2.2 SugarCRM

SugarCRM adalah pemimpin penyedia aplikasi komersial kelas dunia untuk aplikasi manajemen hubungan pelanggan (*Customer Relationship Management/CRM*) dan yang terbaik di lingkungan *Open Source*. SugarCRM dapat digunakan oleh berbagai ukuran perusahaan, dari perusahaan kecil hingga perusahaan besar. Dalam pengembangannya SugarCRM melibatkan banyak narasumber dari mulai operator pengguna aplikasi CRM, para pelanggan, pengembang, dan para ahli yang menyatukan kebutuhannya, opini, serta pengalaman kedalam solusi SugarCRM. SugarCRM dapat dengan mudah beradaptasi pada berbagai lingkungan bisnis dengan menawarkan banyak fleksibilitas, alternatif biaya yang murah, hingga ke solusi *proprietary* atau berbayar. Arsitektur *Open Source* SugarCRM memungkinkan setiap perusahaan dengan mudah mengubah atau menyesuaikan dan mengintegrasikan bisnis proses pelanggan demi mencapai tujuan membangun dan memelihara hubungan pelanggan yang lebih menguntungkan [1].

Dengan contoh aplikasi SugarCRM, maka CRM dapat disebut sebagai istilah teknologi informasi untuk metode, strategi, perangkat lunak, dan aplikasi berbasis web yang mampu membantu sebuah perusahaan untuk mengelola hubungan dengan pelanggan.

Sesuai informasi yang tersedia dari beberapa dokumen yang diterbitkan CRM Outsiders [2] dapat dibuat rangkuman beberapa aktifitas utama dari konsep CRM yang terdapat dalam SugarCRM, antara lain sebagai berikut.

1. Membangun database pelanggan yang kuat. Database pelanggan adalah kunci utama dan aset berharga bagi suatu perusahaan. Setiap perusahaan mempunyai strategi tersendiri untuk membangun database pelanggan. Cara yang dilakukan misalnya menerbitkan kartu keanggotaan, kartu diskon, kartu garansi yang harus diisi lengkap oleh pelanggan, dan sebagainya.
2. Membuat profil dari setiap pelanggan. Ini menjadi bagian dari segmentasi pelanggan yang sudah dilakukan perusahaan. Profil pelanggan ini menyangkut aktifitas yang dilakukan pelanggan terkait penggunaan produk atau layanan perusahaan misalnya layanan purna jual, garansi, dan sebagainya.

3. Analisis laba dari setiap pelanggan. Ada dua hal yang menjadi bahan analisis yaitu pemasukan yang dihasilkan dari setiap pelanggan dan biaya yang harus dikeluarkan untuk melayani pelanggan. Aspek pemasukan meliputi penggunaan produk/layanan, memproyeksikan berapa banyak produk/layanan tersebut di masa mendatang, peluang produk/layanan lainnya. Aspek biaya meliputi biaya mendapatkan data pelanggan dan biaya yang hilang (*opportunity cost*) karena melayani pelanggan.
4. Interaksi dengan pelanggan yang lebih dapat dijadikan target dan disesuaikan dengan kebutuhan.

Dengan profil yang jelas maka lebih mudah melihat kebutuhan yang berbeda dari setiap pelanggan. Perusahaan juga dapat memberikan komunikasi pemasaran yang terpadu yang lebih personal dan targeted. Pertimbangan jangka panjangnya adalah bagaimana hal tersebut menciptakan loyalitas pelanggan terhadap penggunaan produk dan layanan perusahaan.

SugarCRM berisi beberapa modul, setiap modul mewakili fungsi-fungsi seperti *Account*, *Activity*, *Leads*, *Opportunity*, dan lain-lain. SugarCRM juga telah memungkinkan pengguna untuk mengambil *feed* atau informasi secara langsung dari layanan jejaring sosial seperti Facebook dan lain-lain. Hal ini dikonsepsikan untuk menjadikan semua proses mengelola pelanggan menjadi lebih efektif dan efisien. Aplikasi SugarCRM yang berbasis web mudah diakses oleh pengguna untuk membawa informasi pelanggan ke dalam SugarCRM.

Secara lebih dalam lagi, berikut ini tiap modul yang terdapat dalam SugarCRM.

#### 1. Modul Account

Modul Account untuk menciptakan dan mengelola akun pelanggan yaitu nama pelanggan perusahaan dan informasi yang terkait dengan perusahaan tersebut. Modul ini berisi data pelanggan secara korporasi, sehingga nama account diisi dengan nama perusahaan, alamat, nomor telepon, email, dan lain-lain.

#### 2. Modul Contact

Modul Contact berisi data alamat, email, nomor telepon, tanggal ulang tahun, bersedia ditelepon atau tidak, tanggal data dibuat, tanggal data dimodifikasi, dan lain-lain. Contact berfungsi untuk mengetahui "personal in charge" dari setiap akun perusahaan. Di dalam tabel isian Contact terdapat kotak Account yang berfungsi untuk mengaitkan Contact dengan Account sehingga dapat dipilih, karena Contact dan Account saling terintegrasi.

#### 3. Modul Activity

Befungsi untuk mengatur jadwal menelepon pelanggan, jadwal rapat atau jadwal tugas yang harus dilakukan.

#### 4. Modul Leads

Digunakan untuk mengelola data tentang Sales Leads, yaitu data calon pelanggan yang didapat dari iklan atau promosi bisnis yang ditawarkan.

#### 5. Modul Opportunity

Befungsi untuk mengetahui peluang keuntungan atau laba yang akan didapatkan dari pelanggan.

#### 6. Modul Campaign

Berfungsi untuk mengelola iklan dari divisi pemasaran. Pengguna dapat mengaktifkan jadwal iklan, misal iklan via email dapat dilakukan pada tengah malam ketika jalur internet sedang longgar. Iklan dilakukan secara otomatis oleh sistem aplikasi SugarCRM.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus deskriptif dengan mengimplementasikan aplikasi SugarCRM pada PT NCI. Langkah pertama mendeskripsikan Manajemen Hubungan Pelanggan di PT NCI. Langkah kedua mengimplementasikan SugarCRM pada PT NCI.

#### 3.1 Manajemen Hubungan Pelanggan PT NCI

PT Nurulfikri Cipta Inovasi (disingkat PT NCI) adalah perusahaan di bidang jasa teknologi informasi. Salah satu layanan yang paling utama disediakan PT NCI adalah pelatihan terkait teknologi informasi untuk perusahaan, institusi pemerintah, institusi pendidikan, dan lembaga swadaya masyarakat. PT NCI berdomisili di Depok, Jawa Barat, Indonesia.

PT NCI yang dikenal secara luas sebagai NF Computer telah dirintis sejak tahun 1994. PT NCI, yang ditempa pengalaman hampir dua dasawarsa, dikenal luas dan diakui sebagai penyedia jasa solusi TI terutama di bidang Linux dan solusi-solusi Open Source.

PT NCI melayani solusi terpadu mulai dari migrasi sistem operasi dan aplikasi, dukungan sistem, pendampingan, pelatihan dan sertifikasi TI. PT NCI juga dapat membantu pelanggan untuk solusi terbaik dalam berbagai platform dan teknologi, tidak terbatas kepada teknologi Open Source saja.

Visi PT NCI adalah menjadi penyedia layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang berkualitas dan terpercaya di Indonesia dengan standar kelas dunia. Misi PT NCI adalah memberikan pelayanan terbaik, tepat guna dan profesional bagi perusahaan, institusi dan organisasi.

PT NCI memberikan kompetensi terbaik untuk SDM perusahaan, sebab pekerja yang berpengetahuan dan kompeten adalah aset penting perusahaan. Berikan pelatihan terbaik dan terpercaya. Jadikan pelatihan TI sebagai sarana pendampingan dan pengembangan SDM. Temukan bagaimana SDM menjadi keluarga sebenarnya.

Berikut ini beberapa jasa yang disediakan PT NCI di bidang pelatihan:

- Pelatihan Linux
- Pelatihan Jaringan Komputer
- Pelatihan Pemrograman
- Pelatihan Basis Data
- Pelatihan Desktop
- Pelatihan Produk Aplikasi Manajemen
- Pelatihan Produk Aplikasi Open Source
- Pelatihan Desain Grafis Multimedia dan Desain Teknik
- Pelatihan Peranti Keras dan Jaringan
- Pelatihan/Pendampingan SDM Pasca Migrasi Sistem
- Pelatihan dengan Spesifikasi dan Durasi Sesuai kebutuhan Klien. Kebutuhan pelanggan.
- Pusat Tes dan Sertifikasi TI

Divisi Pemasaran PT NCI bertanggung jawab terhadap manajemen hubungan pelanggan, sehingga dalam penelitian ini dijadikan studi kasus untuk implementasi SugarCRM.

### 3.2 Implementasi SugarCRM

Implementasi SugarCRM di PT NCI ini dilakukan dalam dua proses utama, yakni instalasi dan konfigurasi atau pengaturan sesuai kebutuhan organisasi pengguna. Sesuai informasi yang tersedia di laman situsnya [4], proses instalasi SugarCRM 6.5.16 yang digunakan dalam penelitian ini membutuhkan perangkat lunak aplikasi server web Apache versi 2.0.59 atau yang lebih baru, MySQL versi 5.0.37 atau yang lebih baru, dan PHP versi 5.2.5 atau yang lebih baru. Semua aplikasi itu harus sudah terkonfigurasi, misal menggunakan sistem operasi Linux yang dapat dilengkapi ketiga aplikasi tersebut sehingga membentuk sistem lengkap yang terkenal dengan nama LAMP (Linux Apache MySQL PHP). Cara lain adalah memasang XAMPP untuk memenuhi kebutuhan tersebut yang tersedia bebas untuk sistem operasi Linux dan Windows.

### Proses Instalasi SugarCRM

Langkah pertama sebelum memasuki proses instalasi adalah memastikan apakah semua software yang dibutuhkan SugarCRM telah terpasang di komputer. Jika belum, pada sistem operasi komputer tersedia program untuk menginstal Apache, PHP, dan MySQL. Sistem operasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Linux BlankOn versi 8.0 dengan aplikasi Synaptic Package Manager sebagai program bantu pemasangan paket aplikasi Apache, PHP, dan MySQL.

Berikut ini langkah-langkah instalasi SugarCRM di Linux BlankOn versi 8.0, secara manual.

1. Mengunduh berkas SugarCRM dari laman atau situs <http://www.sugarcrm.com/download>. File yang dipilih adalah versi 6.5.16 (.zip).
2. Menyimpan berkas hasil unduhan ke suatu folder, , dalam kasus ini SugarCE-6.5.16.zip disimpan ke folder atau direktori /home/rus karena penelitian dilakukan dengan nama akun pengguna rus.
3. Berkas hasil unduhan diekstrak atau diuraikan ke folder yang dijadikan oleh Apache di Linux BlankOn untuk menyimpan aplikasi web, dalam kasus ini disimpan di folder /var/www dengan perintah berikut ini:  

```
$ cd /var/www
$ sudo unzip /home/rus/SugarCE-6.5.16.zip
```
4. Perintah unzip SugarCE-6.5.16.zip akan menghasilkan direktori SugarCE-6.5.16 di bawah direktori saat menjalankan perintah unziip. Untuk memudahkan mengingat, nama direktori SugarCE-6.5.16 dapat diubah (*mv*) menjadi sugarcrm saja dengan perintah sebagai berikut.  

```
$ sudo mv SugarCE-6.5.16
sugarcrm
```
5. Kepemilikan direktori sugarcrm dan isinya diberikan kepada akun pengguna www-data atau nobody atau apache, tergantung jenis Linux yang digunakan. Implementasi di Linux BlankOn 8.0 ini menggunakan perintah sebagai berikut.  

```
$ sudo chown -R www-data sugarcrm
```
6. Membuat database untuk digunakan oleh SugarCRM:  

```
$ sudo su
# mysql -u root
```

Welcome to the MySQL monitor.  
 Commands end with ; or \g.  
 Your MySQL connection id is 1830  
 Server version: 5.5.24-7 (Debian)

Copyright (c) 2000, 2011, Oracle  
 and/or its affiliates. All rights  
 reserved.

Oracle is a registered trademark  
 of Oracle Corporation and/or its  
 affiliates. Other names may be  
 trademarks of their respective  
 owners.

Type 'help;' or '\h' for help.  
 Type '\c' to clear the current  
 input statement.

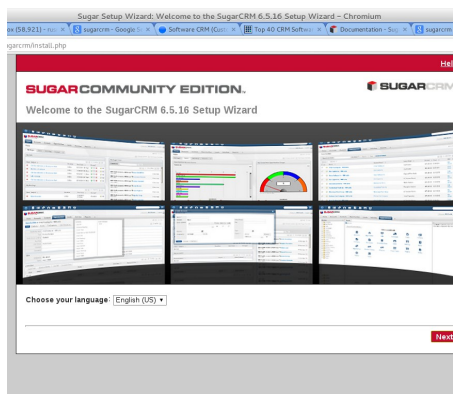
```
mysql> create database sugarcrm;
Query OK, 1 row affected (0.04
sec)
```

```
mysql> grant all privileges on
sugarcrm.* to admin@localhost
identified by 'sugar123';
Query OK, 0 rows affected (0.08
sec)
```

```
mysql> flush privileges;
Query OK, 0 rows affected (0.03
sec)
```

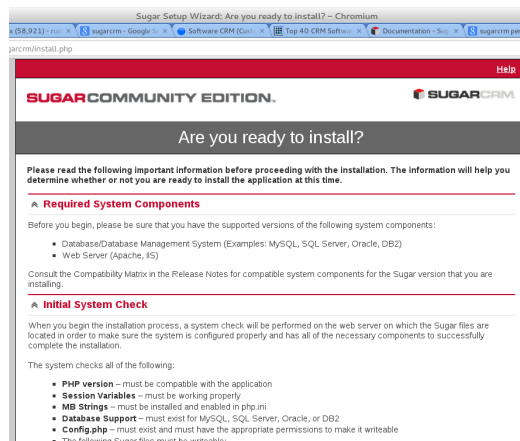
```
mysql> quit
$
```

- Proses instalasi selanjutnya dilakukan melalui browser web untuk mengakses laman web `http://localhost/sugarcrm` sehingga muncul tampilan seperti gambar 1.



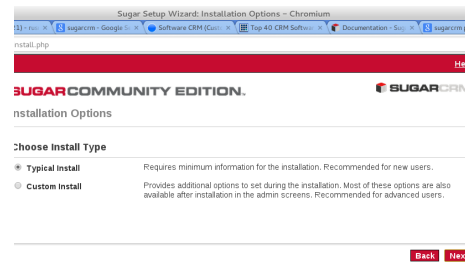
Gambar 1. Tampilan web pertama saat akan mulai menginstal SugarCRM

- SugarCRM akan mengecek kesiapan sistem komputer, dan menampilkan hasil analisis program dalam bentuk beberapa halaman web, yang pertama seperti gambar 2. Beberapa langkah berikutnya tidak ditampilkan.



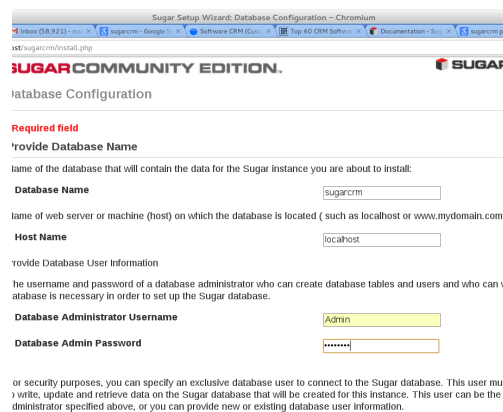
Gambar 2. Proses pengecekan sistem yang akan digunakan

- Kemudian akan masuk ke laman persetujuan lisensi. Klik "I Accept" sebagai tanda setuju. Kemudian program penginstal SugarCRM menawarkan pilihan akan dipasang secara biasa (Typical Install) atau secara khusus (Custom Install), seperti gambar 3.



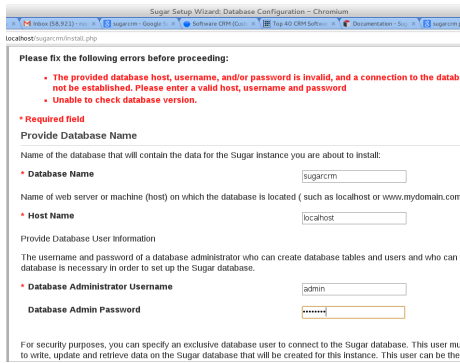
Gambar 3. Pilihan Typical Install

- Klik Next pada gambar 3 akan membawa SugarCRM memberi informasi nama database, nama komputer (Host Name), username untuk Admin atau administrator database, password Admin, dan lain-lain seperti gambar 4.



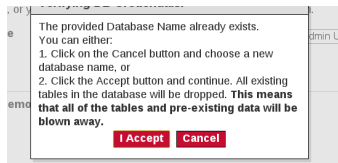
Gambar 4. Database, host name, username dan password

- Jika pengisian salah, maka akan ditampilkan pesan seperti gambar 5. Isian database (sugarcrm), username (admin), dan password harus seperti yang telah dibuat di langkah 6.



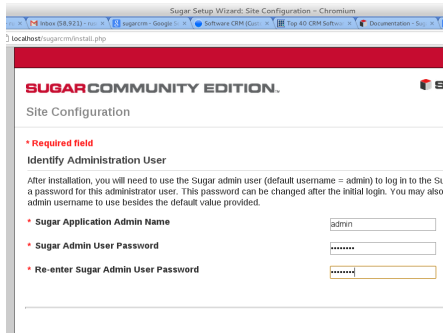
Gambar 5. Ada kesalahan mengisi data

12. Selanjutnya diminta persetujuan untuk memulai instalasi, seperti gambar 6.



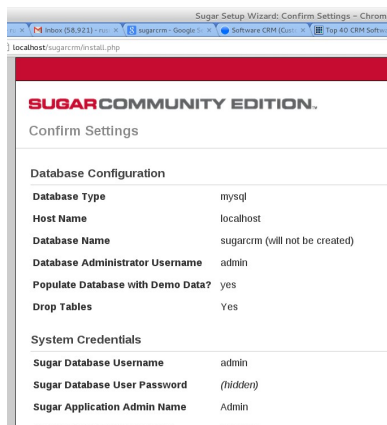
Gambar 6. Persetujuan untuk memulai instalasi

13. Berikutnya mengisi admin untuk mengelola SugarCRM seperti gambar 7. Ini bukan admin database, meskipun password boleh disamakan untuk pertama kali.



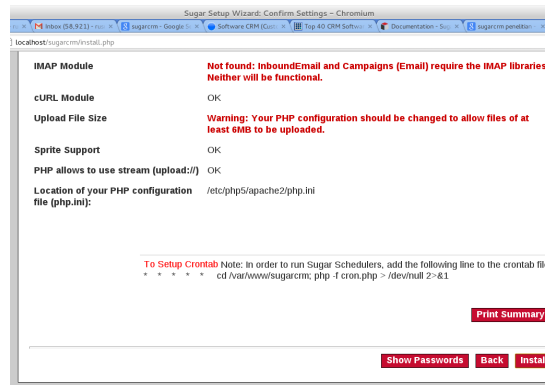
Gambar 7. Pengisian admin dan password aplikasi SugarCRM

14. SugarCRM memberikan konfirmasi berupa rangkuman konfigurasi database dan sistem yang terkait untuk dicek sebelum dilanjutkan, seperti gambar 8.



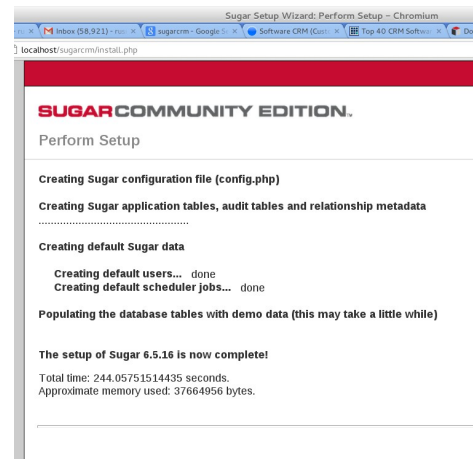
Gambar 8. Rangkuman nama database dan admin SugarCRM

15. Di bagian bawah halaman konfirmasi akan menunjukkan satu atau dua kekurangan yang tidak sangat mendesak, sehingga dapat diabaikan, yaitu fasilitas email dan ukuran file maksimum yang dapat diatasi lain waktu, seperti terlihat di gambar 9.



Gambar 9. Peringatan IMAP dan File Size yang dapat diabaikan

16. Instalasi SugarCRM dilanjutkan dengan membuat beberapa file konfigurasi dan database hingga dinyatakan selesai

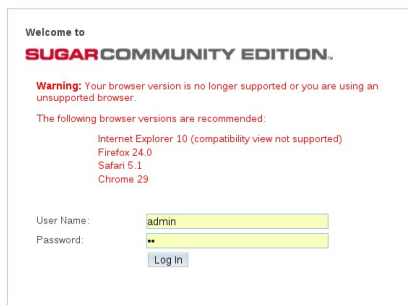


(complete) seperti terlihat di gambar 10.

Gambar 10. Instalasi tahap pertama selesai

17. Klik Next pada gambar 10 akan membuat SugarCRM melakukan proses pemasangan database. Kembali klik Next jika tidak ada masalah, sehingga pengembang SugarCRM meminta kontribusi pengguna dengan melakukan registrasi tanpa biaya, yang bisa diabaikan. Registrasi juga dapat dilakukan di lain waktu.

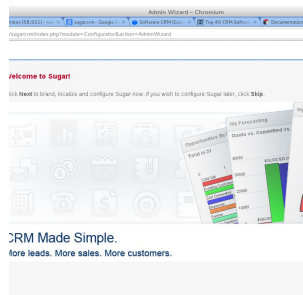
18. Lalu klik Next kembali, sehingga SugarCRM menampilkan halaman muka atau halaman login, yang artinya proses instalasi telah berakhir, seperti terlihat di gambar 11.



Gambar 11. Proses instalasi telah berakhir dan SugarCRM siap digunakan

## Proses Konfigurasi SugarCRM

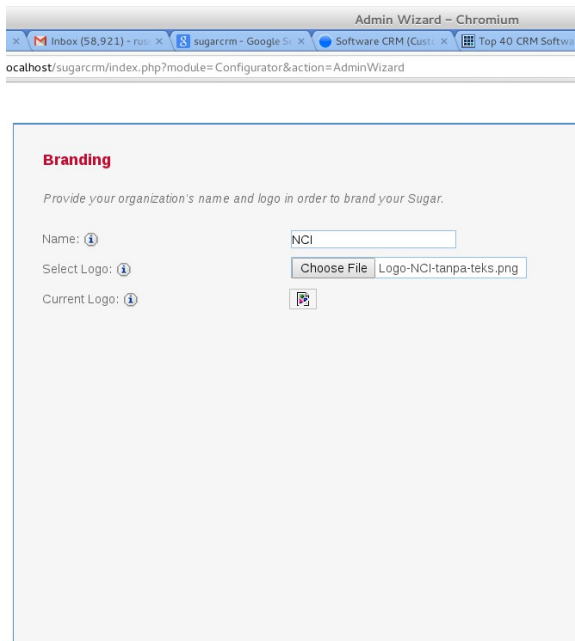
Halaman pertama setelah login sebagai admin seperti terlihat di gambar 12.



Gambar 12. Tampilan halaman setelah login

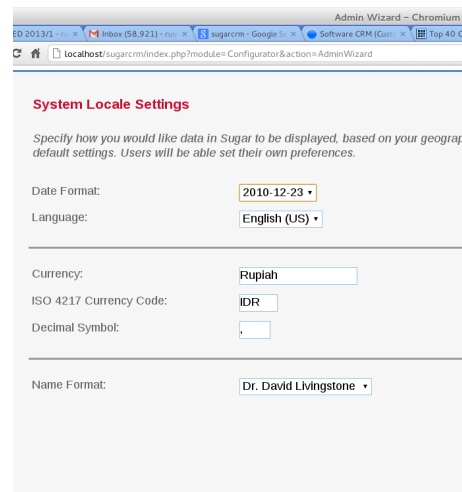
Proses mengonfigurasi SugarCRM dimulai dengan login sebagai Administrator dengan nama pengguna sebagai bawaan pada saat instalasi adalah Admin, kecuali penginstal mengubah username Admin dengan nama lain.

Informasi tentang PT NCI mulai dimasukkan melalui halaman Branding, yaitu memberi nama NCI dan memasukkan logo PT NCI, seperti terlihat di gambar 13.



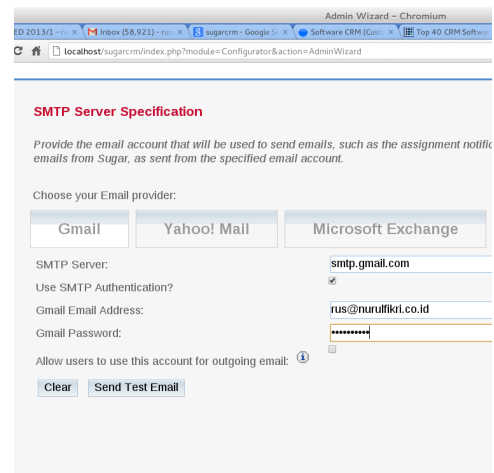
Gambar 13. Pengisian nama dan logo perusahaan

Setup SugarCRM agar sesuai dengan cara penampilan tanggal, jam, dan mata uang yang digunakan PT NCI, seperti terlihat di gambar 14.



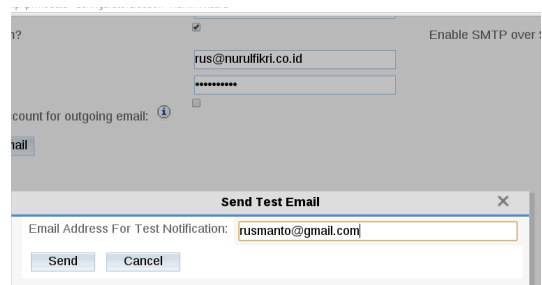
Gambar 14. Pengaturan tanggal, jam, dan mata uang

Konfigurasi email dapat dilakukan dengan mudah melalui langkah berikut ini. Tersedia beberapa pilihan pengiriman email, salah satunya melalui smtp.gmail.com, jika perusahaan memiliki akun Gmail, sehingga tidak harus memiliki server email sendiri.



Gambar 15. Konfigurasi pengiriman email

Untuk menguji apakah email berfungsi baik, disediakan pengujian dengan tes kirim ke email tertentu, seperti gambar 16.



Gambar 16. Tes kirim email



Informasi pengguna sebagai Administrator harus dimasukkan, minimal berupa alamat email, karena informasi yang membutuhkan pengiriman email terkait aktivitas pengguna ini pada SugarCRM akan dikirim oleh sistem secara otomatis ke email tersebut, seperti terlihat di gambar 17.

Gambar 17. Email yang digunakan oleh Administrator

Informasi selanjutnya adalah wilayah waktu (Time Zone) dan format detail penulisan angka uang dalam satuan rupiah (Rp), seperti terlihat di gambar 18.

Gambar 18. Wilayah waktu dan uang

Sekali lagi diminta memasukkan username dan password email yang digunakan SugarCRM untuk mengirim email ke luar.

Konfigurasi SugarCRM secara dasar selesai. Saatnya memilih aksi untuk bekerja dengan SugarCRM sebagai aplikasi manajemen hubungan pelanggan. Salah satu fasilitas yang tersedia adalah mengimpor

data dari luar sebagai sumber dan sekaligus sebagai pembelajaran, pada pilihan kedua (Import Data).

Admin dapat menambahkan pengguna, salah satu atau beberapa pegawai PT NCI di bagian pemasaran, khususnya yang menangani manajemen hubungan pelanggan, dengan memilih Create Users. Konfigurasi dapat dilanjutkan untuk memindahkan informasi yang telah dimiliki PT NCI ke dalam aplikasi SugarCRM.

#### 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dengan mengamati seluruh proses implementasi SugarCRM, aplikasi yang berbasis teknologi internet web ini dapat diakses dan digunakan oleh Bagian Pemasaran PT NCI dari dalam kantor maupun dari luar kantor. Data pelanggan lama, baru, maupun calon pelanggan dapat dimasukkan melalui berbagai jenis perangkat komputer dan sistem operasinya yang memiliki fasilitas peramban (*browser*) web.

Lisensi SugarCRM GPL, yang mengizinkan siapa saja menggunakan tanpa harus membayar royalti. Kode program SugarCRM tidak dirahasiakan sehingga disebut Open Source (sumber terbuka). Tanpa biaya royalti dan kode terbuka ini membuat SugarCRM memenuhi kriteria biaya rendah untuk digunakan dan dikembangkan lebih lanjut.

Hasil analisis dari sisi biaya lisensi dan kemampuan dimodifikasi itu menunjukkan bahwa SugarCRM dapat diperoleh dengan mudah, tanpa biaya lisensi, dan dapat dimodifikasi sendiri atau meminta bantuan pihak lain tanpa hambatan hukum dan teknologi. Pemilihan metode lebih lanjut dengan memodifikasi sendiri atau meminta bantuan ini belum dilakukan analisis dalam penelitian ini sehingga perlu ada penelitian lebih lanjut.

Bagian pemasaran PT NCI sebelum menggunakan SugarCRM menggunakan aplikasi perkantoran LibreOffice atau MS Office dan aplikasi email yang belum terintegrasi, sehingga masih dicatat dan dihitung secara manual. Proses komunikasi dengan pelanggan sebelumnya juga dilakukan manual dan tidak terekam secara sistematis. Dengan menggunakan SugarCRM ini, bagian pemasaran PT NCI mendapatkan banyak kemudahan sesuai dengan manfaat CRM yang dijelaskan dalam telaah pustaka.

Dalam uji implementasi, masih ditemukan kesulitan dalam mengakses SugarCRM dari perangkat bergerak seperti HP dan tablet, yakni lambat dalam menghasilkan tampilan. Kekurangan ini belum masuk dalam telaahan, sehingga dibutuhkan penelitian lebih lanjut yang menyangkut kemudahan dan kecepatan akses melalui perangkat bergerak.

Bagian pemasaran PT NCI belum membandingkan SugarCRM dengan aplikasi CRM lainnya, sehingga analisis penelitian ini belum dapat menunjukkan apakah SugarCRM sudah menjadi pilihan terbaik.



## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

SugarCRM terbukti cukup baik digunakan sebagai aplikasi manajemen hubungan pelanggan di organisasi umum, khususnya perusahaan skala kecil dan menengah seperti PT NCI yang dijadikan studi kasus penelitian ini. Dari sisi biaya, SugarCRM versi kode terbuka atau open source sangat murah, karena tidak membutuhkan biaya lisensi untuk menggunakan dan memodifikasinya agar sesuai kebutuhan. Keterbukaan atau ketersediaan kode program SugarCRM memungkinkan perusahaan dapat memanfaatkan tanpa hambatan biaya yang besar, tanpa hambatan teknologi, dan tanpa hambatan hukum.

Masih ditemukan kelemahan SugarCRM versi kode terbuka ini, yaitu lambat ketika diakses dari perangkat komputer bergerak seperti HP dan tablet.

### 5.2 Saran-saran

Diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengimplementasikan SugarCRM dengan meneliti dari sisi berbeda, antara lain mengonfigurasi perangkat keras dan/atau perangkat lunak untuk mengasalkan kinerja SugarCRM yang lebih baik ketika diakses melalui perangkat HP dan tablet.

Penelitian untuk membandingkan SugarCRM dengan aplikasi sejenis lainnya juga diperlukan agar perusahaan dapat memiliki lebih dari satu alternatif yang dapat dipilih untuk mengimplementasikan aplikasi CRM sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2009). Marketing Management, 13th Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- [2] Mahdi Bahrami, Mazaher Ghorbani, S. Mohammad Arabzad. (2012). Information Technology (IT) as An Improvement Tool For Customer Relationship Management (CRM) , International Conference on Leadership, Technology and Innovation Management , Procedia - Social and Behavioral Sciences 41 , Elsevier Ltd., p. 59-64.
- [3] CRM Outsiders. (2012). SugarCRM Whitepapers, [sugarcrm.com/whitepapers](http://sugarcrm.com/whitepapers), diakses terakhir pada 15 Maret 2014.
- [4] SugarCRM Inc. (2013). Linux Installation, [support.sugarcrm.com/02\\_Documentation/01\\_Sugar\\_Editions/05\\_Sugar\\_Community\\_Edition/Sugar\\_Community\\_Edition\\_6.5/Sugar\\_FastStack\\_Installation\\_Guide\\_6.5.0/03\\_Linux\\_FastStack/](http://support.sugarcrm.com/02_Documentation/01_Sugar_Editions/05_Sugar_Community_Edition/Sugar_Community_Edition_6.5/Sugar_FastStack_Installation_Guide_6.5.0/03_Linux_FastStack/), diakses terakhir pada 17 Maret 2014.
- [5] Open Source Resource Center - Pakistan Software Export Board. (2007). CMS - CRM and ERP, Open Source Training Tool Kit - Free/Open Source Software, Islamabad.