

Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Pada Toko Premium Kids Berbasis Web

Adriana Rona Masni Sihombing¹, Indra Kelana Jaya², Imelda Sri Dumayanti³
^{1,2,3}Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Methodist Indonesia

Info Artikel

Histori Artikel:

Received, Nov 18, 2022
Revised, Des 15, 2022
Accepted, Jan 11, 2023

Keywords:

CRM,
IDIC,
Penjualan,
WEB.

ABSTRAK

Saat ini *Customer Relationship Management* sangat penting untuk membina hubungan antara pelanggan serta memberikan informasi yang diberikan kepada pelanggan. Manfaat penerapan *CRM* adalah untuk membantu menjaga pelanggan yang sudah ada dan untuk mendapatkan pelanggan baru. Dalam penelitian ini penulis mengimplementasikan *CRM* dalam sebuah sistem informasi *E-Commerce* pada Toko Premium Kids berbasis *web*. Dimana saat ini Toko Premium Kids memiliki masalah banyaknya usaha yang mulai beralih secara online memberikan tantangan sendiri kepada pihak toko agar mampu bersaing dipasaran, dan toko juga kesulitan dalam melakukan komunikasi secara personal karena data pelanggan yang tidak pernah ada sebelumnya. Model *CRM* yang digunakan dalam perancangan ini adalah *IDIC*. Aplikasi ini juga dibuat dengan menggunakan bahasa pemrograman *PHP* menggunakan *MySQL*. Dengan adanya aplikasi ini diharapkan dapat memudahkan Toko Premium Kids dalam memberikan informasi kepada *customer* dan dapat meningkatkan volume pelayanan pada Toko Premium Kids.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Penulis Koresponden:

Indra Kelana Jaya
Fakultas Ilmu Komputer,
Universitas Methodist Indonesia, Medan,
Jl. Hang Tuah No.8, Medan - Sumatera Utara.
Email: indrakjs@gmail.com

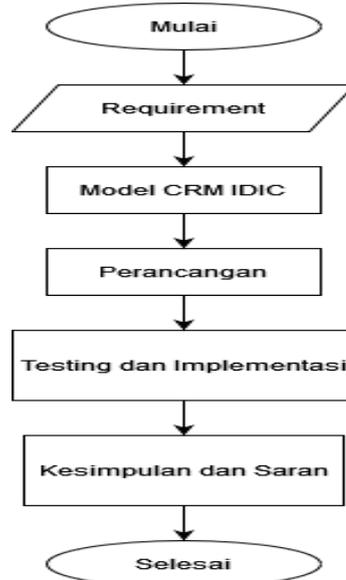
1. PENDAHULUAN

Toko Premium Kids adalah sebuah usaha dibidang penjualan pakaian untuk anak-anak. Toko Premium Kids dirintis oleh pemilik sejak 2016 dengan modal awal Rp.60.000.000 pemilik memulai usaha dengan menyewa sebuah ruko yang tiap tahunnya harus dibayar sebesar Rp.10.000.000 dan juga pemilik memperkerjakan 3 orang karyawan yang masing-masing mempunyai tugas sebagai kasir, dan karyawan biasa. Banyaknya usaha yang mulai beralih secara online memberikan tantangan sendiri kepada pihak toko agar mampu bersaing dipasaran, dan adanya keterbatasan waktu pelanggan jika datang langsung ke toko, selain itu toko juga kesulitan dalam melakukan komunikasi secara personal karena data pelanggan yang tidak pernah ada sebelumnya. Dari permasalahan diatas dibutuhkan terobosan baru yakni dengan mengimplementasikan konsep *CRM* dengan model *IDIC* kedalam bisnis penjualan ini, diharapkan dengan menerapkan model *CRM IDIC* ini dapat mengatasi permasalahan diatas [1].

Sistem informasi penjualan berbasis web yang akan dirancang pada Toko Premium Kids berfokus untuk membantu pelanggan untuk mendapatkan informasi tentang produk dan perusahaan, membantu pelanggan dalam proses pembelian, penyampaian kritik maupun saran. Menggunakan model *CRM IDIC* sebagai analisa kebutuhan dan *PHP* sebagai bahasa pemrograman dalam merancang Web[2]. Diharapkan dengan adanya web pendukung ini dapat membantu menarik calon customer baru dan membantu meningkatkan pelayanan pada toko Premium Kids[3].

2. METODE PENELITIAN

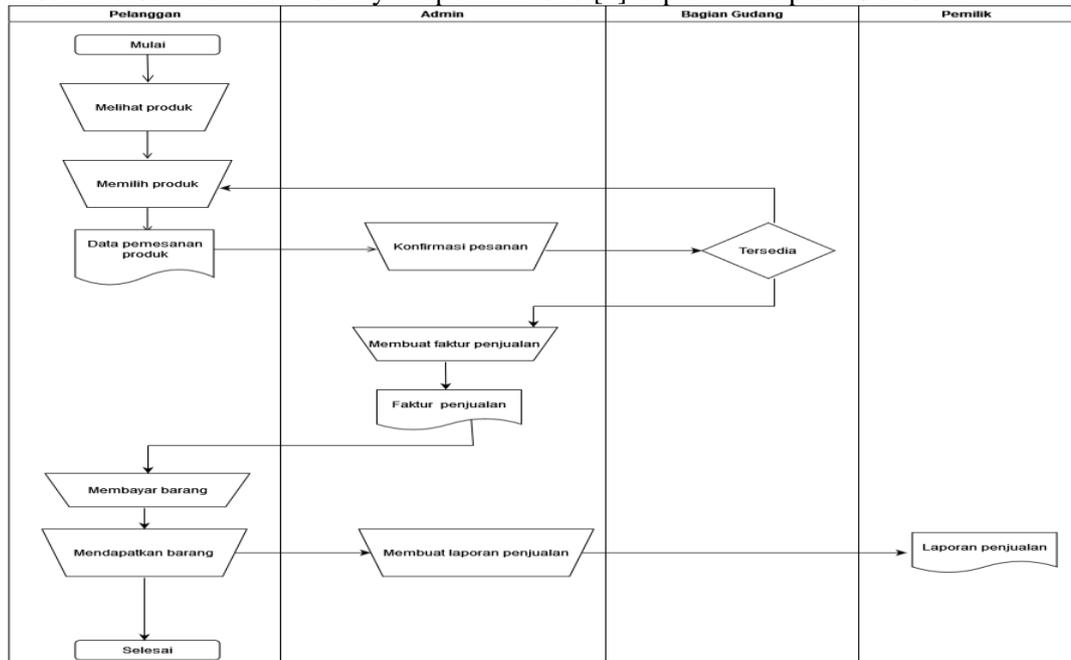
Framework penelitian di Toko Premium Kids dimulai dari tahap *requirement* hingga pengujian sistem dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. *Framework* Penelitian

1. Requirement

Tahapan ini melakukan identifikasi terhadap proses bisnis di toko premium kids yaitu pelanggan mendatangi toko secara langsung, melihat produk, memilih produk yang cocok bagi pelanggan. Pelanggan melakukan transaksi ke kasir, kasir memberikan struk pembayaran ke pelanggan, pelanggan membayar barang selanjutnya barang diterima pelanggan. Kasir mencatat hasil pembelian dibuku dan memberinya kepemilik toko [4] dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Fase Requirement

2. Model CRM IDIC

Tahapan ini merupakan pemodelan *CRM IDIC* di Toko Premium Kids [1].

a). *Identify*

Proses *identifikasi* pelanggan di Toko Premium Kids dilakukan pada saat *customer* melakukan pendaftaran/register di web dengan mengisi identitas pelanggan seperti nama lengkap pelanggan, nomor telepon, usia dan gender.

b). *Differentiate*

Proses membedakan atau mengelompokkan pelanggan potensial dengan mengetahui usia dan jenis kelamin pelanggan yang dapat dilihat dalam bentuk diagram. Dengan maksud untuk pemberian *CRM* berupa event hari ibu, dimana jika pelanggan belanja pada hari ibu pelanggan mendapatkan voucher potongan belanja berdasarkan usia ibu.

c). *Interact*

Proses *interaksi* yang di jalin toko premium kids dengan pelanggan adalah menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan serta membantu ataupun merespon keluhan, kritik maupun saran dari pelanggan terhadap pelayanan di toko. Tujuannya agar ada keterikatan pelanggan dengan produk Toko Premium Kids.

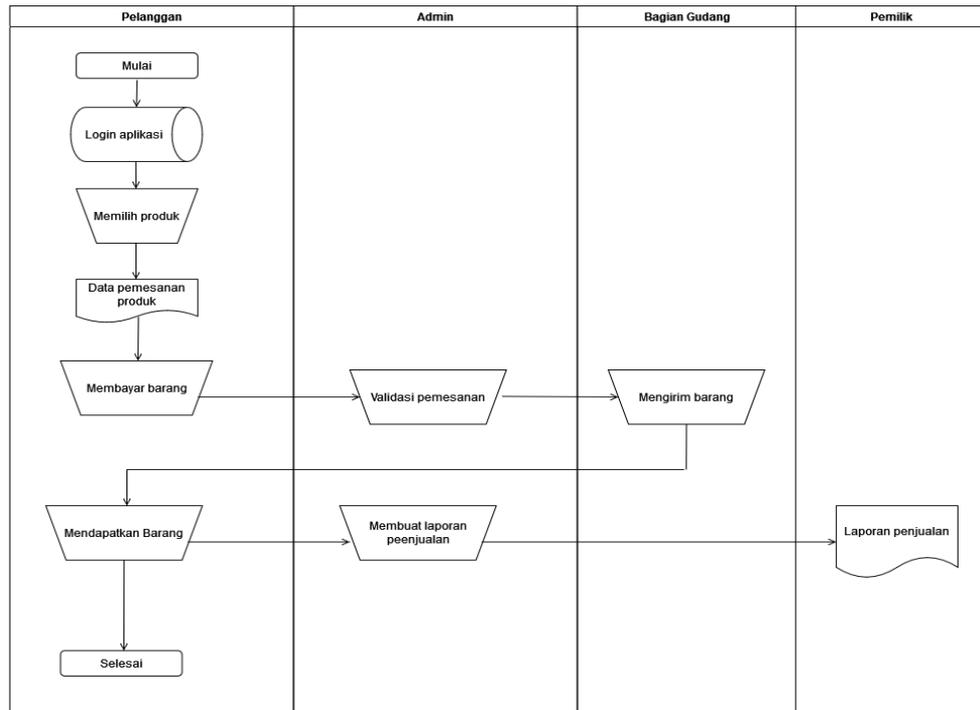
d). *Customize*

Proses *customize* terkait melakukan pendekatan dan komunikasi secara personal, seperti pemberian poin kepada pelanggan dengan ketentuan :

- 1). Jika melakukan transaksi diatas Rp. 100.000 pelanggan akan mendapatkan *point* sebesar 10% dari total belanja pelanggan.
- 2). 1 point harganya adala Rp. 1,00 (1 rupiah)
- 3). Pelanggan yang melakukan transaksi dibawah Rp. 100.000 tidak berhak mendapatkan *point*.
- 4). Pelanggan yang belanja pada hari ulangtahunnya akan mendapatkan Voucher potongan harga dari toko.
- 5). *Customer* dapat memberikan rating pada produk yang telah dibeli.

3. Perancangan

Alur sistem yang akan dirancang di Toko Premium Kids. Pelanggan mengunjungi website dan mendaftar akun terlebih dahulu, setelah terdaftar, pelanggan bisa login melihat barang/produk dan konsumen melakukan pemesanan. Admin akan mengecek sistem dengan melihat pesanan konsumen dan melakukan transaksi, serta admin akan memberikan laporan data barang ke pemilik toko. Pemilik toko akan menerima laporan data tersebut [5]dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Flowmap Sistem Usulan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi sistem pada penelitian ini merupakan penerapan *Customer Relationship Management* pada perancangan sistem berbasis web untuk penjualan pada Toko Premium Kids sehingga program atau aplikasi yang sesuai dengan tujuan pengembangan dan dapat digunakan. Implementasi sistem menjelaskan bagaimana sistem yang telah dibuat disesuaikan dengan perancangan yang telah disusun sebelumnya dan dapat berjalan sesuai dengan harapan [6].

1. Identifikasi

Proses *identifikasi* menghasilkan data pelanggan yang pernah melakukan pendaftaran/ pernah belanja di web Toko Premium Kids, data pelanggan dapat digunakan oleh pihak toko untuk mengetahui kebutuhan pelanggan dan untuk upaya selanjutnya dalam menjalin komunikasi secara personal kepada pelanggan terkait dengan pemberian informasi maupun *event* promo yang sedang berlangsung, dapat dilihat pada Tabel 1.

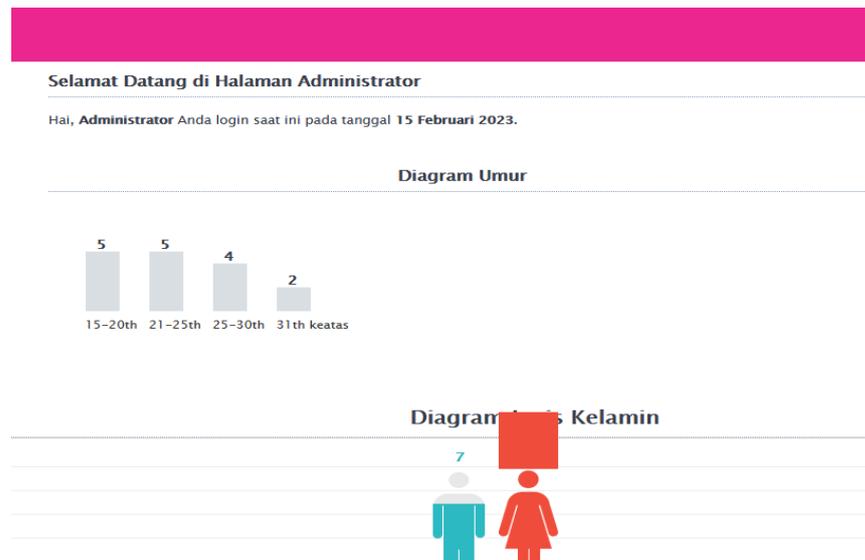
Tabel 1. Data Pelanggan Toko Premium Kids

No	Username	Nama Lengkap	No Hp	Usia	Gender	Alamat
1	Admin	Rita	082288049541	24	Wanita	Medan
2	Adriana	Adriana R		22	Wanita	Medan
3	Apriani	Apriani		23	Wanita	Luar Medan
4	Bona	Bona Hardiansya		25	Pria	Medan
5	Debby	Debby S		27	Wanita	Medan
6	Demi	Demetria		29	Wanita	Medan
7	Denta	Denta F		25	Wanita	Medan
8	Desma	Desmawani		26	Wanita	Luar Medan
9	Dewi	Dewi P		30	Wanita	Medan
10	Irhan	Irhansyah		31	Pria	Medan
11	Jenri	Jenrio M		20	Pria	Luar Medan
12	Juna	Juna K		30	Pria	Luar Medan
13	Kia	Kiara		22	Wanita	Medan
14	Lili	Lili Putri		27	Wanita	Medan
15	Lina	Lina M		29	Wanita	Medan
16	Mona	Mona Tanjung		31	Wanita	Luar Medan

17	Mia	Mia Nafahmi	26	Wanita	Medan
18	Nora	Nora S	34	Wanita	LuarMedan
19	Nina	Nina Gustina	24	Wanita	Medan
20	Opit	M Opit	36	Pria	Medan
21	Pio	Pio Jonatan	35	Pria	Medan
22	Pija	Pija Sari P	23	Wanita	LuarMedan
23	Ria	Ria Manria	25	Wanita	Medan
24	Santi	Santi Sinaga	30	Wanita	Luar Medan

2. Differentiate

Proses *differentiate* atau pengelompokan pelanggan menghasilkan sebuah diagram yang membedakan pelanggan berdasarkan umur dan jenis kelamin ini bertujuan untuk mengetahui pelanggan mana yang mempunyai potensial di masa mendatang dan juga menjadi sebuah strategi penerapan *CRM* seperti pada saat *event* Hari Ibu Toko Premium Kids akan menghadirkan promo special hari ibu dengan ketentuan jika belanja pada hari ibu maka akan mendapatkan potongan harga sesuai dengan umur ibu. *Diferensiasi* ini membantu mempersiapkan strategi yang memenuhi tujuan perusahaan dan harapan pelanggan untuk hubungan pelanggan yang kuat, dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Diagram Usia dan Jenis Kelamin

3. Interact

Proses *interaksi* menghasilkan “Tentang Kami” yaitu berisi upaya toko dalam memperkenalkan toko mereka dan hadirnya fitur *pop up WhatsApp* yang bertujuan dalam merespon keluhan, kritik atau saran dari pelanggan dengan mengklik fitur tersebut pelanggan akan terhubung langsung dengan *WA customer service* Toko Premium Kids dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Fitur Tentang Kami dan Pop Up WA

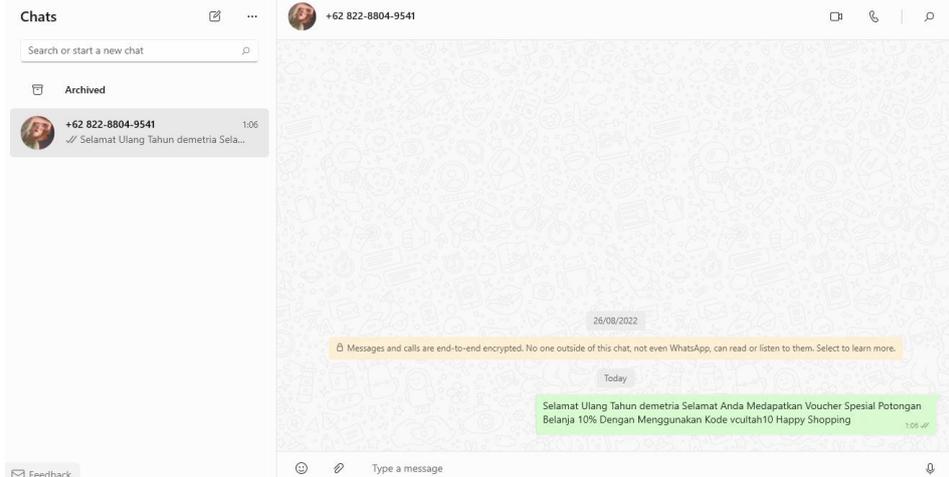
4. *Customize*

Proses *Customize* menghasilkan pesan otomatis kepada pelanggan terhadap pemberian voucher potongan harga special jika belanja pada hari ulang tahun pelanggan dan pemberian point kepada pelanggan yang belanja di Toko Premium Kids dengan ketentuan minimal belanja Rp. 100.000,00. Point dapat di gunakan untuk pembelian selanjutnya, 1 point sama dengan Rp. 1,00. Pendekatan ini dilakukan untuk memastikan ekspektasi pelanggan dapat terpenuhi sehingga pelanggan puas, dapat dilihat pada Gambar 7 dan 8.

Konfirmasi Keranjang Belanja Anda

NO	PRODUK	NAMA PRODUK	BERAT(KG)	QTY	HARGA	SUB TOTAL
1		Earth Button Dress Anak 1-10 Tahun	0.40	1	80.000	80.000
Total Berat:			0.4 kg			
Total Harga:			Rp. 80.000,-			
Metode Pembayaran			COD / Bayar ditempat			
Diskon Voucher:			vcultah10			
Gunakan Poin Anda:			100			
1	Earth Button Dress Anak 1-10 Tahun	0.40	1	Rp. 80.000	Rp. 80.000,-	
Total : Rp.					80.000	
Ongkos Kirim untuk Tujuan Kota Anda: Rp.					17000/Kg	
Total Berat :					0.4 Kg	
Total Ongkos Kirim : Rp.					6.800	
Grand Total : Rp.					86.800	
Potongan Voucher Diskon : Rp.					8680	
Total : Rp.					78020	

Gambar 7. Pemberian Voucher dan Points



Gambar 8. Pesan Special Event Ulang Tahun

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai sistem informasi Toko Premium Kids yang mana telah diuraikan penulis pada bab-bab sebelumnya, maka penulis menyimpulkan bahwa dengan menerapkan *identify* pengelolaan basis data pelanggan menjadi lebih baik dan terarah, pengelompokan pelanggan berdasarkan diagram jenis kelamin, usia dan tempat tinggal memudahkan admin dalam melakukan strategi pemasaran berikutnya, dengan adanya menu *chatting via whatsapp* memudahkan pelanggan dalam penyampaian keluhan maupun saran, ini akan membantu admin dalam mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan dan pemberian *reward* berupa poin, voucher, diskon dan promo bertujuan untuk meningkatkan *customer experience* dan agar pelanggan puas dan *loyal* terhadap toko.

REFERENSI

- [1] Francis Buttle and Stan Maklan, *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT Concepts and Technologies Fourth Edition*, Revised., vol. 7, no. 1. New York: Routledge, 2019.
- [2] N. A. A. Anggara, J. Hutahaean, and M. Iqbal, "Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Dalam Sistem Informasi Penjualan Kosmetik Berbasis Web," *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, vol. 3, no. 4, pp. 480–488, Mar. 2022, doi: 10.47065/bits.v3i4.1440.
- [3] D. W. P. Romindo, Muttaqin, Didin Hadi Saputra, A. H. P. M. Iswahyudi, Astri Rumondang Banjarnahor, and J. S. Kusuma, Faried Effendy, Oris Krianto Sulaiman, *e-commerce Implementasi Strategi dan Inovasi*, vol. 1999, no. December. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2019. [Online]. Available: www.vectorstock.com
- [4] S. Fernando, J. Sistem, I. Fakultas, and I. Komputer, "PENERAPAN COSTUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PADA SISTEM INFORMASI PENJUALAN SPAREPART MOTOR (STUDI KASUS TOKO CHANDRA) SKRIPSI Oleh," 2018.
- [5] C. J. Abbas, U. Sopyan, and D. Nugraha, "RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PENJUALAN PAKAIAN BERBASIS WEB PADA DISTRO CHANNEL CIREBON DENGAN METODE CRM OPERASIONAL (STUDI KASUS : DISTRO CHANNEL)," vol. 14, no. 1, 2020, [Online]. Available: <https://journal.uniku.ac.id/index.php/ilkom>
- [6] M. Firhan, A. Farisi, and A. Purwanto, "Penerapan Metode CRM Pada Perancangan Sistem Informasi Penjualan Pakaian dan Aksesoris," *Jurnal Riset Komputer*, vol. 9, no. 4, pp. 2407–389, 2022, doi: 10.30865/jurikom.v9i4.4647.