

Rancang Bangun Aplikasi CRM Pada Toko Rezeki Retail Berbasis Android

Putra Prima Ginting¹, Doli Hasibuan², Asaziduhu Gea³, Benget Rumahorbo⁴, Mufria J Purba⁵

^{1,2}Departmen Sistem Informasi, Universitas Methodist Indonesia

^{3,4,5}Departmen Teknik Informatika, Universitas Methodist Indonesia

Info Artikel

Histori Artikel:

Received, Sep 9, 2019

Revised, May 20, 2020

Accepted, Jun 11, 2020

Keywords:

Nilai pelanggan,
CRM

Kepuasan Pelanggan
Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Rezeki retail adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam penjualan online terutama penjualan elektronik yang berkedudukan di medan. perusahaan ini menawarkan belanja online melalui aplikasi android dalam bisnis tidak hanya terjadi pada penjualan produk, akan tetapi juga dalam persaingan untuk mendapatkan pelanggan. Setiap perusahaan akan selalu berusaha secara maksimal untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. Kepuasan pelanggan salah satu faktor penting agar perusahaan tersebut menjadi sukses. Customer Relationship Management sangat penting untuk membina hubungan antara pelanggan dan pihak penjual serta memberikan informasi yang dilakukan oleh pelanggan. Jika kebutuhan pelanggan secara terus menerus dapat dipenuhi, maka akan menjadi loyal atau setia pada suatu produk. Oleh karena itu Perusahaan berlomba dalam meningkatkan *post sales service* yang dimilikinya, persaingan tersebut juga dirasakan oleh objek penelitian dalam meningkatkan kesetiaan para pelanggannya. Penelitian ini dikembangkan dengan menggunakan aplikasi mobile. Tahap yang akan dilakukan adalah menganalisis permasalahan untuk mendapatkan kebutuhan klien, lalu akan dilakukan analisa perancangan sistem, dan terakhir akan dibangun sebuah aplikasi sebagai jawaban permasalahan tersebut. Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan adalah penggunaan aplikasi berbasis Android sebagai solusi dari permasalahan yang terjadi, Setiap ulasan yang diberikan oleh pelanggan akan dapat dilihat oleh admin melalui halaman laporan kepuasan pelanggan, menerapkan sistem membership berupa pemberian poin bagi pelanggan yang setia.

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



Penulis Koresponden:

Doli Hasibuan,
Fakultas Ilmu Komputer,
Universitas Methodist Indonesia, Medan,
Jl. Hang Tua No.8, Medan - Sumatera Utara.
Email: dolihsb@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Sebuah perusahaan atau unit usaha yang menjalankan perusahaan dibidang manufaktur atau pun jasa sangat perlu memperhatikan tingkat kepuasan pelanggannya. Pelanggan merupakan hal yang

sangat penting dalam menjalankan bisnis. Oleh sebab itu semua perusahaan yang ingin berkembang sebaiknya memikirkan bagaimana menciptakan suasana nyaman bagi pelanggan mereka. Tingkat kepuasan pelanggan dapat memberikan dampak yang cukup besar pada perusahaan baik secara langsung maupun tak langsung. Secara umum tingkat kepuasan pelanggan dapat berarti rasa suka pelanggan terhadap produk atau jasa yang diberikan perusahaan. Jika pelanggan merasa suka dengan produk atau jasa dari perusahaan maka besar kemungkinan pelanggan tersebut akan meningkatkan intensitas pembelian atau bahkan akan memberikan saran kepada teman-temannya untuk membeli atau berlangganan perusahaan tersebut, hal ini tentunya akan meningkatkan omset atau pendapatan dari perusahaan.

Penilaian kepuasan pelanggan tentunya memiliki kriteria tertentu yaitu pelayanan, kualitas produk dan kemudahan. Hal ini tentu sangat perlu diperhatikan oleh perusahaan agar dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan menambah nilai positif perusahaan serta memberikan perbedaan dengan perusahaan lainnya. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan pelayanan antara lain yaitu membangun relasi dengan pelanggan atau sering disebut dengan customer relationship management (CRM). CRM merupakan strategi bisnis yang memadukan proses antara manusia dengan teknologi hingga mampu menarik prospek pendapatan perusahaan. Tujuan dilakukannya CRM adalah untuk mengetahui sebanyak mungkin kebutuhan dan perilaku atau keinginan pelanggan untuk dapat memberikan sebuah pelayanan yang maksimal. Kunci sukses dalam melakukan bisnis adalah mengetahui dengan benar keinginan setiap pelanggan dan mengatasi setiap keluhan dari pelanggan hal ini akan secara berkesinambungan mempengaruhi pendapatan perusahaan.

Berdasarkan paparan di atas, maka peneliti akan melakukan perancangan mengenai “Rancang Bangun Aplikasi CRM Toko Rezeki Retail Berbasis Android”.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Metode Pengumpulan Data

Beberapa metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis yaitu:

- a. Studi Kepustakaan (library research)
Untuk mendapatkan hasil teori yang valid untuk dijadikan sebuah dasar, penulis untuk mencari beberapa buku referensi dari beberapa perpustakaan seperti mencari buku tentang CRM.
- b. Pengumpulan data melalui surfing (field research)
Pencarian atau penjelajahan melalui internet untuk mencari data dasar teori bagi penulisan dan perancangan aplikasi tentang CRM.

2.2. Metode Perancangan Sistem

- a. Analisis Kebutuhan
Analisis kebutuhan adalah yaitu analisa kebutuhan pelanggan yang dilakukan untuk menentukan input dan output yang diinginkan berdasarkan kebutuhan sistem yang akan dibangun.
- b. Analisa dan Perancangan Sistem
Perancangan sistem merupakan tahapan yang dilakukan untuk membuat sebuah rancangan program berdasarkan input dan output yang diinginkan.
- c. Implementasi Sistem
Setelah pembuatan perancangan sistem maka langkah selanjutnya adalah mengimplementasikan hasil perancangan ke dalam program.
- d. Evaluasi Sistem
Evaluasi merupakan langkah setelah CRM diimplementasikan untuk mengetahui kesalahan atau trouble yang mungkin terjadi, sampai dipastikan sistem dapat bekerja dengan sempurna.
- e. Penulisan Laporan Penelitian
Ini adalah tahapan akhir dari sebuah penelitian, pada kondisi ini disediakan semua yang berhubungan dengan hasil dari penelitian yaitu mengenai loyalitas pelanggan.

Tabel 1. Data Barang

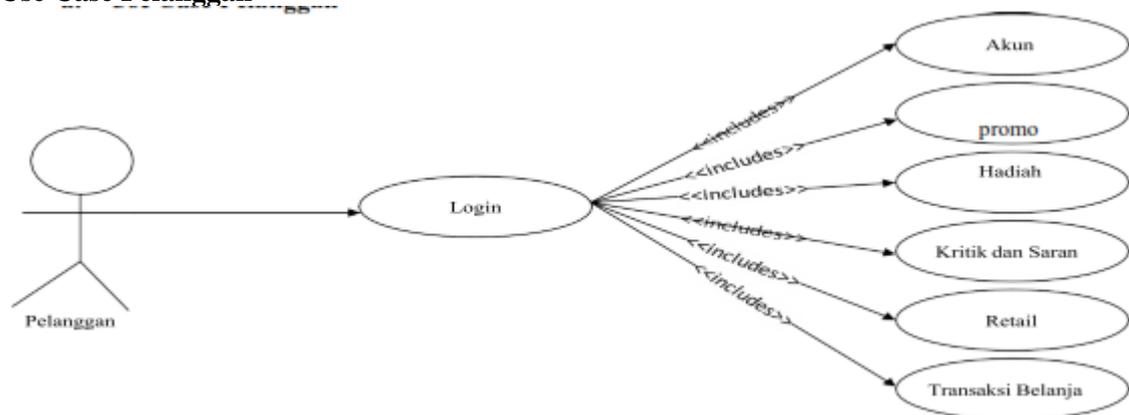
NO	Nama barang	Harga barang
1	Stand holder handphone hp	Rp 29.000
2	Laser pointer beseus	Rp 158.000
3	USB type C comperter vention	Rp 325.000
4	UGREEN hub CM219 USB-type C	Rp 178.000
5	Xiomi mi WI-FI extender AC1200(5G)	RP 325.000
6	Sempot nano gun disinfectan	Rp 198.000
7	Spray nano portable semprot disinfectan	Rp 195.000
8	Semprot nano spray gun	Rp 190.000
9	Vention USB hub type C 3.1 to USB 3.0	Rp 178.000
10	Vention adapter hub type C to USB/HDMI	Rp 287.000
11	Oxymeter LK88(Sp02/pengukur kadar oksigen darah)	Rp 48.000
12	Stand holder gedget	Rp 26.000
13	Huawei bend 6 (hijau/forest/green)	Rp 523.000
14	Charger car mobil beseus FM modulator MP3	Rp 158.000
15	Anker powerline+select tipe C to C(1.8m)	Rp 110.000
16	Kabel data tipe C to C acmic PDC100	Rp 78.000
17	Charger anker power mini dualport	Rp 158.000
18	Xiomi mi bend 6	Rp 485.000
19	Converter HDMI-VGA vention	Rp 108.000
20	Xiomi charger mobil dual ports 37 w	Rp 178.000
21	Xiomi mi tv box S 4K HDR internasional(Android tv 8. 1 HD 2G 8G) – hitam	Rp 1.248.000
22	Soundcore motion+(30w)	Rp 1.748.000
23	Tali pengganti xiomi mi bend 4 hig quality	Rp 58.000
24	Keyboard logitech k- 120	Rp 128.000
25	REVPOWER RP-PB006 20000mAh power bank	Rp 548.000
26	Simbadda music player CST 800N	Rp 338.000
27	MARSHALL MAJOR II (original & garansi marshall) - marshall MJR2	Rp 1.248.000
28	Brica B pro 5 Alpha edition	Rp 395.000
29	Tali xiomi mi bend 4	Rp 45.000
30	Honor bend 6	Rp 535.000

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Perancangan Sistem

Dalam melakukan perancangan sistem yang dibangun ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu hubungan antara user kepada sistem, aktivitas sistem dan user serta kolaborasi dinamis antara sejumlah object.

3.1.1. Use Case Pelanggan

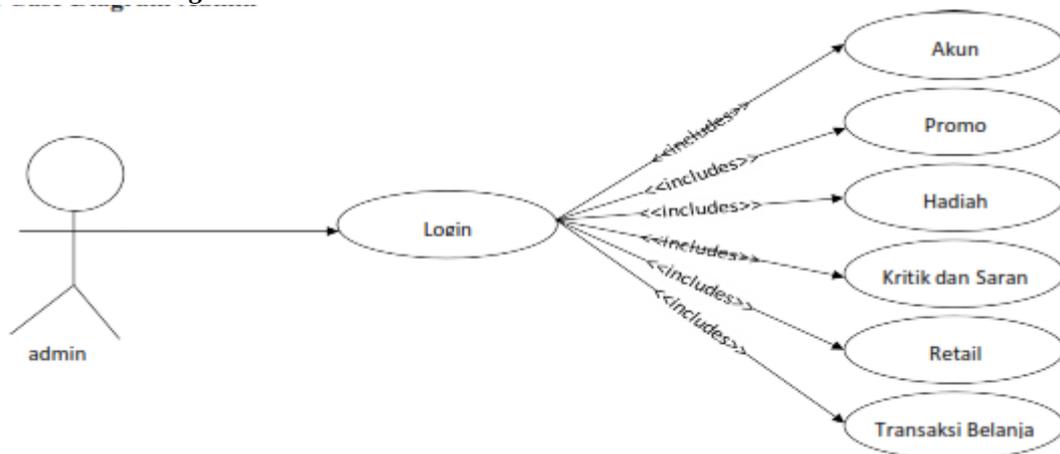


Gambar 1. Use Case Diagram Pelanggan

Penjelasan lebih rinci dari use case diagram pelanggan tersebut diatas dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Nama	Use Case Diagram Pelanggan
Aktor	Pelanggan
Deskripsi	<p>A. Pelanggan terlebih dahulu login kedalam sistem dengan mengakses halaman admin</p> <p>B. Pelanggan melakukan login dengan menginput username dan password yang benar</p> <p>C. Pelanggan dapat melihat informasi akunya sendiri dan akun yang terdaftar didalam aplikasi</p> <p>D. Pelanggan dapat menginput data promo, melihat data promo.</p> <p>E. Pelanggan dapat melihat kritik dan saran yang dibalas oleh admin, menilai kepuasan pelanggan.</p> <p>F. Pelanggan dapat keluar dari sistem dengan memilih tombol logout</p>

3.1.2. *Use Case Diagram* Admin



Gambar 2. *Use Case Diagram* Admin

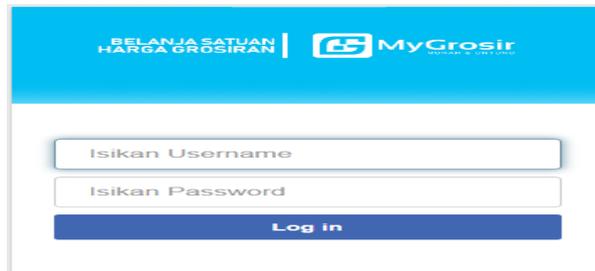
Penjelasan lebih rinci dari *use case diagram admin* tersebut diatas dapat dilihat pada table 1.2 berikut ini:

Nama	Use Case Diagram Admin
Aktor	Admin
Deskripsi	<p>A. Admin terlebih dahulu login kedalam sistem dengan mengakses halaman admin</p> <p>B. Admin melakukan login dengan menginput username dan password yang benar</p> <p>C. Admin dapat melihat informasi akunya sendiri dan akun yang terdaftar didalam aplikasi</p> <p>D. Admin dapat menginput data promo, melihat data promo atau menghapus data promo.</p> <p>E. Admin dapat menginput data hadiah, menghapus data hadiah dan melihat data hadiah</p> <p>F. Admin dapat melihat kritik dan saran yang di kirimkan oleh pelanggan, tingkat kepuasan pelanggan.</p> <p>G. Admin dapat keluar dari sistem dengan memilih tombol logout</p>

3.2. Tampilan Program

3.2.1. Halaman Login Admin

Halaman ini digunakan untuk login kedalam sistem admin berbasis web, halaman ini akan tampil pertama kali ketika kita menjalankan aplikasi di server lokal kita, berikut ini adalah tampilan halaman login admin.



Gambar 3 Halaman Login Admin

3.2.2. Halaman Login Pelanggan

Halaman ini merupakan validasi akses pelanggan untuk masuk kedalam aplikasi mobile, username dan password yang benar akan memberikan izin pelanggan untuk masuk kedalam system.



Gambar 4 Halaman Login Pelanggan

3.2.3. Halaman Dashboard Admin

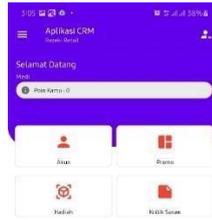
Halaman ini berfungsi sebagai tampilan *menu* utama dan menampilkan seluruh *menu* yang dibutuhkan dalam mengoperasikan seluruh system.



Gambar 5 Halaman *Dashboard Admin*

3.2.4. Halaman Dashboard Pelanggan

Ketika pelanggan berhasil *login*, maka selanjutnya akan dilemparkan kehalaman *dashboard*, pada halaman ini pelanggan dapat memilih menu yang disediakan didalam *aplikasi*. Beberapa menu yang disediakan antara lain menu tiket, riwayat, kritik saran, promo, dan *profile* dari pelanggan.

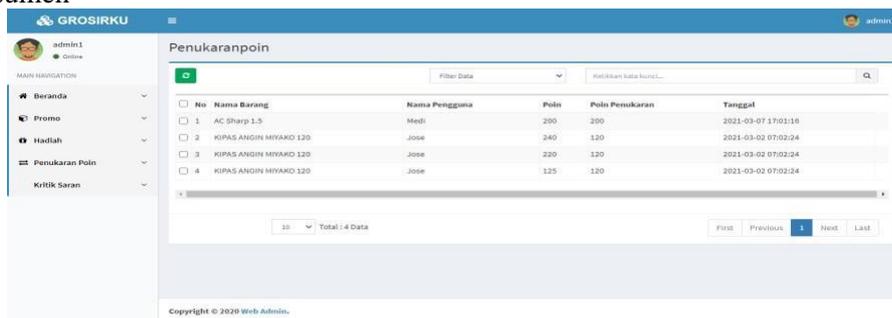


Gambar 6 Halaman Dashboard Pelanggan

3.3. Pengujian Sistem

3.3.1. Halaman Penukaran Poin Admin

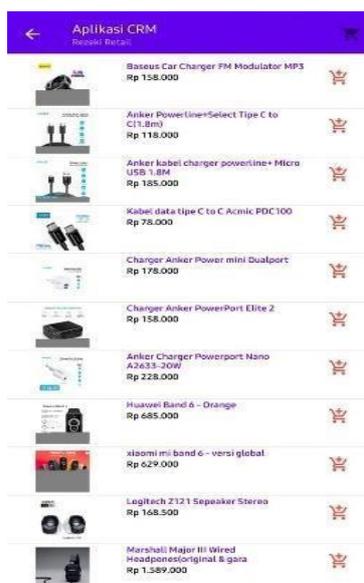
Halaman ini akan ditampilkan ketika menu penukaran poin diakses oleh admin, halaman ini berfungsi sebagai tempat untuk menampilkan pengolahan data penukaran poin yang dilakukan oleh konsumen



Gambar 7 halaman penukaran poin

3.3.2. Halaman Belanja

Halaman belanja digunakan untuk membeli barang yang dijual oleh Toko Rezeki Retail.



Gambar 8 halaman belanja

3.3.3. Rating Kepuasan Pelanggan

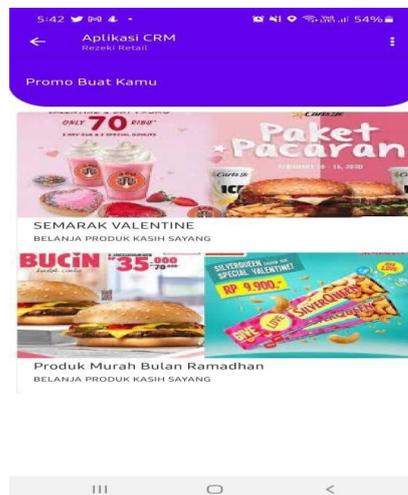
Halaman ini digunakan untuk memberikan tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk yang diberikan hingga sampai kepada tangan pelanggan, ketika pelanggan merasa puas maka dapat memberikan rating bintang satu sampai bintang lima berikut ini adalah tampilan dari halaman rating kepuasan pelanggan



Gambar 9. Rating Kepuasan Pelanggan

3.3.4. Data Promosi

Pemilik toko menginformasikan barang-barang promo kepada pelanggan dengan membuat menu promo barang, pelanggan dapat mengecek promo tersebut pada aplikasi mereka masing-masing.



Gambar 10 Tampilan Halaman Promosi Produk

3.3.5. Kritik dan Saran

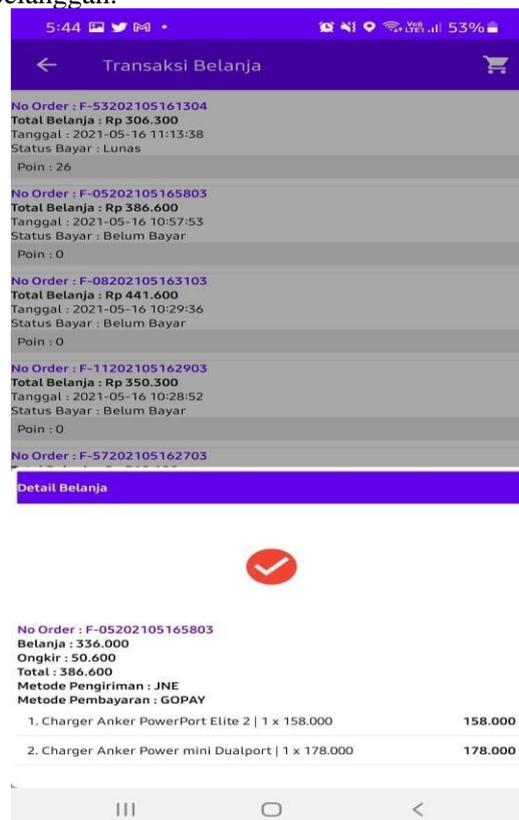
Ketika pelanggan telah menerima barang yang sudah dipesan maka perlu diberikan kritik dan saran atas apa yang dia terima, hal ini perlu dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap setiap pelayanan mulai dari pemesanan, pembayaran serta pengiriman barang.



Gambar 11 Tampilan Halaman Kritik dan Saran

3.3.6. Transaksi

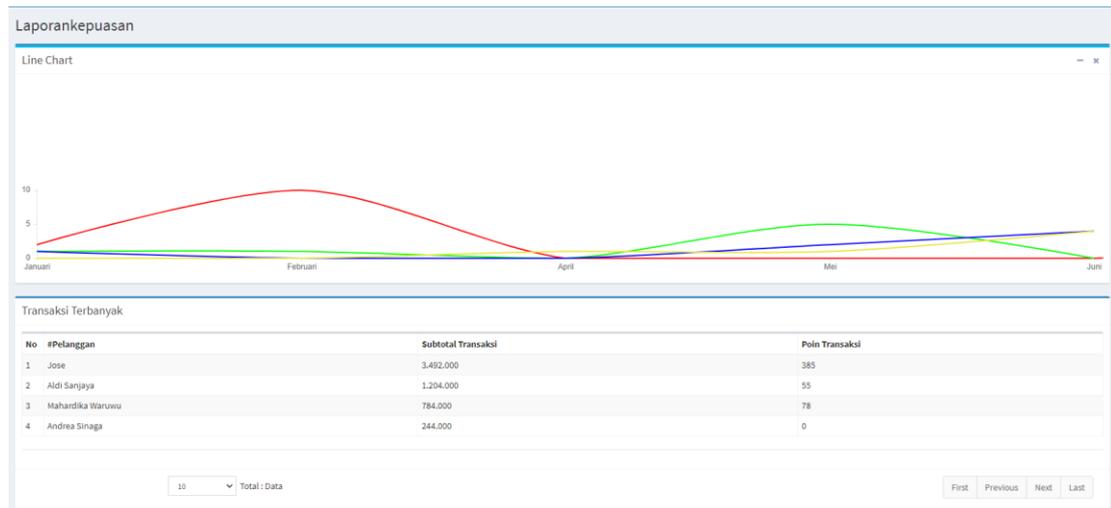
Halaman ini dapat dilihat oleh pelanggan untuk dapat mengetahui riwayat transaksi yang sudah dilakukan oleh pelanggan.



Gambar12. Tampilan Halaman Transaksi Pelanggan

3.3.7. Feedback Pelanggan Untuk Tingkat Kepuasan Terhadap Pelayanan, Produk, dan Packing Barang

Setiap ulasan yang diberikan oleh pelanggan akan dapat dilihat oleh admin melalui halaman laporan kepuasan pelanggan



Gambar 13. Rating Kepuasan Pelanggan dan Transaksi Pelanggan Terbanyak

4. KESIMPULAN

Setelah melalui beberapa tahap dalam pembuatan aplikasi berbasis mobile ini, maka penulis menarik kesimpulan.

1. Dapat memudahkan penjual untuk memberikan informasi promo terbaru dan informasi mengenai hadiah yang akan diberikan kepada pelanggan.
2. Pelanggan dapat menggunakan aplikasi untuk pelaporan apabila terdapat kekurangan dalam pelayanan atau aplikasi yang digunakan dan hal lainnya yang berkaitan dengan transaksi ketoko rezeki retail.
3. Pemilik toko dapat melihat tingkat kepuasan pelanggan melalui grafik tingkat kepuasan, serta feedback dari pelanggan melalui pelaporan kritik dan saran sehingga dapat melakukan perbaikan baik dari sisi pelayanan, packing, atau pengiriman barang.

REFERENSI

- [1] H. Holland and H. Holland, "14 Customer Relationship Management," *Dialogmarketing*, vol. 2, no. 1, pp. 283–313, 2016, doi: 10.15358/9783800653140-283.
- [2] J. Puspa Wildyaksanjani and dan Dadang Sugiana, "Strategi Customer Relationship Management (CRM) PT Angkasa Pura II (Persero)," *J. Kaji. Komun.*, vol. 6, no. 1, pp. 10–23, 2018.
- [3] O. Dyantina, M. Afrina, and A. Ibrahim, "Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN) 1,2,3," *Sist. Inf.*, vol. 4, no. 2, pp.516–529, 2012, [Online].Available: <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/index>.
- [4] S. Kurniawan, W. Gata, and H. Wiyana, "Analisis Algoritma FP-Growth Untuk Rekomendasi Produk Pada Data Retail Penjualan Produk Kosmetik (Studi Kasus: MT Shop Kelapa Gading)," *Semin. Nas. Teknol. Inf. dan Komun. 2018 (SENTIKA 2018)*, vol. 2018, no. 8, pp. 61–69, 2018, [Online]. Available: <https://fti.uajy.ac.id/sentika/publikasi/makalah/2018/8.pdf>.
- [5] K. O'Toole and M. Pilling, "Marketing mix," *Airl. Bus.*, vol. 19, no. 12, p. 70, 2003, doi:10.4324/9780203884713.ch45.
- [6] I. Sudarwati, "Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Retail Di Lottemart Surakarta," *J.Paradig. Univ. Islam Batik Surakarta*, vol. 12, no. 02, p. 115518, 2015.
- [7] F. Fitriyani, "Implementasi Algoritma Fp-Growth Menggunakan Association Rule Pada Market Basket Analysis," *J. Inform.*, vol. 2, no. 1, 2016, doi: 10.31311/ji.v2i1.85.
- [8] M. Rizka, A. Amri, H. Hendrawaty, and M. Mahdi, "Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Tracer Study Berbasis WEB," *J. Infomedia*, vol. 3, no. 2, 2018, doi: 10.30811/jim.v3i2.716