

RANCANGAN *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (e-CRM) UNTUK PELAYANAN CUSTOMER PADA MAENVAPE STORE

¹Risqi Yasir Naufal, ²Bullion Dragon Andah.

¹ Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

² Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

Email: ¹ riskiyasimaufal21@gmail.com,

(* : corresponding author)

Abstrak- Maenvape Store adalah sebuah toko yang menjual produk vape, mod, liquid, dan aksesoris vape. Maenvape store sudah melakukan penjualan secara langsung sejak tahun 2020 sampai sekarang, namun hingga sekarang belum melakukan penjualan secara *online*. Maka, perancangan pada penjualan serta pengolahan data yang terjalin pada Maenvape Store, membuat pelanggan merasa kurang puas serta hendak berpindah ke tempat lain. Sehingga Maenvape Store membuat rancangan *Electronic Customer Relationship Management* buat melaksanakan meningkatkan penjualan pada Maenvape Store. Maenvape Store merupakan suatu sistem yang difokuskan menuntaskan kasus serta mempermudah dalam loyalitas pelanggan demi tingkatkan Penjualan pada Maenvape Store. Pengerjaan sebuah program yang hendak diawali dengan menganalisis permasalahan yang lagi terjalin pada Maenvape Store tersebut, kemudian melakukan sebuah perancangan sistem ini supaya pihak Maenvape Store dapat menyelesaikan permasalahan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan agar penjualan bisa ditingkatkan memperoleh dokumentasi dari sistem ini. Permasalahan yang dialami meliputi jenis orang, proses serta produk. Tata cara yang dipakai untuk menuntaskan permasalahan yaitu *Fishbone Diagram*, *Activity Diagram*, *Use Case Diagram*, *Logical Record Structure Diagram* (LRS) dan *Sequence Diagram*. Pemecahan yang ingin ditawarkan meliputi terdapatnya testimoni pelanggan, kritik serta saran, dan promo-promo produk. Hasil yang ingin didapatkan merupakan mengenali loyalitas pelanggan terhadap kenaikan penjualan pada Maenvape Store.

Kata Kunci: Loyalitas Pelanggan, Meningkatkan Pelayanan, *Object Oriented*, PHP, Maenvape Store.

ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (e-CRM) DESIGN FOR CUSTOMER SERVICE AT MAENVAPE STORE

Abstract- *Maenvape Store is a shop that sells vape products, mods, liquids and vape accessories. Maenvape store has been selling directly since 2020 until now, but until now has not made sales online. So, the sales design and data processing involved in the Maenvape Store make customers feel dissatisfied and want to move elsewhere. So Maenvape Store created an Electronic Customer Relationship Management plan to increase sales at Maenvape Store. Maenvape Store is a system that is focused on resolving cases and facilitating customer loyalty in order to increase sales at Maenvape Store. Work on a program will begin by analyzing the problems currently occurring at the Maenvape Store, then designing this system so that the Maenvape Store can solve problems in increasing customer loyalty so that sales can be increased by obtaining documentation from this system. The problems experienced include types of people, processes and products. The procedures used to solve the problem are Fishbone Diagram, Activity Diagram, Use Case Diagram, Logical Record Structure Diagram (LRS) and Sequence Diagram. The solutions you want to offer include customer testimonials, criticism and suggestions, and product promotions. The result you want to get is to recognize customer loyalty towards increasing sales at the Maenvape Store.*

Keywords: *Customer Loyalty, Improving Service, Object Oriented, PHP, Maenvape Store.*

1. PENDAHULUAN

Pentingnya penggunaan CRM dalam industri penjualan vape didukung oleh survei yang dilakukan oleh Pusat Studi Bisnis UGM pada tahun 2021[2]. Survei tersebut menunjukkan bahwa sekitar 78% konsumen vape di Indonesia memiliki preferensi untuk membeli produk dari perusahaan yang menerapkan pendekatan CRM yang baik[1], hal ini menunjukkan bahwa implementasi CRM dapat menjadi faktor penentu dalam mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka meskipun potensi keuntungan yang dapat diperoleh dari implementasi CRM dalam penjualan vape[3], terdapat tantangan yang harus dihadapi. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya penggunaan CRM sebagai alat strategis untuk membedakan perusahaan dan menarik serta mempertahankan pelanggan di tengah persaingan yang semakin sengit. Maka dengan hal tersebut, sangat diharapkan CRM dapat menyelesaikan permasalahan yang terdapat pada Maenvape dengan baik khususnya pemberian informasi ke customer[5].

Dalam rangka memenuhi tantangan dan memanfaatkan potensi pasar yang ada, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi CRM dalam di industri penjualan vape dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis dalam memaksimalkan manfaat dari penggunaan CRM dalam upaya mereka untuk meningkatkan hubungan pelanggan dan memperoleh keunggulan kompetitif[4].

Berikut ini adalah penelitian yang dijadikan sebuah referensi: Penelitian yang dilakukan oleh Ilham Akbar Alamratu dan Novri Hadinata (2020) yang berjudul “Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web Responsive Pada Pandawa Vape Store”, Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Rani Oktarina (2022) yang berjudul “Implementasi Teknologi Sistem Customer Relationship Management (CRM) Guna Meningkatkan Pelayanan Penjualan” menjelaskan bahwa perusahaan perlu melakukan program pemasaran dengan menerapkan strategi customer relationship management untuk membantu pemasaran, Penelitian selanjutnya dilakukan oleh I Made Gede Arahman Dewa, Bruri Trya Sartana, Hestya Patrie, dan Grace Gata (2023) yang berjudul “Implementasi Retain Electronic Customer Relationship Management Dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan di Fukkatsu Ramen & Sushi”, Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Tasya Ayang dan Maria Sugiat (2022) yang berjudul “Analisis Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Trzy Coffee Bogor” menjelaskan bahwa perkembangan pada industri penyedia makanan dan minuman seperti restoran, cafe, dan coffee shop membuat konsumsi kopi Nasional di Indonesia meningkat dari tahun ketahunnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh peran moderasi yaitu customer trust dengan komponen customer relationship management (CRM) dan hubungannya dengan customer loyalty pada Coffe Shop Trzy Coffee, Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Kimmi Yulistina Veronika Nababan, Doli Hasibuan, dan Margaretha Yohanna (2022) yang berjudul “Aplikasi Pemesanan Menu Makanan Pada COC Cafe Dengan Menerapkan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Mobile” menjelaskan bahwa aplikasi pemesanan menu yang berbasis android merupakan aplikasi yang memberikan manfaat canggihnya aplikasi mobile.

1.1 Identifikasi Masalah

Pada latar belakang di atas, ada pula sebagian permasalahan bisa diidentifikasi dalam riset tugas akhir ini merupakan:

- Kurangnya informasi pada produk yang dijual di Maenvape, hal ini menyebabkan pelanggan kurang mengetahui produk rekomendasi dari Maenvape Store.
- Belum adanya informasi mengenai tentang promo yang ada pada Maenvape Store.
- Saat ini penyampaian komplain customer hanya melalui direct message atau secara lisan, hal ini membuat penanganan komplain customer kurang maksimal.

1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah yang terjadi dalam penulisan tugas akhir ini hanya meliputi pada beberapa proses, di antaranya:

- Penelitian fokus hanya kepada proses penjualan di Maenvape Store dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, dengan menggunakan fitur kritik saran, promo, point, dan testimoni.
- Penelitian ini diawali pada saat pelanggan memilih promo sampai pelanggan melakukan testimoni, kritik dan saran terhadap produk.
- Penelitian ini akan menggunakan konsep Electronic Customer Relationship Management (e-CRM) sampai pada tahap prototype.
- Penelitian ini hanya berfokus terhadap satu tahapan CRM yaitu Retain seperti memberikan kemudahan untuk admin secara langsung seperti keluhan, saran, dan laporan pemasukan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas, maka bisa dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

- Bagaimana implementasi sistem informasi e-CRM pada proses penjualan Maenvape Store?
- Bagaimana cara aplikasi e-CRM ini dapat meningkatkan pelayanan customer pada Maenvape Store?
- Bagaimana cara mempertahankan pelanggan dengan aplikasi e-CRM ?

1.4 Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan tugas akhir ini, yaitu:

- Menyediakan informasi terkait pelayanan yang sudah tersedia di Maenvape Store.
- Menerapkan model sistem Electronic Customer Relationship Management yang dapat menjawab semua permasalahan yang ditemukan oleh penulis.
- Untuk merancang e-CRM berbasis web untuk pelayanan pelanggan (customer service), promosi, testimoni, kritik saran dan pemasaran serta penyampaian informasi sesuai dengan kebutuhan pelanggan, perusahaan,
- Dengan adanya penelitian ini, data pelanggan menjadi lebih teratur sehingga Maenvape Store dapat mengetahui pola atau keinginan Pelanggan.

1.5 Manfaat Penulisan

Manfaat dari penulisan tugas akhir ini yaitu:

- Sistem yang ini diharapkan akan mampu memberikan kemudahan bagi Maenvape Store untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan.
- Dengan adanya penelitian ini diharapkan agar Maenvape Store dan pelanggan dapat menjalin hubungan yang baik sehingga loyalitas pelanggan dapat meningkat.
- Dapat membantu Maenvape Store untuk membuat inovasi baru terkait loyalitas pelanggan.

Sistem informasi adalah sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian yang mendukung fungsi operasi organisasi yang bersifat manajerial dengan kegiatan strategi dari suatu organisasi untuk dapat menyediakan kepada pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan analisis sistem merupakan tahap awal dalam perancangan dan pengembangan sebuah sistem yang akan dirancang, dengan menguraikan berbagai komponen untuk mengidentifikasi, mengevaluasi masalah yang ada[8][10].

Unified Modeling Language (UML) merupakan sebuah bahasa pemrograman visual standar untuk memodelan untuk mendefinisikan *requirement*, pembuat analisis desain serta, menggambarkan arsitektur dalam pemrograman yang berorientasi pada objek[9].

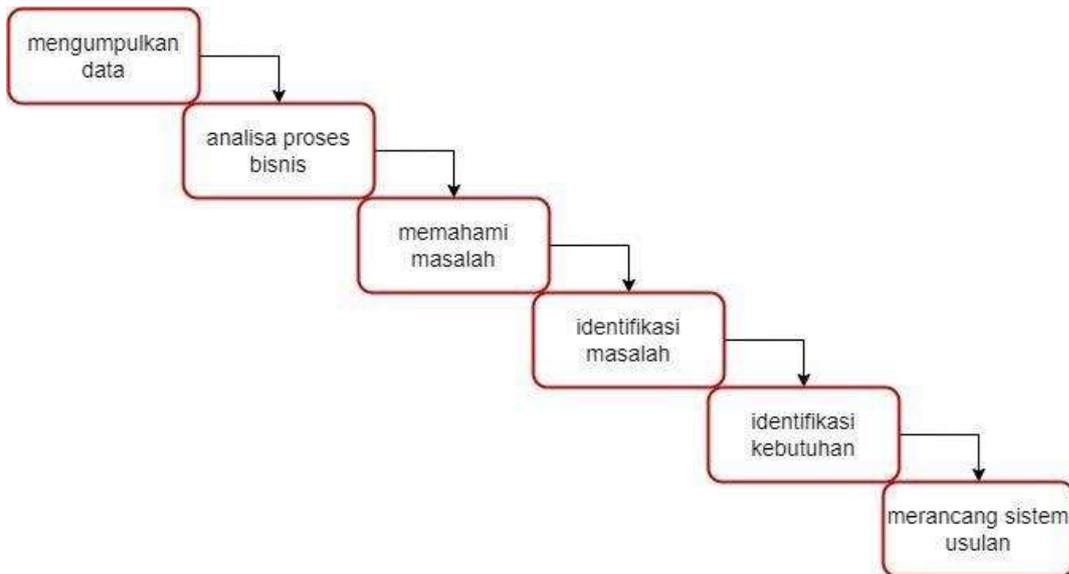
Pengertian Customer Relationship Management (CRM) Manajemen hubungan pelanggan (Customer Relationship Management) adalah proses mengelola informasi tentang pelanggan secara cermat dengan mengelola titik sentuhan kepada pelanggan untuk memaksimalkan loyalitas pelanggan[6].

Tujuan Customer Relationship Management secara umum adalah untuk mengembangkan hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan.

Beberapa perusahaan bisa menghemat biaya dengan mengalihkan pelanggan kelayakan mandiri berbasis web, tujuan inti dari Customer Relationship Management ditujukan untuk memperoleh profitabilitas pelanggan, sedangkan dalam konteks non-profit digunakan untuk efisiensi operasional atau peningkatan kepuasan pelanggan[7].

1.6 Tahapan Penelitian

Berikut merupakan tahapan penelitian yang dilakukan di Maenvape Store :



Gambar 1. Bagan tahapan penelitian

1.7 Mengumpulkan Data

Mengumpulkan data merupakan tahapan awal penelitian yang dilakukan yang bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang ada di Maenvape Store.

- Studi lapangan merupakan metode pengumpulan data secara langsung atau tatap muka pada pemilik dengan melakukan proses tanya jawab secara langsung antara dua pihak. Di mana pihak pertama adalah pewawancara dan pihak kedua adalah narasumber. Dalam melakukan proses wawancara ini penulis memberikan sejumlah pertanyaan dan dijawab langsung oleh pemilik Maenvape Store.
- Studi Literatur adalah salah satu metode pengumpulan data dengan cara membaca buku-buku dan jurnal sesuai dengan data yang dibutuhkan. Pada penelitian ini penulis memilih studi literatur untuk mengumpulkan referensi dari buku-buku serta jurnal-jurnal yang memiliki kemiripan dengan judul penelitian.
- Analisis Dokumen merupakan sumber data dalam penelitian dilakukan untuk mencari informasi berdasarkan dokumen-dokumen yang ada.

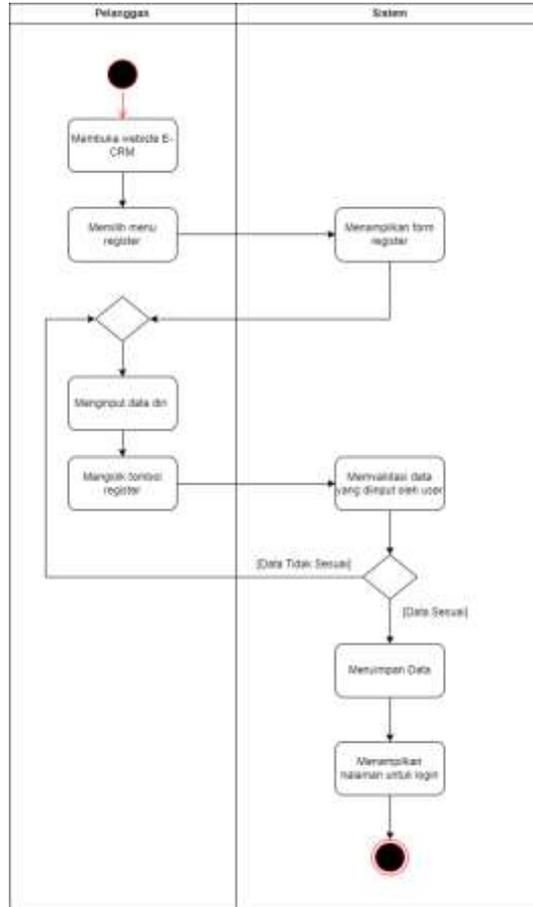
1.8 Langkah – langkah Penelitian

- Analisis Proses Bisnis
analisis proses bisnis yang di mana bertujuan untuk mengetahui proses bisnis yang berjalan. Pada tahap ini, analisis sistem berjalan digambarkan dengan menggunakan *activity diagram*.
- Identifikasi Masalah
Mengidentifikasi masalah yang dapat digambarkan dengan *fishbone diagram* guna untuk mengetahui akar dari permasalahan yang ada
- Identifikasi Kebutuhan
mengidentifikasi kebutuhan untuk memilih apa yang dibutuhkan untuk menyelesaikan masalah yang ada yang di mana akan diimplementasikan ke dalam sistem usulan.
- Merancang Sistem Usulan
Tahapan yang terakhir yaitu merancang sistem usulan berbasis web.

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

2.1 Analisa Proses Bisnis

Analisis proses sistem berjalan yang terjadi di Maenvape Store dapat dijelaskan dalam bentuk *Activity Diagram Usulan Register* dapat dilihat pada Gambar 2.

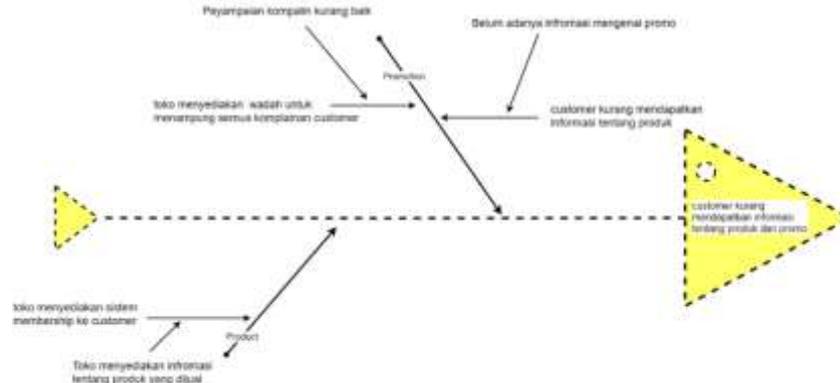


Gambar 2. *Activity diagram usulan register*

Pelanggan yang ingin mengakses website Maen Vape diharuskan registrasi akun terlebih dahulu sebelum melakukan *login* pada *website*. Pelanggan harus menginput data diri seperti nama, nomor hp, dan lain-lain di form *register* pada *website*. Jika sudah mengisi data diri, lalu pelanggan mengklik tombol *register*, setelah itu sistem akan mengecek kelengkapan dari data yang diinput oleh pelanggan. Setelah berhasil maka data akan tersimpan ke dalam *database*, sebaliknya jika tidak berhasil maka pelanggan akan diperintahkan untuk mengisi *fill* atau *form* yang belum diinput.

2.2 Identifikasi Masalah

Mengidentifikasi masalah yang terjadi di Maenvape Store dapat dijelaskan dalam bentuk *Fishbone diagram* dapat dilihat pada Gambar 3



Gambar 3. *Fishbone diagram*

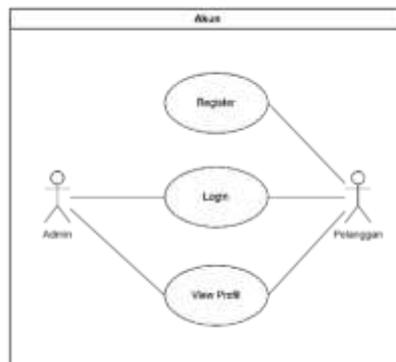
Pada gambar 3 berdasarkan analisis fishbone diagram, masalah yang terjadi pada Maenvape seperti Kurangnya informasi pada produk di Maenvape, Belum adanya informasi mengenai tentang promo yang ada pada Store tersebut, penyampaian komplain customer kurang efektif.

2.3 Identifikasi Kebutuhan

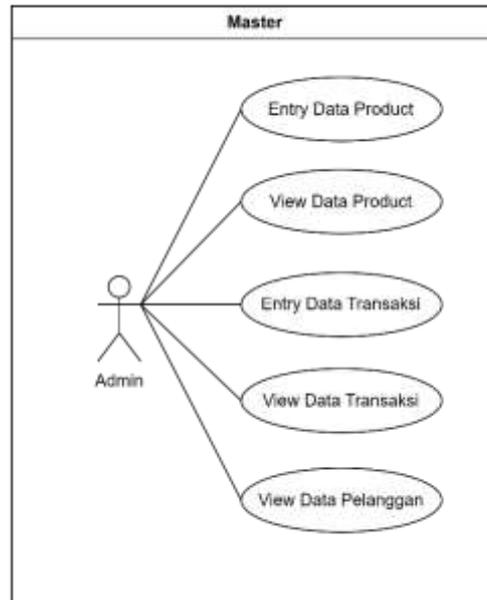
Identifikasi kebutuhan merupakan hasil dari analisis yang telah dijabarkan mengenai kebutuhan tentang sistem yang akan dibuat. Berikut adalah identifikasi kebutuhan yang diperlukan oleh store untuk sistem yang akan dibuat : From Register, Form Login, Logout, Entry Testimonial, Entry Keluhan, Replay Testimonial, Reply Keluhan, View Testimonial, View Keluhan, Data Pelanggan, Data Admin, View Product, View Dashboard, Entry Product, Data Transaksi Pelanggan, Entry Transaksi , Promo, Laporan Top Product Best Seller, Laporan Data Pelanggan, Laporan Data Transaksi Per Periode, Laporan Daata Testimoni, Laporan Data Keluhan, dan Laporan Data Top Customer.

2.4 Merancang Sistem Usulan

Merancang sistem usulan berjalan yang terjadi di Maenvape Store dapat dijelaskan dalam bentuk *Use Case Diagram*



Gambar 4. *Use Case Diagram Akun*



Gambar 5. Use Case Diagram Akun

3. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan untuk meningkatkan pelayanan pada pelanggan di Maen Vape, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Dengan adanya pembuatan sistem *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) pada perusahaan dapat memudahkan perusahaan dalam meningkatkan pelayanan dan menjaga loyalitas pelanggan di perusahaan.
- Dengan adanya penambahan fitur testimoni dan keluhan, dapat mempermudah perusahaan untuk mengetahui tingkat pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan di Maen Vape.
- Adanya fasilitas penyimpanan data pelanggan maupun transaksi secara otomatis sehingga perusahaan tidak lagi melakukan sistem pembukuan.
- Adanya fitur *Electronic Customer Relationship Management* (E- CRM) seperti promo atau potongan harga pada sistem untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di Maen Vape.

e. DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. A. Alamratu and N. Hadinata, "Implementasi Customer Relationship Management (Crm) Berbasis Web Responsive Pada Pandawa Vape Store," *Bina Darma Conf. Comput. Sci.*, vol. Vol 1 No 3, no. Vol 1 No 3 (2019): Bina Darma Conference on Computer Science (BDCCS), pp. 801–805, 2020.
- [2] R. Oktarina, "Implementasi Teknologi Sistem Customer Relationship Management (CRM) Guna Meningkatkan Pelayanan Penjualan," *J. Teknol. Terkini*, vol. 2, no. 5, pp. 1–13, 2022.
- [3] E. Alfonsius *et al.*, "Sistem Informasi Penjualan Sparepart Motor Berbasis Website (Studi Kasus Pada Bengkel Motorindo)," *J. Inf. Technol. Softw. Eng. Comput. Sci.*, vol. 1, no. 2, pp. 75–83, 2023.
- [4] S. Luckyardi, H. Saputra, N. Safitri, A. Cahyaningrum, D. Septiani, and R. Hidayat, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Busana Muslim Berbasis Web," *IJIS - Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 6, no. 2, pp. 156–168, 2021, doi: 10.36549/ijis.v6i2.165.
- [5] R. Destriana, S. M. Husain, N. Handayani, and A. T. P. Siswanto, *Diagram UML Dalam Membuat Aplikasi Android Firebase "Studi Kasus Aplikasi Bank Sampah."* Yogyakarta: Deepublish, 2021.
- [6] I. M. A. Prabawa, N. W. Ekawati, N. N. K. Yasa, and G. Suparna, *CUSTOMER EXPERIENCE DAN BRAND IMAGE UNTUK MEMBANGUN KEPUASAN KONSUMEN DAN REPURCHASED INTENTION Konsep dan Aplikasi.* Klaten: Penerbit Lakeisha, 2023.
- [7] A. S. Faqih and A. D. Wahyudi, "Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web (Studi Kasus : Matchmaker)," *J. Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 3, no. 2, pp. 1–8, 2022, [Online]. Available: <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTSI>.
- [8] M. Fungsi, I. Pada, and M. Kuliah, "<http://journal.uny.ac.id/index.php/jitp>," vol. 6, no. 1, pp. 80–91, 2019.
- [9] M. F. Fadallah and S. Rosyida, "Program Pemesanan Percetakan Berorientasi Objek dengan Pemodelan Unified Modeling Language," *J. Sist. Inf. STMIK Antar Bangsa*, vol. 7, no. 1, pp. 61–70, 2018, [Online]. Available: <https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/1966/Program-Pemesanan-Percetakan-Berorientasi-Objek-dengan-Pemodelan-Unified-Modeling-Language-Susy-Rosyida.pdf>
- [10] A. Jumal, K. Brebes, and P. J. Tengah, "Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Kedai Kopi He Kafei)," vol. 1, no. 1, pp. 88–95, 2022.