

Implementasi Customer Relationship Management Pada Klinik Laf Kisaran

Ari Arfika Pratiwi¹, Havid Syafwan^{2*}, Pristiyanilicia Putri³, Cecep Maulana⁴

¹ Mahasiswa Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Royal

² Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Royal

Email: ¹ariarikapratiwi@gmail.com, ^{2*}havid_syafwan@yahoo.com, ³pristiyanilicia@gmail.com,

⁴cecep.maulana1977@gmail.com

Article History:

Received Jan 09th, 2023

Revised Jan 10th, 2023

Accepted Jan 10th, 2023

Abstrak

Klinik Laf Kisaran merupakan salah satu klinik kecantikan yang ada di Kota Kisaran Sumatera Utara. Klinik ini bergerak dibidang usaha memenuhi kebutuhan pelanggan dalam hal perawatan mulai dari perawatan rambut, badan, dan wajah, serta klinik ini juga menjual berbagai macam produk kecantikan. Permasalahan yang dihadapi dari Klinik Laf Kisaran ini adalah masih kurang baiknya dalam mengelola hubungan dengan pelanggan, hal ini tentunya nanti dikhawatirkan pelanggan akan beralih ke klinik kecantikan lainnya. Oleh sebab itu, untuk menciptakan loyalitas dalam meningkatkan hubungan, mempertahankan, serta menarik pelanggan baru, maka dibutuhkan sebuah upaya agar pelanggan tidak berpindah ke klinik kecantikan lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan Customer Relationship Management (CRM) pada Klinik Laf Kisaran agar menciptakan loyalitas dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan serta dapat menarik pelanggan yang baru. Hasil dari penelitian ini berupa Implementasi CRM pada sebuah sistem menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL. Dengan adanya sistem ini diharapkan mampu memudahkan pelanggan untuk memperoleh informasi mengenai produk - produk yang dijual, transaksi penjualan, dan pengiriman produk.

Kata Kunci : CRM, Pelanggan, PHP dan MySQL, Hubungan

Abstract

Laf Kisaran Clinic is one of the beauty clinics in Kisaran City, North Sumatra. This clinic is engaged in the business of meeting customer needs in terms of treatments ranging from hair, body, and facial treatments, and this clinic also sells various kinds of beauty products. The problem faced by Laf Kisaran Clinic is that it is still not good at managing relationships with customers, this is of course later feared that customers will switch to other beauty clinics. Therefore, to create loyalty in improving relationships, retaining, and attracting new customers, an effort is needed so that customers do not switch to other beauty clinics. This study aims to implement Customer Relationship Management (CRM) at Laf Kisaran Clinic in order to create loyalty and improve customer relationships and attract new customers. The result of this research is CRM implementation on a system using PHP programming language and MySQL database. With this system, it is hoped that it will make it easier for customers to obtain information about the products sold, sales transactions, and product delivery.

Keyword : CRM, Customer, PHP and MySQL, Relationship

1. PENDAHULUAN

Teknologi informasi telah membuka mata dunia akan sebuah dunia baru, interaksi baru, *market place* baru, dan sebuah jaringan bisnis dunia yang tanpa batas. Disadari betul bahwa perkembangan teknologi yang disebut Internet telah mengubah pola interaksi masyarakat yaitu, interaksi bisnis, ekonomi, sosial, dan budaya. Internet telah memberikan kontribusi yang demikian besar bagi masyarakat, perusahaan, industri maupun pemerintah[1].

Klinik Laf merupakan klinik yang bergerak dalam bidang kecantikan dan perawatan kulit, klinik ini dikelola oleh Dr. Lisda Sari Harahap, SpAk dan beralamat di Jl.Pelita, Kompleks Pelita Asri No. 8A Kisaran. Klinik ini menyediakan berbagai *treatment* perawatan kulit, selain itu klinik ini juga menjual berbagai produk kecantikan seperti produk untuk kulit wajah, pemutih badan, penggemuk dan pelangsing tubuh serta produk kecantikan lainnya. Pengelolaan pelanggan yang selama ini dilakukan pada klinik untuk mendapatkan pelanggan baru adalah dengan menyebarkan brosur dan melalui perantara dari orang ke orang. Adapun menggunakan teknologi informasi hanya dilakukan melalui sosial media dengan cakupan lingkungan yang terbatas.

Untuk memperbaiki hubungan dengan para pelanggan klinik laf memberikan diskon *treatment* atau perawatan kepada semua pelanggan. Belum adanya pencatatan informasi pribadi dan transaksi pelanggan menyebabkan pihak klinik mengalami kesulitan dalam memberikan diskon khusus berdasarkan tingkat loyalitas pelanggan. Pengelolaan komplain pelanggan juga belum sepenuhnya ditangani dengan tepat, tidak adanya pencatatan keluhan pelanggan dapat menyebabkan kesalahan dalam mengelola dan mengatasi keluhan pelanggan sehingga dapat membuat citra klinik menjadi buruk. Klinik ini tidak setiap hari buka dan tidak 24 jam buka sehingga jika ada pelanggan yang ingin datang untuk mengetahui tentang *treatment* apa saja dan produk apa saja secara jelas mereka terbatas oleh waktu. Hal ini dapat menimbulkan rasa kecewa pelanggan dan berpotensi menyebabkan pelanggan berpindah pada produk dari toko lain.

Strategi pemasaran yang berbasis pada upaya menciptakan hubungan antara pihak perusahaan dengan pelanggan lebih dikenal dengan istilah *Customer Relationship Management (CRM)*. CRM merupakan suatu strategi perusahaan yang digunakan untuk memanjakan pelanggan agar tidak berpaling kepada pesaing [2].

Oleh karena itu dibutuhkan sebuah sistem yang bisa membantu klinik Laf untuk meningkatkan kualitas dan loyalitas terhadap pelanggan. Dengan adanya penerapan CRM pada klinik Laf diharapkan klinik ini bisa menerapkan strategi dalam mempertahankan pelanggan lama, menarik perhatian pelanggan baru, memasarkan produk dan memperluas jangkauan promosi sehingga dapat meningkatkan penjualan produk serta informasi tentang produk dan berbagai *treatment* yang ada dapat diakses oleh pelanggan kapan pun, dimana pun tanpa adanya batasan waktu.

Adapun tujuan dari penelitiannya sebagai berikut :

1. Dapat menerapkan *Customer Relationship Management (CRM)* berbasis web untuk mempertahankan kualitas dan loyalitas terhadap pelanggan pada Klinik Laf Kisaran.
2. Merancang *Customer Relationship Management (CRM)* berbasis web pada Klinik Laf Kisaran.
3. Dapat mempermudah pelanggan dalam mengakses segala informasi dari Klinik Laf Kisaran.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Pengertian *Customer Relationship Management (CRM)*

Customer Relationship Management (CRM) adalah strategi inti bisnis yang mengintegrasikan proses dan fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan keuntungan dan menciptakan nilai bagi pelanggan target. Dengan kata lain, CRM adalah strategi untuk mengelola hubungan bekerja sama dengan pelanggan memungkinkan perusahaan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru [3].

Berdasarkan perkembangan hubungan dengan pelanggan, CRM dibagi menjadi tiga fase yaitu :

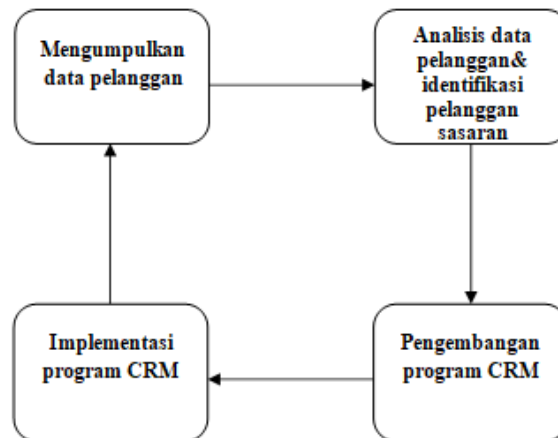
1. *Acquire* (Mendapatkan pelanggan)
2. *Enhance* (Meningkatkan keuntungan dari pelanggan yang sudah ada)
3. *Retain* (Mempertahankan pelanggan)

2.2 Komponen Utama dalam *Customer Relationship Management (CRM)*

Terdapat beberapa komponen utama dalam CRM [4] yaitu :

- a. Pelanggan. Pelanggan adalah semua pihak yang akan menggunakan, layanan yang disediakan oleh perusahaan dalam proses melihat, membeli, atau memelihara.
- b. Hubungan. Saat menjalin hubungan dengan pelanggan, perusahaan harus memperhatikan komunikasi dua arah. Tujuan dari hubungan tersebut adalah untuk memberikan kepuasan jangka panjang antara pelanggan dan perusahaan.
- c. Manajemen. Manajemen hubungan pelanggan berfokus pada pengelolaan dan peningkatan hubungan antara perusahaan dan pelanggannya. Hubungan yang kuat antara perusahaan dan pelanggannya akan membantu perusahaan mengembangkan keunggulan kompetitif.

Proses manajemen hubungan pelanggan (CRM) mengumpulkan data pelanggan, menganalisis data pelanggan dan identitas pelanggan target, mengembangkan program CRM, dan menerapkan program CRM. Manajemen hubungan pelanggan (CRM) memungkinkan perusahaan untuk secara langsung memberikan layanan kepada pelanggan semaksimal mungkin, yaitu melalui penggunaan perusahaan memiliki informasi pelanggan atau database untuk menjalin hubungan dengan setiap pelanggan yang berharga[5].

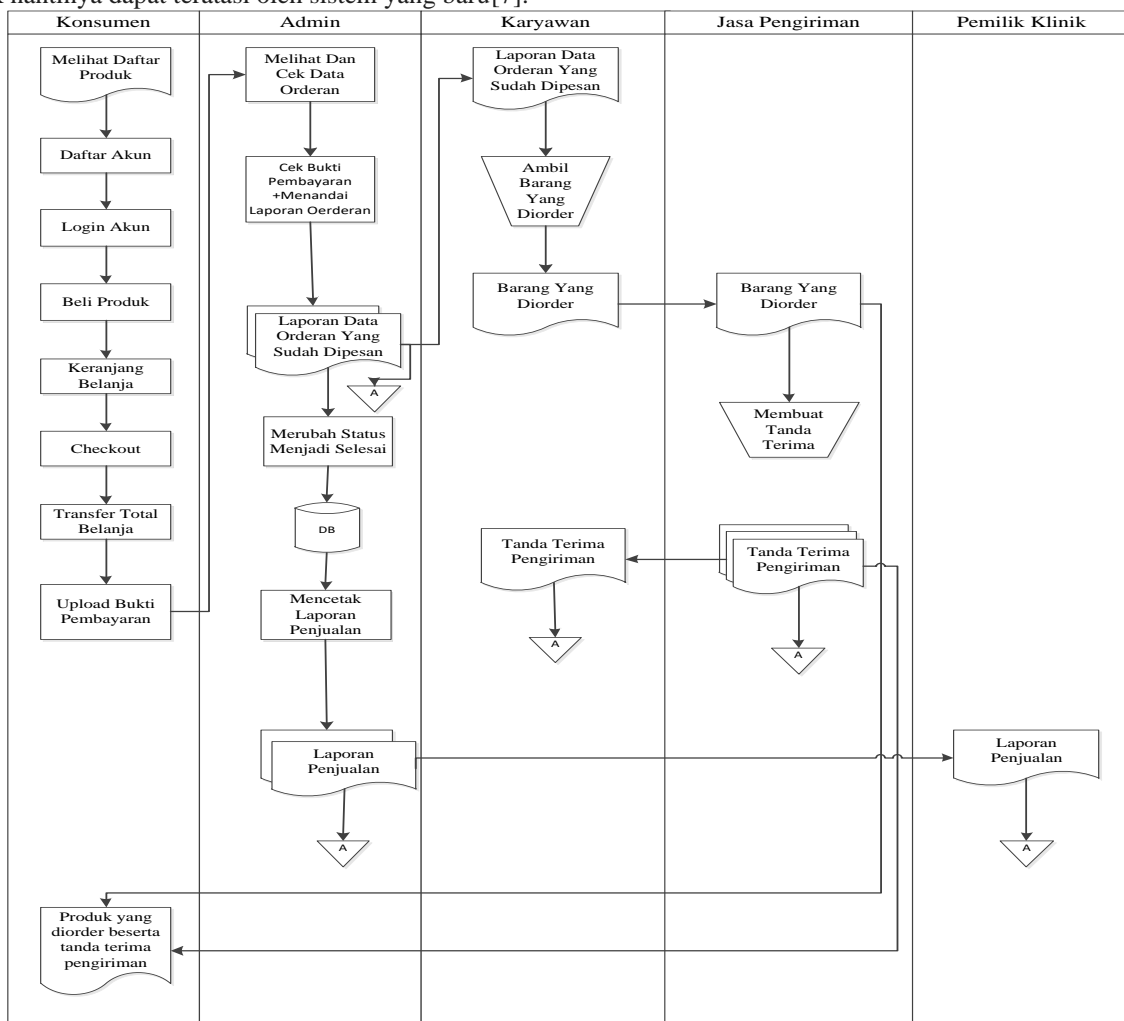


Gambar 1. Proses manajemen hubungan pelanggan (CRM)[6]

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Aliran Sistem Informasi Usulan

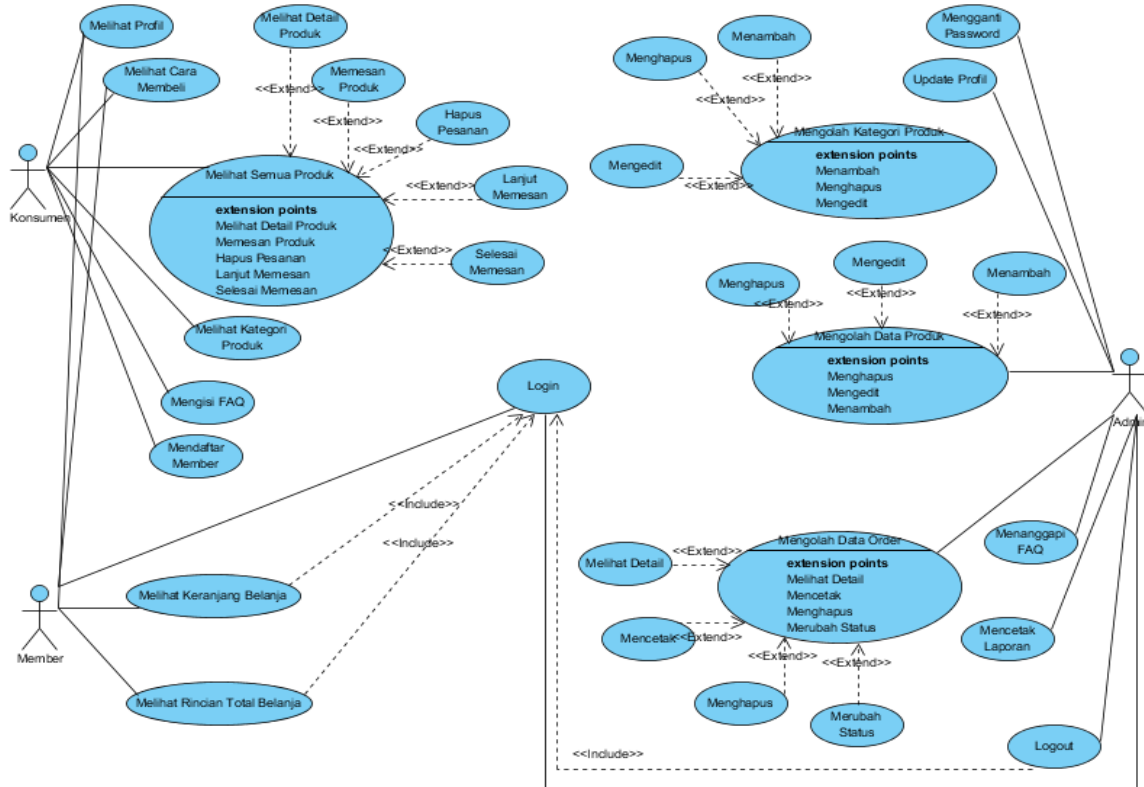
Aliran sistem yang baru berbeda dengan aliran sistem yang sedang berjalan pada saat ini, yaitu dengan menggunakan sistem komputerisasi dan pengkoneksian jaringan, sehingga segala permasalahan yang dihadapi pada proses pemasaran produk nantinya dapat teratasi oleh sistem yang baru[7].



Gambar 2. Aliran Sistem Informasi Usulan

3.2 Use Case Diagram

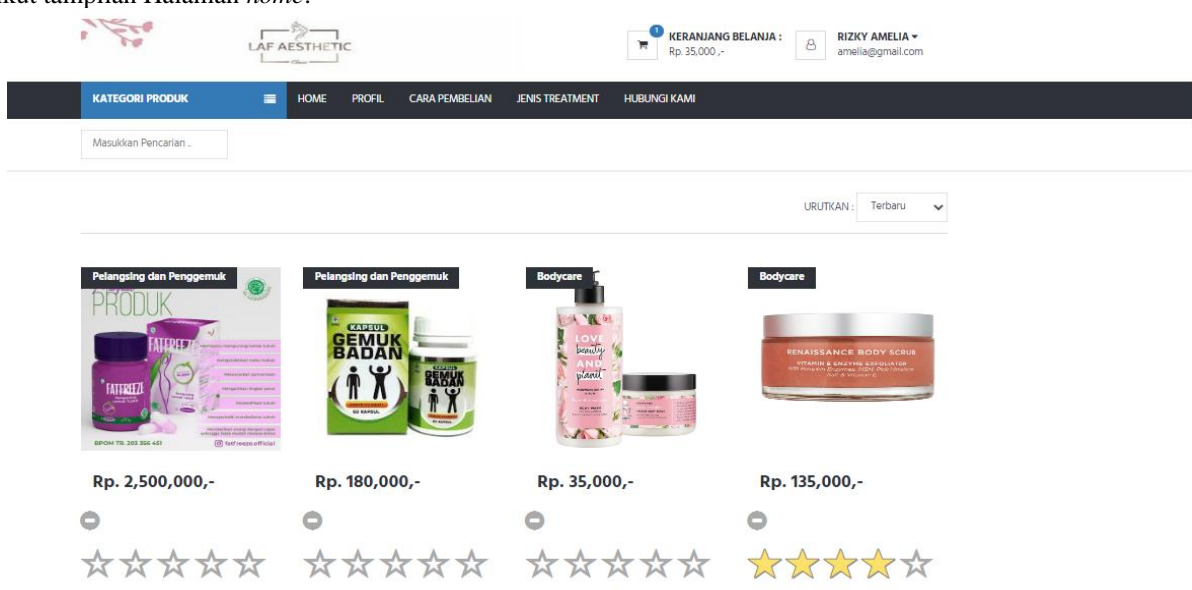
Secara garis besar, proses sistem yang akan dirancang pada Klinik Laf Kisaran digambarkan dengan *Use Case Diagram*[8] yang terdapat pada gambar dibawah ini :



Gambar 3. Use Case Diagram

3.3 Tampilan Halaman Home

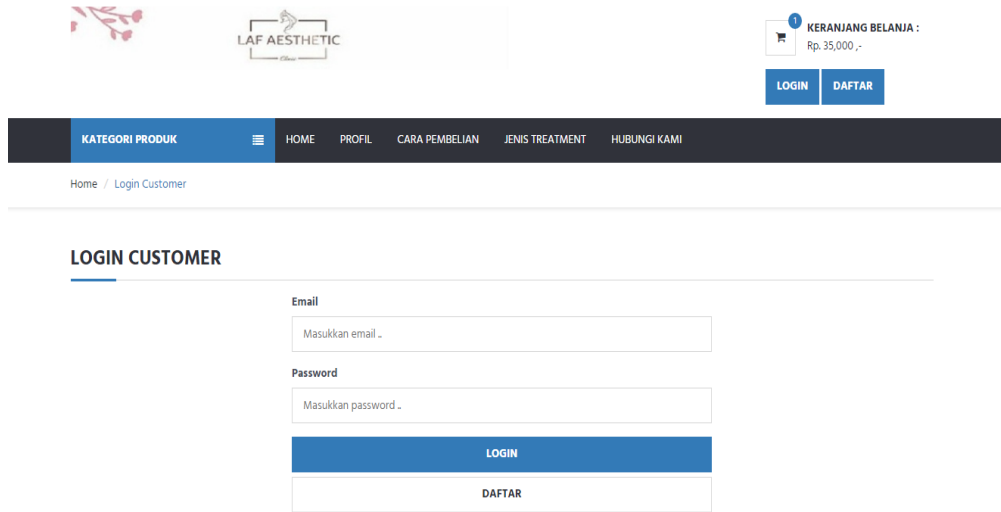
Halaman *home* merupakan halaman awal yang dijumpai setelah pengguna memasuki website Laf Klinik Kisaran, berikut tampilan Halaman *home*:



Gambar 4. Tampilan Halaman Home

3.4 Tampilan Form Login Member

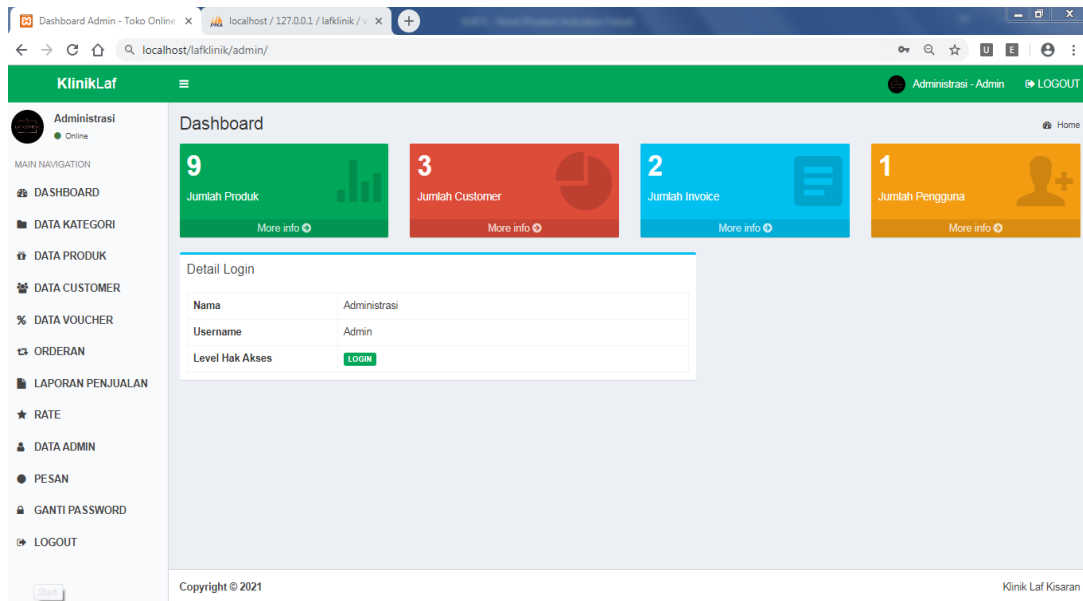
Untuk dapat memunculkan *menu-menu* dan tombol-tombol yang ada pada pada halaman menu member. *Form login* berisi tombol-tombol yang dibutuhkan seperti tombol *login* dan tombol *logout*. Berikut ini adalah tampilan *form login*:



Gambar 5. Tampilan *Form Login Member*

3.5 Tampilan Menu Admin

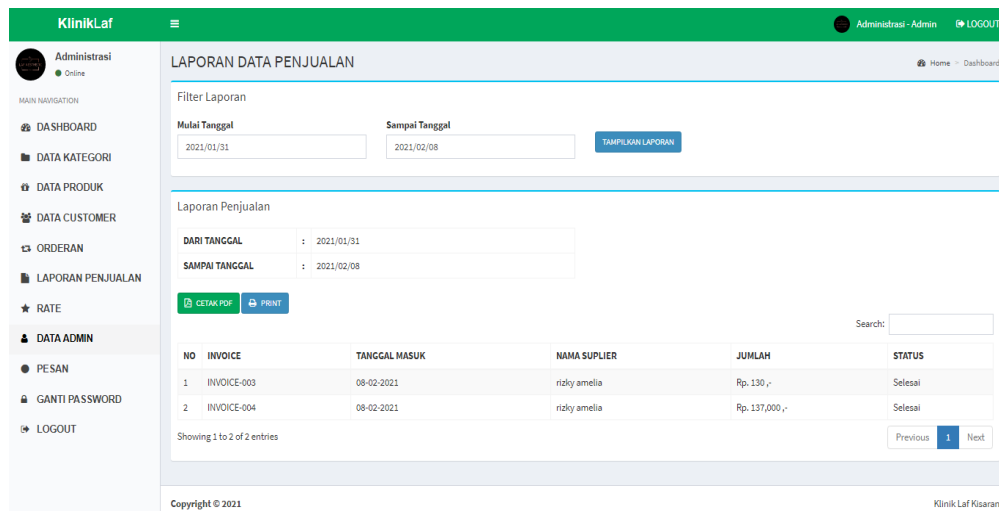
Setelah admin *login* maka akan muncul halaman utama admin. Berikut adalah tampilan halaman menu admin :



Gambar 6. Tampilan Menu Admin

3.6 Tampilan Laporan Penjualan

Laporan Penjualan merupakan proses ketika pembeli telah melakukan pemesanan kemudian selanjutnya melakukan pembayaran dan menyerahkan bukti pembayaran tersebut, sehingga diperoleh laporan penjualan dengan tampilan sebagai berikut:



The screenshot shows the 'LAPORAN DATA PENJUALAN' (Sales Report) page. It features a sidebar menu on the left with options like 'DASHBOARD', 'DATA KATEGORI', 'DATA PRODUK', 'DATA CUSTOMER', 'ORDERAN', 'LAPORAN PENJUALAN', 'RATE', and 'DATA ADMIN'. The main content area has a filter section with 'Mulai Tanggal' (2021/01/31) and 'Sampai Tanggal' (2021/02/08) fields, and a 'TAMPILKAN LAPORAN' button. Below the filters, there are 'CETAK PDF' and 'PRINT' buttons. A search bar is also present. The data table below shows two entries:

NO	INVOICE	TANGGAL MASUK	NAMA SUPLIER	JUMLAH	STATUS
1	INVOICE-003	08-02-2021	rizky amelia	Rp. 130,-	Selesai
2	INVOICE-004	08-02-2021	rizky amelia	Rp. 137.000,-	Selesai

Showing 1 to 2 of 2 entries. Page navigation: Previous 1 Next.

Gambar 7. Tampilan Laporan Penjualan

4. KESIMPULAN

Implementasi dan pengujian yang telah dilakukan selama membuat sistem ini, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut. Dengan adanya penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* khususnya pada bagian penjualan produk, dapat membangun sebuah sistem bisnis dalam menjalin hubungan pendekatan kepada pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap penjualan produk pada Klinik Laf Kisanan. Sistem yang digunakan sudah berbasis web sehingga sistem tersebut sudah memenuhi kebutuhan dan mempunyai keunggulan yaitu terintegrasi dengan sistem yang berkaitan dengan pemasaran dan hubungan antar pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Heriyanto, Yunahar. Perancangan Sistem Informasi Rental Mobil Berbasis Web Pada Pt. Apm Rent Car. *Jurnal Intra Tech*, 2018, 2.2: 64-77.
- [2] Carissa, Anatasha Onna. Penerapan Customer Relationship Management (Crm) Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Bandung Sport Distro Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2014, 15.1.
- [3] Widjaja, A. Customer Relationship Management: Konsep Dan Kasus. *Harvarindo. Jakarta*, 2008.
- [4] Ummah, Linda Durotul. Rancang Bangun E-Commerce Pada Toko Kerudung Nuri Collection Berbasis Customer Relationship Management. *Nuansa Informatika*, 2018, 12.2.
- [5] Anardani, Sri; Putera, Andi Rahman. Analisa Perancangan Sistem Informasi Penjualan E-Crm Pada Toko Sepatu Manies Madiun. *Sains Dan Teknologi*, 2018, 1.1: 115-120.
- [6] Abdurahman, Jajang; Hamdani, Dadang; Novantara, Panji. Implementasi Customer Relationship Management (Crm) Pada Penerimaan Siswa Baru (Studi Kasus Di Pondok Pesantren Darussalam Kabupaten Garut). *Nuansa Informatika*, 2018, 12.1.
- [7] Rahayu, Ginanjar; Renaldi, Faiza; Umbara, Fajri Rakhmat. Pembangunan Customer Relationship Management (Crm) Pada Pt. Sanbe Farma. *Prosiding Snt Fakultas Teknik*, 2018, 1.1.
- [8] F. Dristyan, K. Priyanto, S. Andriyani, And S. Royal, "Rancang Bangun Dan Implementasi Siades Pada Desa Perjuangan Kab. Batu Bara," 2021. [Online]. Available: [Http://Jurnal.Goretanpena.Com/Index.Php/Jssr](http://Jurnal.Goretanpena.Com/Index.Php/Jssr)