

IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) PADA SISTEM INFORMASI JASMINE SALON DAN SPA BERBASIS

Rifky Nur Agustina¹, Erik Kurniadi², Dadan Nugraha³

¹Fakultas Ilmu Komputer, Sistem Informasi, Universitas Kuningan, Kuningan, Indonesia

Email : ¹20240910044@uniku.ac.id, ²Erik.kurniadi@uniku.ac.id,

³Dadan.nugraha@uniku.ac.id

Abstrak

Jasmine Salon dan SPA adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan perawatan kecantikan, perawatan tubuh dan penjualan produk kecantikan. Dalam melakukan operasional sehari-hari pelayanan administrasi Jasmine Salon dan SPA masih menggunakan metode pencatatan dalam dokumen manual. Belum tersedianya sistem yang dapat membantu perusahaan dalam melayani pelanggan dan pembelian produk kecantikan. Kemudian dengan memanfaatkan aplikasi tersebut untuk membangun sebuah Sistem Informasi yang menggunakan Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web. Tujuan dari penelitian ini adalah dengan adanya aplikasi berbasis web ini untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk melakukan perawatan, pembelian produk kecantikan dan untuk mengetahui jenis perawatan, produk dan harga yang tersedia. Metode penelitian yang digunakan adalah metode waterfall. Hasil dari penelitian ini adalah pembuatan sistem informasi Jasmine Salon dan SPA menggunakan bahasa pemrograman PHP dan diintegrasikan dengan database MySQL, kemudian ditampilkan dengan web. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa sistem informasi ini dapat mempermudah pelanggan dalam melakukan pelayanan jasa dan pembelian produk kecantikan pada Jasmine Salon dan SPA.

Kata Kunci : *CRM, Web, Pelanggan, Sistem Informasi, Waterfall.*

Abstract

Jasmine Salon and SPA is a company engaged in beauty care, body care and sales of beauty products. In carrying out day-to-day operations the administrative services of Jasmine Salon and SPA still uses the method of recording in manual documents. The unavailability of a system can assist companies in serving customers and purchasing beauty products. Then by utilizing the application to build an Information System that uses Web-based Customer Relationship Management (CRM) Implementation. The purpose of this study is to design this web-based application to make it easy for customers to do maintenance, purchase beauty products and to find out the types of treatments, products and prices available. The research method used is the waterfall method. The result of this study us the making of Jasmine Salon and SPA information systems using the PHP programming language and integrated with MySQL databases, then displayed with the web. From the results of the study it can be concluded that this information system can facilitate customers in providing services and purchasing beauty products at Jasmine Salon and SPA.

Keywords: *CRM, Web, Costumer, Information Systems, Waterfall.*

1. PENDAHULUAN

Jasmine Salon dan SPA merupakan salah satu salon terkemuka di Kuningan yang tergolong cukup ramai dikunjungi dan sudah memiliki banyak pelanggan tetap, yang berlokasi di Jl. Pramuka No.219, Purwawinangun, Kecamatan Kuningan, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. Jasmine Salon dan SPA selalu menyediakan layanan jasa terbaik untuk memuaskan pelanggan. Semua perawatan yang ditawarkan juga dikerjakan oleh tenaga kerja yang profesional. Tidak seperti kebanyakan salon pada umumnya yang hanya dikhususkan untuk perempuan saja, Jasmine Salon dan SPA juga menyediakan berbagai macam jasa perawatan untuk para laki-laki. Dalam melakukan operasional sehari-hari pelayanan administrasi Jasmine Salon dan SPA masih menggunakan metode pencatatan dalam dokumen manual dengan mencatat mulai dari pemakaian jenis jasa, penjualan produk, dan membuat nota transaksi. Dengan kegiatan operasional yang transaksinya masih dilakukan secara manual tersebut sering kali terjadi kesalahan dalam pemrosesan pencatatan oleh *human error* atau manusia itu sendiri, dan juga dengan metode tersebut akan kesulitan jika transaksi yang diproses setiap harinya banyak yang akan mengakibatkan kesulitan dalam pengontrolan. Selain itu pada akhir periode dalam pencatatan dalam laporan akan terjadi kesulitan karena harus menggabungkan nota yang satu dengan nota yang lain dan transaksi yang satu dengan transaksi yang lain.

Menjalin hubungan baik dengan pelanggan merupakan suatu strategi yang kini sering diterapkan dalam persaingan usaha, strategi tersebut dapat diterapkan dengan mengimplementasikan *Customer Relationship Management (CRM)*, CRM adalah strategi inti yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi-fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para pelanggan secara menguntungkan. CRM didukung oleh data pelanggan berkualitas dan teknologi informasi. Jenis CRM yang digunakan yaitu CRM Operasional lebih terfokus pada otomatisasi cara-cara perusahaan dalam berhubungan dengan pelanggan. Berbagai aplikasi perangkat lunak CRM memungkinkan fungsi-fungsi pemasaran, penjualan, dan pelayanan dapat berjalan secara otomatis.[1]

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis mengambil judul skripsi yang

berjudul “Implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* Pada Sistem Informasi Jasmine Salon dan SPA Berbasis Web”.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Implementasi

“Implementasi adalah bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan, atau adanya mekanisme suatu sistem. Implementasi bukan sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan unruk mencapai tujuan kegiatan”. [2]

2.2 *Customer Relationship Management (CRM)*

“CRM adalah sebuah strategi untuk mengoptimalkan customer lifetime dengan cara mengetahui lebih banyak mengenai informasi pelanggan dan berinteraksi dengan pelanggan secara intensif”. [3]

2.3 *Jenis-jenis Customer Relationship Management (CRM)*

Menurut Anggita S dan Ardhan (2008), ada tiga jenis CRM, masing-masing dapat diimplementasikan dalam beberapa kelompok sebagai berikut :

1. *Operational CRM*

Operational CRM menyediakan pendukung untuk *front office* dalam proses bisnis, termasuk penjualan, pemasaran dan pelayanan. Masing-masing hubungan dengan pelanggan yang secara umum ditambahkan ke sebuah *customer contact history*, sehingga staf dapat mengakses kembali informasi pelanggan dari database sesuai dengan kebutuhan.

Operational CRM mengoptimasi proses bisnis yang berintegrasi secara langsung dengan pelanggannya. CRM memiliki berbagai aplikasi yang diterapkan dalam pemasaran, penjualan, dan pelayanan yang mendukung proses bisnis. Aplikasi proses bisnis yang menerapkan hal diatas tergolong dalam aplikasi operasional.

Aplikasi operasional CRM dibedakan menjadi dua, yaitu:

a. *Customer-Facting Application*

Faktor utama dari aplikasi CRM *Custome-Facting Application* adalah *contact center, sales automation, dan field service*. Disebut *Custome-Facting* karena pada kenyataannya, pihak perusahaan ini langsung berhubungan dengan pelanggannya.

b. *Customer-Touching Application*

Faktor utama dari aplikasi CRM *Customer-Touching Application* adalah *campaign management, e-commerce, dan self-service customer support*. Disebut *Customer Touching* karena pelanggan berhubungan langsung dengan sistem daripada berhubungan dengan perwakilan perusahaan.

Strategi *operational CRM* ini memfasilitasi tradisional CRM, yang berfokus bagaimana membuat pelayanan, penjualan, dan departemen pemasaran lebih efisien dan meningkatkan profitabilitas perusahaan dan pelanggan.

2. ***Collaborative CRM***

Collaborative CRM mencakup interaksi langsung dengan pelanggan. Termasuk dalam menggunakan beberapa jenis fasilitas yang ada, misalnya internet, email, telepon *automatis/interactiv voice response (IVR)*. Biasanya fasilitas-fasilitas tersebut dapat disebut dengan “*self service*”. Sasaran dari *collaborative CRM* dapat lebih luas, termasuk penurunan atau potongan harga dan perbaikan pelayanan.

3. ***Analytical CRM***

Analytical CRM meneliti data-data pelanggan untuk berbagai tujuan yang terdiri atas :

Desain dan pelaksanaan promosi pemasaran ditargetkan untuk mengoptimalkan pelaksanaan pemasaran dan efektivitas desain serta pelaksanaan promosi yang spesifik kepada pelanggan, sehingga didapatkannya beberapa pelanggan, cross- selling, up-selling analisa perilaku dari pelanggan untuk menopang produk dan jasa serta dalam pengambilan keputusan (misalnya penetapan harga, pengembangan produk

baru, dll) keputusan manajemen, analisa profitabilitas pelanggan, pengambilan resiko.

Analytical CRM merupakan feedback loop antara interaksi pelanggan yang *realtime* yang terjadi pada *front-end* atau *back-and scorecard* untuk menganalisa apa yang telah terjadi dan bagaimana meningkatkan cara perusahaan perusahaan berinteraksi di kemudian hari. *Analytical CRM* adalah penggunaan data pelanggan untuk menganalisis, pemodelan dan evaluasi yang diajukan untuk mendukung perusahaan untuk membentuk suatu hubungan yang *profitable* antara perusahaan dan pelanggannya.

2.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam menyusun skripsi ini sebagai berikut :

1. *Observasi*

Observasi adalah metode yang dilakukan dengan cara melakukan kunjungan dan pengamatan aktivitas di Jasmine Salon & SPA. Metode ini akan memberikan gambaran awal tentang skema pengolahan data yang saat ini digunakan di Jasmine Salon & SPA.

2. *Wawancara*

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara berkomunikasi yang di dalamnya terdapat tanya jawab langsung dengan pihak yang dianggap mampu memberikan informasi (narasumber) yang lebih terinci terhadap permasalahan yang sedang diteliti.

3. *Studi Pustaka*

Studi Pustaka digunakan untuk memberikan dukungan dalam penyelesaian laporan penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi dan data bersumber dari buku-buku referensi yang sesuai dengan judul penelitian. Sehingga dengan membaca buku, jurnal,

baik dari perpustakaan maupun dari media *online* (internet) yang berhubungan dengan landasan teori atas masalah yang diteliti agar diperoleh suatu pemahaman yang mendalam serta menunjang proses pembahasan mengenai masalah yang diidentifikasi.

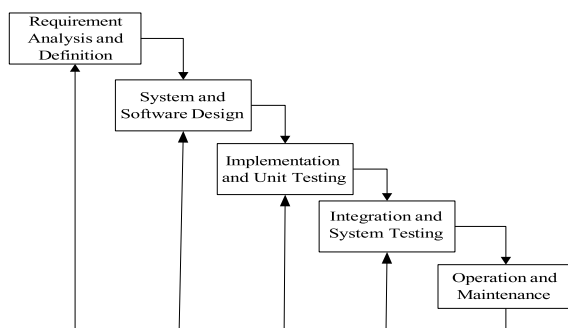
2.5 Metode Pengembangan Perangkat Lunak

Metode pengembangan perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan model *Waterfall (Classic Life Cycle)*. *Waterfall* adalah model proses pengembangan perangkat lunak yang pelaksanaan proses pengembangannya dilakukan secara berurutan. Hal ini berarti bahwa aktivitas pengembangan berikutnya baru dapat dilaksanakan jika aktivitas sebelumnya sudah diselesaikan lebih dahulu.

Setiap tahapan aktivitas pada model proses *Waterfall* ini akan menghasilkan keluaran yang diperlukan sebagai bahan masukan untuk melanjutkan ke tahap

berikutnya, atau sebagai umpan balik untuk memperbaiki kekurangan atau kesalahan yang mungkin ada di tahap sebelumnya. [5]

Adapun tahap-tahap dari paradigma *Waterfall* dapat dilihat pada gambar 1.1 di bawah ini:



Gambar 1.1 Model *Waterfall*

Berikut adalah penjelasan dari tahap-tahap model *Waterfall* yaitu :

1. Requirement Analysis and Definition

Tahap ini merupakan bagian penelitian yang menganalisis tentang kebutuhan sistem. Pengumpulan data pada tahap ini dilakukan dengan cara observasi dan wawancara pada Jasmine Salon dan SPA, tahapan ini akan menghasilkan dokumen *user requirement* atau bisa dikatakan sebagai data yang berhubungan dengan keinginan *user* dalam pembuatan sistem. Dokumen inilah yang akan menjadi acuan *system analysis* untuk menterjemahkan ke dalam bahasa pemrograman. Setelah itu akan di rancang dan di bangun sebuah sistem informasi yang dibutuhkan oleh Jasmine Salon dan SPA.

2. System and Software Design

Tahap ini bertujuan untuk membuat desain sistem dari hasil analisis untuk membangun sistem yang dibutuhkan oleh Jasmine Salon dan SPA, untuk pembuatan perancangan dengan menggunakan :

- Flowmap
- Diagram Konteks
- Data Flow Diagram (DFD)
- Entitas Relationship Diagram (ERD)

Tahapan ini akan menghasilkan dokumen yang disebut *software requirement*. Dokumen inilah yang akan digunakan programmer untuk melakukan aktivitas pembuatan sistemnya.

3. Implementation and Unit Testing

Desain harus ditranslasikan ke dalam program perangkat lunak. Hasil dari tahapan ini adalah program komputer sesuai dengan desain yang telah dibuat pada tahap desain.

4. Integration and System Testing

Pada tahap ini seluruh sistem diuji, hal ini dilakukan untuk meminimalisir kesalahan (*error*) dan memastikan keluaran yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan. Dalam penelitian ini pengujian sistem akan menggunakan pengujian *White-Box* dan *Black-Box*.

Pengujian *White-Box* adalah pengujian yang dilakukan sampai

kepada detail pengecekan kode program. Pengujian *Black-Box* berfokus pada persyaratan fungsional perangkat lunak. Dengan demikian, pengujian metode ini memungkinkan perekayasa perangkat lunak mendapatkan serangkaian kondisi masukan yang sepenuhnya menggunakan semua persyaratan fungsional untuk suatu program.

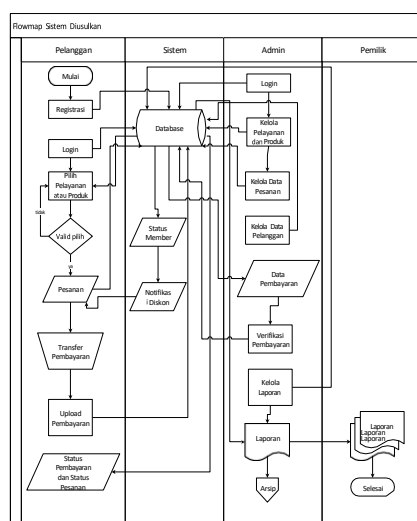
5. Operation and Maintenance

Ini merupakan tahap terakhir dalam model *waterfall*. *Software* yang sudah jadi di jalankan serta dilakukan pemeliharaan. Pemeliharaan termasuk dalam memperbaiki kesalahan yang tidak ditemukan pada langkah sebelumnya

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Sistem Yang Sedang Berjalan

Dokumen-dokumen dan catatan yang sedang digunakan oleh Jasmine Salon dan SPA digambarkan dengan *flowmap* yang dapat dilihat pada gambar 3.1.



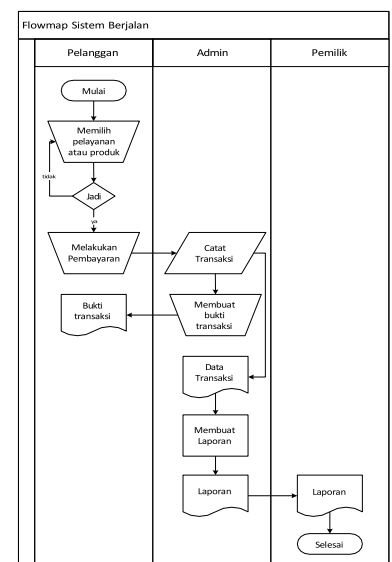
Gambar 3.1 Flowmap Sistem Yang Sedang Berjalan

Penjelasan *flowmap* sistem yang sedang berjalan:

1. Pelanggan memilih pelayanan atau produk, jika jadi maka masuk ke proses melakukan pembayaran, jika tidak kembali memilih.
2. Admin mencatat transaksi dan membuat bukti transaksi, yang kemudian diberikan kepada kustomer.
3. Kemudian admin membuat laporan transaksi pelayanan atau produk untuk diberikan kepada pemilik Jasmine Salon dan SPA.

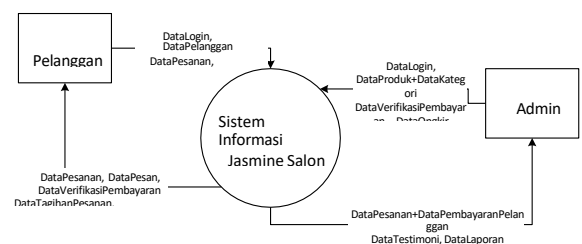
3.2 Analisis Sistem Yang Diusulkan

Sistem yang diusulkan diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas dalam pembuatan sistem informasi yang



Gambar 3.2 Flowmap Sistem Yang Diusulkan dapat membantu proses penjualan dan pelayanan, sehingga Jasmine Salon dan SPA semakin dikenal baik dari dalam kota Kuningan maupun diluar kota. Berikut merupakan *flowmap* sistem yang diusulkan dapat dilihat pada gambar 3.2.

3.3 Diagram Konteks



Gambar 3.3 Diagram Konteks

Diagram konteks dibuat untuk menggambarkan seluruh jaringan masukan dan keluaran serta tujuan data yang akan diproses, diagram tersebut digunakan untuk menggambarkan sistem secara umum. Berikut ini gambar diagram konteks untuk Jasmine Salon dan SPA.

Pada diagram konteks diatas terdapat 3 entitas, dimana seluruh entitas memiliki peranan sebagai berikut :

1. Bagian Admin

Admin memiliki hak akses penuh dalam melakukan pengelolaan seluruh data pada sistem.

2. Pelanggan

Pelanggan harus melakukan registrasi atau login terlebih dahulu untuk dapat melihat dan melakukan transaksi pemesanan pada sistem.

Pemilik Toko

Pemilik Toko menerima laporan-laporan yang diserahkan oleh admin.

Data Flow Diagram

Data Flow Diagram dibuat untuk menggambarkan keseluruhan komponen suatu sistem yang saling berhubungan sesuai dengan aturannya. Dibawah ini gambar DFD dari sistem Jasmine Salon dan SPA.

Implementasi

Implementasi dilakukan setelah perancangan selesai dilakukan dan selanjutnya akan diimplementasikan pada bahasa pemrograman yang akan digunakan. Tujuan implementasi adalah untuk mengkonfirmasi modul program perancangan pada para pelaku sistem sehingga pelanggan dapat mengoperasikan sistem yang baru.

Antar Muka Sistem (Interface)

Implementasi antar muka dilakukan dengan setiap halaman program yang dibuat dan pengkodeannya dalam bentuk file program. Berikut ini adalah implementasi antar muka untuk user dan admin.

Halaman Utama

Pada tampilan halaman utama menampilkan kategori berupa perawatan dan produk kecantikan, rekening dan testimoni, berisikan gambar-gambar dari perawatan dan produk kecantikan dan data keranjang pesanan dapat dilihat pada gambar 3.1



Halaman Utama.

Gambar 3.1 Halaman utama

Halaman Detail Produk

Pada halaman detail produk Jasmine Salon dan SPA yaitu berupa perawatan dan produk kecantikan yang menampilkan gambar, keterangan dan harga. Dapat dilihat pada gambar 3.2 halaman detail produk.



Gambar 3.2 Halaman Detail Produk

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada Sistem Informasi Jasmine Salon dan SPA Berbasis Web” dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

Sistem ini diharapkan dapat membantu admin dalam mengatur pemesanan, pengiriman dan juga memudahkan pelanggan untuk melakukan pelayanan jasa dan pembelian produk kecantikan.

Dengan adanya suatu sistem informasi

secara online memudahkan Jasmine Salon dan SPA untuk memberikan informasi yang terbaru kepada pelanggan terkait pelayanan jasa dan pembelian produk kecantikan.

Dengan adanya sistem informasi ini dapat memudahkan dalam pengelolaan diskon.

Sistem ini juga disediakan media pelayanan seperti chatting untuk memudahkan pelanggan dalam menyampaikan keinginan, keluhan, kritik maupun saran. Di dalam sistem ini juga disediakan halaman Admin yang digunakan untuk mengatur data yang ada di Jasmine Salon dan SPA, sehingga proses pengolahan data lebih mudah dilakukan.

SARAN

Sistem informasi yang dibangun pada penelitian ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan. Untuk pengembangan selanjutnya terdapat beberapa saran, yakni :

Pembuatan program ini masih dapat dikembangkan seiring dengan berkembangnya spesifikasi kebutuhan pengguna, terutama dalam hal tampilan ada baiknya dibuat tampilan yang lebih menarik dan dikembangkan lebih lanjut.

Diharapkan aplikasi ini sebaiknya dikembangkan tidak hanya bisa diakses melalui web saja akan tetapi bisa diakses atau digunakan dengan menggunakan android atau mobile phone.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, terutama Dosen Pembimbing I Bapak Erik Kurniadi, M.Kom dan Dosen Pembimbing

II Bapak Dadan Nugraha, M.Kom, penyusunan tugas akhir ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik dan lancar. Seluruh dosen dan staf tata usaha di Fakultas Ilmu Komputer Universitas Kuningan; kedua orang tua yang selalu memberikan doa,

dukungan, dan dorongan baik secara moral maupun material; seluruh teman angkatan 2025 yang sama-sama berjuang dalam penyusunan tugas akhir ini; serta semua pihak lain yang tidak bisa disebut satu per satu, atas segala bentuk bantuan dan partisipasinya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. P. Arief Subiyanto, Customer Relationship Management, Jakarta, 2007.
- [2] U. Usman, Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum, 2002.
- [3] C. Todman, Designing A Data Warehouse Supporting Customer Relationship Manajement, 2001.
- [4] A. Anggita, "Aplikasi customer relationship management dengan sugar suite," 2008.
- [5] Rosa A. S. & M. Shalahuddin, Rekayasa Perangkat Lunak Edisi Revisi, 2018