

Penerapan *Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web Mobile* pada *Coffee Toffee*

Nifantri Agunta^{#1}, Arip Mulyanto^{#2}, Sitti Suhada^{#3}

[#] Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Gorontalo

¹nifantriagunta04@gmail.com, ²arip.mulyanto@ung.ac.id, ³sittisuhada@ung.ac.id

Abstrak — Proses pelayanan kepada pelanggan dan pengelolaan data yang terjadi pada *Coffee Toffee* masih kurang maksimal, membuat pelanggan merasa kurang puas dan akan berpindah ke tempat lain. Sehingga *Coffee Toffee* harus menerapkan strategi bisnis untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan agar dapat menambah pelanggan baru dengan memberikan layanan yang berbeda untuk memanjakan pelanggannya. Tujuan penelitian yang dilakukan adalah menerapkan strategi bisnis *Customer Relationship Management (CRM)* berbasis web mobile dalam meningkatkan layanan kepada pelanggan *Coffee Toffee*. Metode pengembangan sistem yang digunakan *User Centered Design*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menerapkan strategi bisnis *Customer Relationship Management* berbasis web mobile pada *Coffee Toffee* dapat meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, membuat proses pelayanan menjadi lebih mudah dan cepat, serta memudahkan pelanggan dalam melakukan pembayaran dengan adanya sistem deposit.

Kata kunci — *Coffee Toffee, Customer Relationship Management (CRM), Web Mobile, Pelayanan pelanggan.*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Organisasi dibentuk dengan tujuan tertentu yang telah disepakati bersama. Tujuan organisasi ada yang berorientasi laba dan nirlaba. Perkembangan organisasi laba semakin pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, sehingga membuka peluang bagi pelaku organisasi laba untuk membuka usaha. Perkembangan tempat kuliner menjadi sangat populer dikalangan masyarakat saat ini. Dari hasil wawancara langsung tempat kuliner termasuk kedai kopi bagi masyarakat merupakan tempat dimana masyarakat berkumpul untuk beristirahat, tempat mengawali hari sebelum melaksanakan aktivitas rutin, menghabiskan waktu bersama keluarga, sebagai pusat interaksi sosial.

Kedai kopi atau warung kopi (warkop) di Kota Gorontalo semakin banyak, ini terlihat dari pengamatan langsung dilapangan yakni kurang lebih ada 10 (sepuluh) kedai kopi atau warung kopi (warkop) yang ramai di kunjungi setiap hari oleh

pelanggan serta memberikan pelayanan yang sama termasuk tempat usaha *Coffee Toffee*. Karena banyaknya pelanggan yang sering berkunjung membuat usaha ini bersaing dalam merebut pelanggan sebanyak-banyaknya. Maka, *Coffee Toffee* harus menerapkan strategi bisnis agar dapat mempertahankan bahkan menambah pelanggan baru dengan memberikan layanan yang berbeda untuk memuaskan pelanggannya. Pelanggan di *Coffee Toffee* sering menunggu lama untuk mendapatkan pesannya, dikarenakan belum adanya sistem yang dapat memudahkan pelanggan untuk melihat informasi menu beserta harganya dan sistem pemesanan yang baik. Selama ini pemesanan pengunjung menggunakan media kertas untuk pemesanan makanan dan minuman. Dengan media kertas menemui kendala-kendala antara lain adanya pemesanan yang rangkap (redudansi), tidak urutnya pembuatan pemesanan akibat bertumpuknya nota pemesanan terutama pada saat ramai pengunjung.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penyusun menawarkan solusi untuk meningkatkan pelayanan di *Coffee Toffee* dengan menerapkan strategi bisnis *Customer Relationship Management (CRM)* berbasis web mobile dengan membangun sistem informasi yang memanjakan pelanggan dengan memberikan informasi terkait menu, harga dan informasi meja serta promo yang diadakan *Coffee Toffee*. Sistem informasi yang ditawarkan pun membuat pelanggan dapat memesan tempat, menu sebelum berkunjung. Selain itu, pelanggan dapat melakukan pemesanan langsung ketika berada di *Coffee Toffee* melalui sistem tanpa harus menunggu pelayan, serta pelanggan dapat mengetahui jumlah pembayaran yang harus dibayar. Pelanggan dapat melakukan interaksi dengan perusahaan melalui jalur web dan chat, perusahaan dapat mengolah data pelanggan dengan baik melalui sistem informasi tersebut

Sistem pemesanan melalui smartphone yang akan di rancang hanya untuk pelanggan yang sudah login sebagai member hal ini dapat memudahkan perusahaan untuk melakukan konfirmasi pesanan dan ketika pelanggan tidak dapat berkunjung setelah melakukan booking maka akan dikurangi saldo pelanggan sesuai jumlah pesannya sehingga tidak

merugikan perusahaan. Namun untuk pelanggan biasa tidak dapat melakukan pemesanan sebelum melakukan login, apabila pelanggan biasa melakukan pemesanan tempat serta menu dan tidak berkunjung maka hal ini akan merugikan perusahaan ketika pelayan telah menyediakan pesannya dikarenakan pelanggan biasa tidak memiliki fasilitas saldo seperti pelanggan yang sudah menjadi member

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dapat dirumuskan permasalahan yaitu bagaimana menerapkan strategi bisnis *Customer Relationship Management (CRM)* berbasis *web mobile* dalam meningkatkan layanan kepada pelanggan *Coffee Toffee*.

C. Ruang Lingkup

1. Penelitian yang dilakukan pada *Coffee Toffee* dengan menerapkan strategi bisnis *Customer Relationship Management (CRM)* berbasis *web mobile* dalam meningkatkan layanan kepada pelanggan.
2. Membuat *fitur* yang berisi informasi yang di butuhkan pelanggan berupa informasi menu, harga makanan dan minuman, meja dan promo apa saja yang disediakan pada *Coffee Toffee*.
3. Menggunakan metode *User Centered Design (UCD)* yang berfokus kepada pengguna.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah menerapkan strategi bisnis *Customer Relationship Management (CRM)* berbasis *web mobile* dalam meningkatkan layanan kepada pelanggan *Coffee Toffee*.

E. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang dapat diambil dari adanya penelitian menggunakan konsep *Customer Relationship Management (CRM)* yaitu :

1. Memudahkan perusahaan dalam mempertahankan, mendapatkan pelanggan baru dan meningkatkan loyalitas pelanggan serta memudahkan dalam pemberian informasi kepada pelanggan
2. Memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan, menyampaikan saran dan kritik dalam hal pelayanan.
3. Memudahkan perusahaan dalam mengolah data pelanggan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Customer Relationship Management (CRM)

Customer Relationship Management (CRM) merupakan suatu strategi perusahaan yang digunakan untuk memanjakan pelanggan agar tidak berpaling kepada pesaing (Gaffar dalam Carissa dkk). Menurut Kurniawan dalam Bulotio, *Customer Relationship*

Management (CRM) menjadi salah satu proses bisnis yang menarik untuk dipertimbangkan. *Customer Relationship Management* meliputi semua aspek yang berkaitan dengan interaksi suatu perusahaan dengan pelanggannya. Kegiatan *marketing* mengelola seluruh aspek dari daur hidup pelanggan, mulai dari *sale, acquisition, fulfillment, hingga retention*.

B. Klasifikasi Customer Relationship Management (CRM)

Aplikasi yang menerapkan *Customer Relationship Management (CRM)* diklasifikasikan menjadi dua [1], yaitu :

1. Operasional CRM
2. Analitikal CRM
3. Collaborative CRM

C. Komponen Customer Relationship Management (CRM)

[1] menuliskan 5 komponen *Customer Relationship Management* yang terdiri:

1. Strategy
2. Proses Bisnis
3. Informasi
4. Organisasi
5. Teknologi

D. Tahapan Customer Relationship Management (CRM)

Tahapan pengembangan *Customer Relationship Management (CRM)* dilakukan dalam tiga tahap [1];

1. Mendapatkan pelanggan baru (acquire).
2. Meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang telah ada (enhance).
3. Mempertahankan pelanggan (retain).

E. Penelitian Terkait

Aplikasi Pemesanan Makanan Online Berbasis Web Pada Rumah Makan Pagi Sore Sipin Jambi [2] yang bertujuan untuk membangun aplikasi pemesanan makanan online sehingga penyampaian informasi menjadi cepat, akurat, memiliki jangkauan yang luas, serta dapat memesan makanan secara online. Metode yang digunakan adalah *Waterfall*. Hasil dari penelitian ini adalah rumah makan pagi sore sipin Jambi menjadi dikenal dan banyak di kunjungi pembeli, pelanggan dapat memesan makanan dimana saja dan kapan saja. Kelemahan dari penelitian ini yakni sistem yang digunakan masih berbasis web, kemudian sistem ini hanya berfokus pada pemesanan makanan.

Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* Untuk Meningkatkan Pelayanan Pada Rumah Makan [3] yang bertujuan meningkatkan pelayanan pada Rumah Makan. Metode perancangan sistem yang digunakan *Research and Development (R&D)*. Hasil dari penelitian ini dengan adanya strategi bisnis *Customer Relationship Management (CRM)* yang di terapkan mempermudah customer dalam mendapatkan

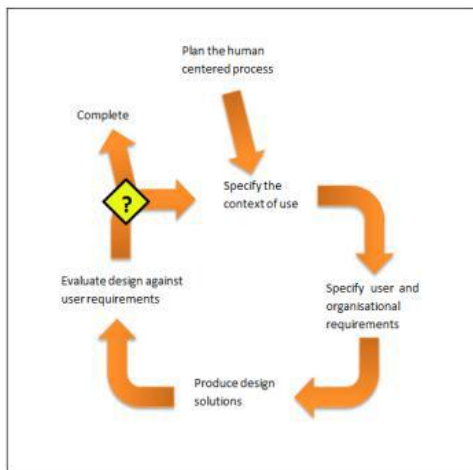
informasi tentang ketersediaan makanan, melakukan proses pemesanan, mendapatkan informasi total pembayaran serta menjadi media komunikasi antar pelanggan dan perusahaan. Kelemahan dari penelitian tersebut adalah sistem yang di tawarkan kasir masih mencetak struk pembayaran, apabila pelanggan melakukan reservasi pemesanan secara online tetapi pelanggan tidak jadi berkunjung ke rumah makan maka hal ini akan merugikan perusahaan.

II. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode pengembangan sistem berbasis web yaitu *User Centered Design (UCD)* [4]. Salah satu metode UCD yang diterapkan dalam penelitian nanti yakni yang dinamakan metode *focus group*, dimana dalam metode ini berfungsi untuk memperoleh informasi awal dari informan yang diwawancarai.

Tahapan-tahapan dalam *User Centered Design (UCD)* :

1. *Specify the context of use*
2. *Specify user and organisational requirements*
3. *Produce design solutions*
4. *Evaluate designs against user requirements*



Gambar 1. Proses UCD

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. HASIL

Tahapan Penelitian

1. *Specify the context of use*

ini melakukan wawancara dan observasi pada pihak *Coffee Toffee* dan para pelanggan. Dari hasil wawancara dan observasi langsung dengan pihak *Coffee Toffee* bahwa pihak *Coffee Toffee* masih memanfaatkan sistem pemesanan biasa (datang langsung), *Coffee Toffee* merasa kesulitan dalam mengol

ah data pelanggan, data menu makanan, minuman serta harga dan promo yang diberikan kepada pelanggan. *Coffee Toffee* pun mendapat kesulitan melayani pelanggan yang kurang merasa

puas ketika tidak mendapatkan meja saat ramai pengunjung. Hal ini dikarenakan belum adanya informasi langsung kepada pelanggan sebelum pelanggan berkunjung.

Dari hasil wawancara kepada pelanggan *Coffee Toffee*, penulis memperoleh permasalahan-permasalahan yang ada di *Coffee Toffee* yaitu :

1. Sulitnya mendapatkan informasi mengenai produk dan promo.
2. Belum tersedianya tempat pemesanan dan pemasaran produk pada *CoffeeToffee*
3. Total pembayaran melebihi perkiraan pelanggan

2. *Specify user and organisational requirements*

Dari hasil wawancara dengan pihak *Coffee Toffee* dan beberapa pelanggan Informasi yang dibutuhkan untuk diterapkan kedalam sistem adalah sebagaimana dilihat pada TABEL I

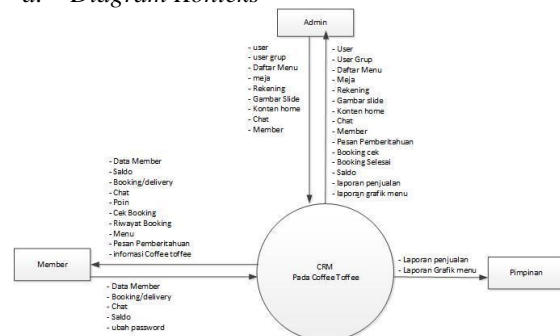
TABEL I
DATA INFORMASI

No.	Infomasi yang dibutuhkan	Tujuan
1.	Data meja, menu makanan, minuman, promo dan data pelanggan	Admin dan pelanggan
2.	Data transaksi	Admin dan pelanggan
3.	Laporan penjualan	Admin dan pimpinan

3. *Produce design solutions*

Melakukan pemodelan sistem dengan menggunakan diagram konteks dan DFD.

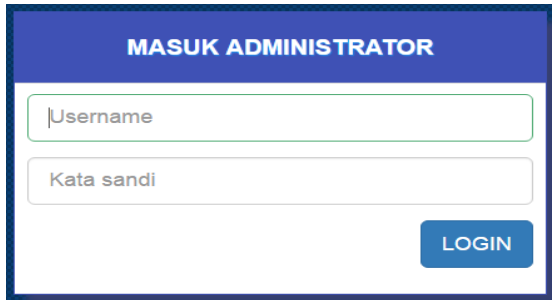
a. Diagram Konteks



Gambar 2. Diagram Konteks.

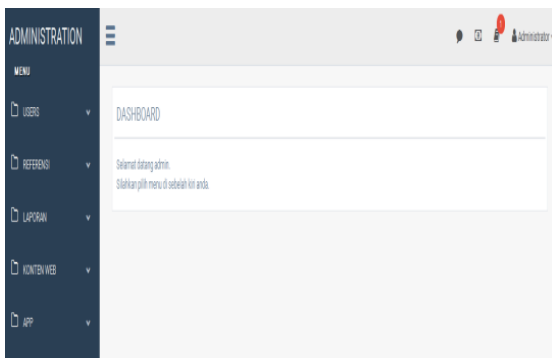
b. *Desan implemtasi sistem*

1. Tampilan halamn login admin dan pimpinan



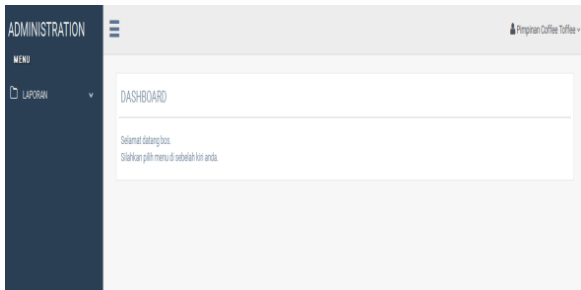
Gambar 3. halaman login admin dan pimpinan

2. Halaman awal administrator



Gambar 4. Halaman Utama user/Administrator

3. Halaman awal pimpinan



Gambar 5 Halaman Utama Pimpinan

4. Halaman laporan penjualan

Kode Booking	Nama Meja	Member	Tanggal Booking	Total Bayar
14-20170423-854176972	Delivery	Nifantri	2017-04-23 23:44:32	Rp. 29.500
17-20170509-337363129	Meja 07	Herman	2017-05-09 07:31:33	Rp. 828.000
21-20170509-406250698	Meja 06	Budi suhartanto	2017-05-09 07:22:58	Rp. 727.000
24-20170504-822982055	Meja 02	Delvin Mohamad	2017-05-08 22:15:05	Rp. 141.000
24-20170504-951632766	Meja 03	Delvin Mohamad	2017-05-04 18:50:30	Rp. 188.500
25-20170509-942096963	Meja 10	Anshar Dwi	2017-05-09 07:09:02	Rp. 162.500
Total:				Rp. 2.076.500

Gambar 6. Halaman Laporan Penjualan

5. Halaman print out laporan

Kode Booking	Nama Meja	Member	Tanggal Booking	Total Bayar
14-20170423-854176972	Delivery	Nifantri	2017-04-23 23:44:32	Rp. 29.500
17-20170509-337363129	Meja 07	Herman	2017-05-09 07:31:33	Rp. 828.000
21-20170509-406250698	Meja 06	Budi suhartanto	2017-05-09 07:22:58	Rp. 727.000
24-20170504-822982055	Meja 02	Delvin Mohamad	2017-05-08 22:15:05	Rp. 141.000
24-20170504-951632766	Meja 03	Delvin Mohamad	2017-05-04 18:50:30	Rp. 188.500
25-20170509-942096963	Meja 10	Anshar Dwi	2017-05-09 07:09:02	Rp. 162.500
Total:				Rp. 2.076.500

Gambar 7. Halaman print out Laporan

6. Halaman laporan menu grafik



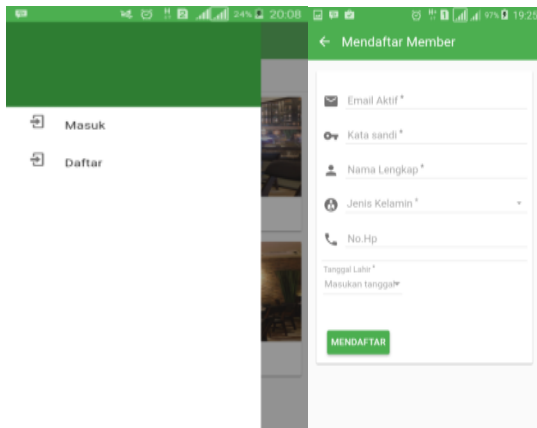
Gambar 8. Halaman laporan menu grafik

7. Halaman utama member



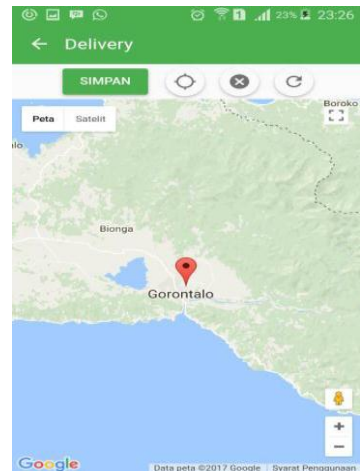
Gambar 9. Halaman utama member

8. Halaman login daftar member



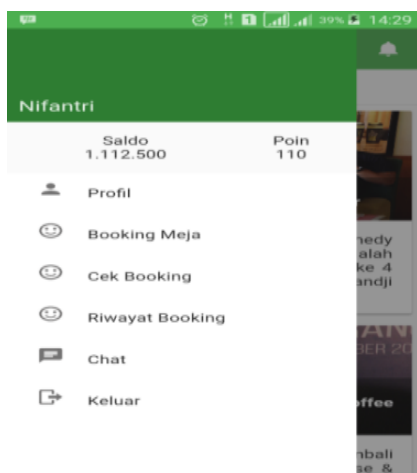
Gambar 10. Halaman Login daftar

11. Halaman lokasi member



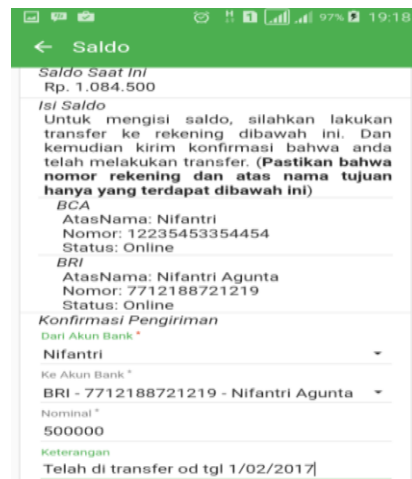
Gambar 13. Halaman lokasi member

9. Halaman menu member



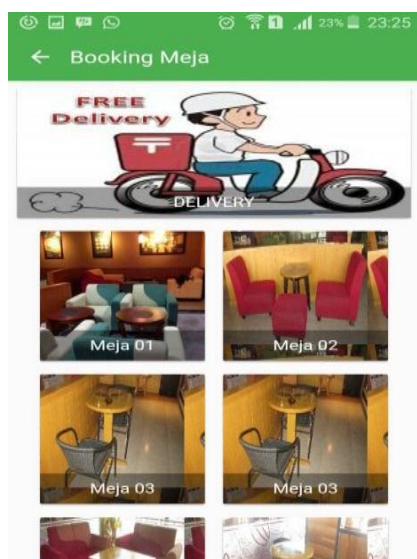
Gambar 11. Halaman menu member

12. Halaman tambah saldo



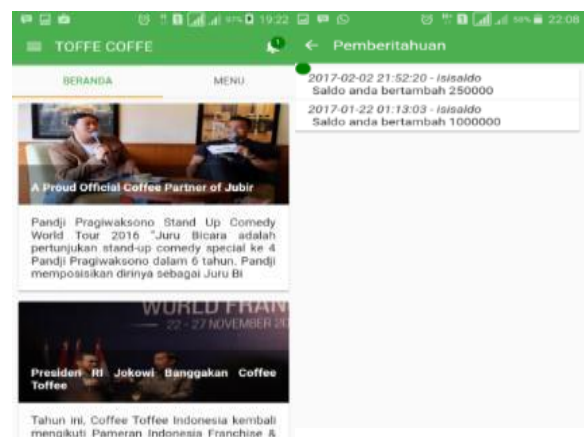
Gambar 14. Halaman tambah saldo

10. Halaman booking delivery



Gambar 12. Halaman booking/delivery

13. Halaman notifikasi saldo member



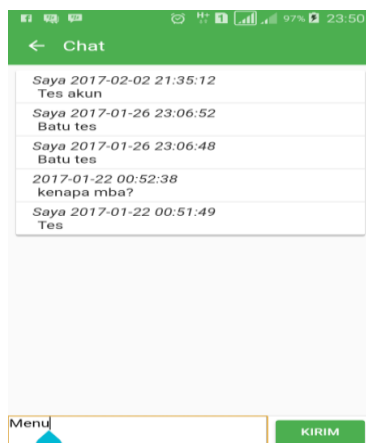
Gambar 15. Halaman Notifikasi saldo member

14. Halaman penukaran poin



Gambar 16. Halaman penukaran poin

15. Halaman chat



Gambar 17. Halaman Chat

4. Evaluate designs against user requirements

Pada tahap ini, akan dilakukan pengujian terhadap sistem yang dikembangkan. Pengujian ini bertujuan agar sistem yang telah dirancang dapat diuji coba untuk mengetahui sistem tersebut sudah sesuai dalam hal ini pengujian difokuskan pada pengujian *blackbox*

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan, permasalahan yang sering terjadi pada Coffee Toffee terkait dengan pelayanan kepada pelanggan adalah pelanggan di *Coffee Toffee* sering menunggu lama untuk mendapatkan pesannya, kesulitan dalam mendapatkan informasi menu dan promo yang

disediakan. Hal ini membuat pelanggan merasa tidak puas dan pelanggan akan berpindah ke tempat lain dikarenakan belum adanya sistem yang dapat memudahkan pelanggan untuk melihat informasi menu beserta harganya dan sistem pemesanan yang baik. Sehingga dalam mengatasi permasalahan tersebut maka, dihasilkan sebuah sistem untuk meningkatkan pelayanan pada Coffee Toffee dengan menerapkan strategi bisnis *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis *Web Mobile*.

Aplikasi Coffee Toffee dengan menerapkan strategi bisnis *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis *Web Mobile* menyediakan fitur untuk mengolah data Coffee Toffee terkait data menu harga dan data informasi perusahaan yang di butuhkan oleh pelanggan yang telah tersimpan dalam *database* sistem. Tiap-tiap user yang diberikan hak akses dapat melihat semua data yang diinputkan kedalam sistem serta mengubah atau *edit* dan hapus data yang pernah diinput oleh sistem.

Aplikasi yang dirancang dengan menerapkan strategi bisnis *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis *Web Mobile* menyediakan fitur pemesana atau booking meja untuk member dapat dilihat pada gambar 4.11, member lebih mudah dan cepat untuk melakukan pemesanan meja dan menu. Pelanggan pun dapat melihat riwayat booking setelah melakukan booking meja sehingga pelanggan tidak perlu lagi untuk meminta struk. Dengan adanya fitur pemesanan pada aplikasi Coffee Toffee, menjawab permasalahan yang ditemukan dimana pelanggan harus datang langsung untuk melakukan pemesanan meja dan menu. Aplikasi yang dibangunpun menyediakan sistem deposit (saldo) dapat dilihat pada gambar 4.13, dengan adanya sistem deposit ini dimanan pelanggan dapat melakukan pengisian saldo untuk membeli produk berupa menu, serta dapat memudahkan pelanggan dalam melakukan pembayaran sehingga jumlah pembayaran sesuai dengan harapan pelanggan. Dengan adanya sistem deposit pada aplikasi Coffee Toffee, menjawab permasalahan yang ditemukan dimana pelanggan sering melakukan pembayaran melebihi yang diperkirakan. Hal ini membuat pelanggan kurang merasa puas dengan sistem pembayaran yang ada di Coffee Toffee. Selain itu, peneliti juga menyediakan sistem penukaran poin dapat dilihat pada gambar 4.15, dimana setiap menu di berikan poin yang di atur oleh admin. sehingga saat member melakukan pemesanan dapat mengumpulkan poin yang bisa ditukar dengan menu atau membayar dengan dengan jumlah poin yang telah terkumpul. Hal ini juga akan memberikan kepuasan tersendiri kepada pelanggan, dapat mempertahankan pelanggan dan dapat menambah pelanggan baru.

Aplikasi Coffee Toffee dengan penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) juga menyediakn fitur chatting untuk interaksi antar perusahaan dan pelanggan dapat dilihat pada gambat

4.16. Sistem chat ini dibuat agar perusahaan dapat mengetahui keluhan dari member yang dapat mengukur tingkat kepuasan pelanggannya serta mengetahui yang diinginkan oleh pelanggan untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan dalam meningkatkan pelayanan pada Coffee Toffee.

Selain itu aplikasi Coffee Toffee dengan penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web mobile terdapat fitur notifikasi atau pemberitahuan tentang informasi mengenai promo, penambahan saldo, chat pada member dan pemberitahuan booking meja kepada admin yang tersimpan pada *database* sistem. sehingga mempermudah dan mempercepat respon dalam penanganan terhadap pelayanan pada pelanggan dapat dilihat pada gambar 4.14.

Sistem yang di rancangpun menyediakan fitur laporan rekapan penjualan untuk pimpinan perusahaan dan admin dapat dilihat pada gambar 4.6. Rekapan laporan penjualan ini di hasilkan dari data booking member yang melakukan pemesanan. Pimpinan dapat melihat laporan penjualan perbulan, serta dapat mencetak hasil dari rekapan laporan penjualan dapat dilihat gambar 4.7.

VI. KESIMPULAN

Kesimpulan

Setelah dilakukan analisis permasalahan, penulis berhasil merancang sistem pada *Coffee Toffee* dengan menerapkan strategi bisnis *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis *web mobile* dengan metode *User Centerd Design* (UCD). Sistem yang dibuat berdasarkan kebutuhan *ser*, aplikasi yang dibuatpun dapat mengatasi permasalahan yang terjadi pada *Coffee Toffee*. *Coffee Toffee* dapat mengolah data perusahaan dengan lebih baik, aplikasi yang dirancang membuat *Coffee Toffee* mendapatkan pelanggan baru dan memungkinkan dapat mempertahankan pelanggannya dengan adanya sistem yang mengimplementasikan strategi bisnis *Customer Relationship Management* (CRM).

Dengan penerapan strategi bisnis *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis *web mobile*, pelanggan lebih mudah mengakses sistem ini dimana saja dan kapan saja dengan jangkauan internet. Pelanggan dapat melihat informasi yang ada pada *Coffee Toffee*, ketersediaan meja dan menu. Selain itu, aplikasi yang telah dirancang dapat mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan produk dan melakukan pembayaran dengan tepat sesuai dengan harapan pelanggan.

Kelemahan dari aplikasi ini yakni belum berbasis *IOs*, sehingga masih perlu dilakukan pengembangan pada penelitian selanjutnya. Untuk peningkatan akses pada aplikasi *Coffee Toffee* diharapkan dapat dikembangkan menjadi sebuah aplikasi yang berbasis *IOs* untuk *iPhone*.

B. Saran

Adapun saran untuk mengembangkan penelitian ini yakni menggabungkan sistem Coffee Toffee dengan Kingdom Foodcourt pada ruang lingkup penelitian dan menambahkan fitur –fitur untuk menarik pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bulotio, S.L.2015. Penerapan *Customer Relationship management (CRM)*. Gorontalo. Skripsi Sistem Informasi.
- [2] Kahar,N., Astutui, R.W., dan Reni.2013. *Aplikasi Pemesanan Makanan Online Berbasis Web Pada Rumah Makan Pagi Sore Sipin Jambi*.
- [3] <http://www.portalgaruda.org/?ref=browse&mod=viewarticle&article=123358>. (Diakses Tanggal 7 September 2016)
- [4] Kurniawan, A. 2013. *Perancangan CRM Pada PO Dedy Jaaya Berbasis Web Menggunakan Metode User centered Design (UCD) Sebagai Upaya Menjaga Kesetiaan pelanggan*. Semarang. Jurnal Sistem Informasi. (Diakses tanggal 10 Januari 2016)
- [5] Yusuf, B. R., Nur, A. H., dan Zainudin, B.F.2009. *Pengembangan Aplikasi CustomerRelationship Management (CRM) Berbasis Web Pada PT. Cristal Laju Wisata*. Jakarta. Jurnal Sistem Informasi. (Diakses Tanggal 12 Januari 2016)

