

PENERAPAN CRM SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA ARYA WEDDING DECORATION**Nur Ayu Lestari Arya¹, Irianto^{2*}, Andrinata²**¹Mahasiswa Prodi Sistem Informasi, STMIK Royal²Prodi Sistem Komputer, STMIK Royal**email: irianto2121212@gmail.com*

Abstract: Arya Wedding Decoration Sei Alim Ulu Village is a work that is engaged in services that lead to organizing an event or event, which can make it easier for customers or clients who order an event package to Arya Wedding Decoration to be held professionally with maximum results than done by the client. Arya Wedding Decoration in its implementation in organizing events consists of a team in the success of an event. The Arya Wedding Decoration Sei Alim Ulu Village in its implementation experienced several problems, namely the limited promotional media, namely only using social media applications, as well as the limited efforts to retain clients and find new clients in order to increase the existence of the Arya Wedding Decoration Sei Alim Ulu Village party. The problems that have been described underlie the need for a very popular technology whose presence has various features to know client opinions, event package promos, package ratings, event package testimonials, package orders and the convenience of contacting the Makeup and Decoration party because it is supported by an application that is directly connected to the Arya Wedding Decoration Sei Alim Ulu Village via live chat.

Keywords: CRM, wedding organizer, PHP and MySQL

Abstrak: Arya Wedding Decoration Desa Sei Alim Ulu merupakan pekerjaan yang bergerak dibidang jasa yang mengarah kepada mengorganisasikan suatu kegiatan acara atau event, yang dapat memudahkan pelanggan atau klien yang memesan sebuah paket event ke pihak Arya Wedding Decoration guna diselenggarakan secara profesional dengan hasil yang lebih maksimal dari pada dikerjakan sendiri oleh klien. Pihak Arya Wedding Decoration pada implementasinya dalam menyelenggarakan event terdiri dari sebuah tim dalam menyukseskan sebuah event. Pihak Arya Wedding Decoration Desa Sei Alim Ulu dalam implementasinya mengalami beberapa permasalahan yaitu terbatasnya media promosi yaitu hanya menggunakan aplikasi sosial media, serta terbatasnya usaha mempertahankan klien dan mencari klien baru guna meningkatkan eksistensi dari pihak Arya Wedding Decoration Desa Sei Alim Ulu. Permasalahan yang telah diuraikan, mendasari perlunya teknologi yang sangat populer kehadirannya yang memiliki beragam fitur mengetahui pendapat klien, promo paket event, rating paket, testimoni paket event, pemesanan paket dan kemudahan menghubungi pihak Tata Rias dan Dekorasi karena sudah didukung dengan aplikasi yang langsung terhubung dengan pihak Arya Wedding Decoration Desa Sei Alim Ulu melalui live chat.

Kata kunci: CRM, wedding organizer, PHP dan MySQL.

PENDAHULUAN

Event organizer merupakan pekerjaan yang bergerak dibidang jasa yang mengarah kepada mengorganisasikan suatu kegiatan acara atau *event*, yang dapat memudahkan pelanggan atau klien yang memesan sebuah paket *event* ke pihak *Event organizer* guna diselenggarakan secara profesional dengan hasil yang lebih maksimal dari pada dikerjakan sendiri oleh klien [1]. Pihak *Arya Wedding Decoration* Desa Sei Alim Ulu pada implementasinya dalam menyelenggarakan *event* terdiri dari sebuah tim dalam menyelesaikan sebuah *event*.

Pihak *Arya Wedding Decoration* Desa Sei Alim Ulu terdiri dari sebuah tim dimana setiap anggota pada pihak *Arya Wedding Decoration* Desa Sei Alim Ulu memiliki tugasnya masing-masing sesuai dengan skill yang dimiliki setiap anggotanya. Keberadaan pihak *Arya Wedding Decoration* Desa Sei Alim Ulu memungkinkan untuk ikut membantu klien dalam menyelesaikan suatu *event* yang dimulai dari persiapannya hingga pada eksekusi *event* pada hari H.

Permasalahan yang ada pada salah satu penyedia jasa layanan *Wedding Decoration* adalah terbatasnya media promosi yaitu hanya menggunakan aplikasi *social media*, serta terbatasnya usaha mempertahankan klien dan mencari klien baru guna meningkatkan eksistensi dari pihak *Wedding Decoration*. Klien pada kenyataannya masih mengalami kesulitan dalam pemesanan atau *booking* paket *event* karena masih dilakukan secara manual seperti langsung datang ke tempat penyedia jasa layanan *Wedding Decoration* yang menguras waktu untuk bernegosiasi ataupun menginginkan informasi terkait paket *event* dan vendor pendukung yang tersedia dari pihak *Wedding Decoration*.

CRM (Customer Relationship Management) yang diimplementasikan dalam bentuk digital seperti menggunakan media aplikasi *web browser*, *e-mail*, *call center*, maupun personalisasi langsung antara perusahaan ke pelanggan yang membuat sebuah perusahaan dan pelanggannya sudah masuk ke teknologi online service seperti *live chat*. sehingga pihak *Wedding Decoration* dapat menerapkan beragam fitur mengetahui pendapat klien, promo paket *event*, rating paket, testimoni paket *event*, pemesanan paket dan kemudahan menghubungi pihak *Wedding Decoration*.

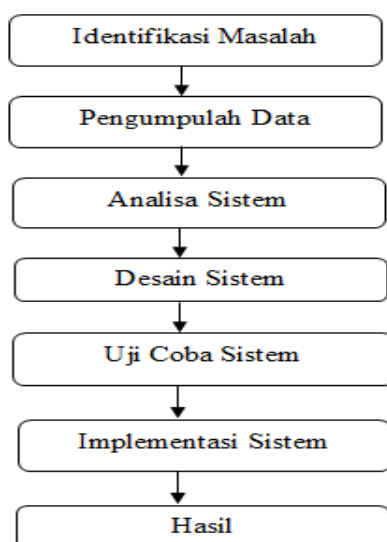
Penelitian sebelumnya Evariyanti, F. P., Estiyanti, N. M., & Sephy Lavianto, S. E. (2020). Melakukan penelitian dengan judul *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Travel Agent Online mybaliwisata* menarik kesimpulan bahwa setelah menganalisis strategi *marketing online* untuk meningkatkan penjualan *travel agent online mybaliwisata.com*, selanjutnya menganalisis bagaimana hasil data dari penjualan *travel agent online mybaliwisata.com* setelah mengimplementasikan strategi *marketingonline* yang dilakukan secara bersamaan selama 5 (lima) bulan tersebut, hasilnya *mybaliwisata.com* berhasil mendapatkan tamu saat melakukan promosi *online* di media sosial[2].

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Kifti, W. M., & Swaradana, W. (2020), “Analisis Dan Perancangan Pemasaran Dengan Konsep *Customer Relationship Manajemen (CRM)*” peneliti menyimpulkan bahwa sistem yang dirancang dapat memudahkan pelanggan dalam pembelian yang dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun, mempermudah UD. Terang Jaya menjual produk yang dipasarkan sesuai dengan keinginan konsumen. Kemudian sistem yang dirancang juga dapat menarik

pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama[3]. Adapun tujuan dari penelitian ini dapat membantu Arya Wedding Decoration dalam mempromosikan dan memberi informasi kepada banyak orang melalui sistem yang telah dibangun, serta memudahkan pemesanan atau *booking* paket yang telah di sediakan oleh Arya Wedding Decoration.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan sebuah metode yang membahas tentang masalah dengan cara memaparkan, menafsirkan dan menuliskan pada suatu keadaan atau peristiwa yang nantinya dianalisis lalu mengambil sebuah kesimpulan yang umum dari permasalahan yang dibahas. Bentuk penelitian ini dilakukan melalui wawancara atau *observasi* langsung, bertujuan untuk menggambarkan mengenai suatu fakta-fakta atau suatu keadaan yang terdapat pada tempat penelitian dilakukan. Adapun tahapan kerangka kerja yang dilakukan adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Struktur Metodologi Penelitian

Customer Relationship Management (CRM)

CRM adalah manajemen hubungan pelanggan yaitu suatu jenis manajemen yang secara khusus membahas teori mengenai penanganan hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan di mata pelanggannya. CRM melingkupi semua aspek yang berhubungan dengan calon pelanggan dan pelanggan saat ini [4].

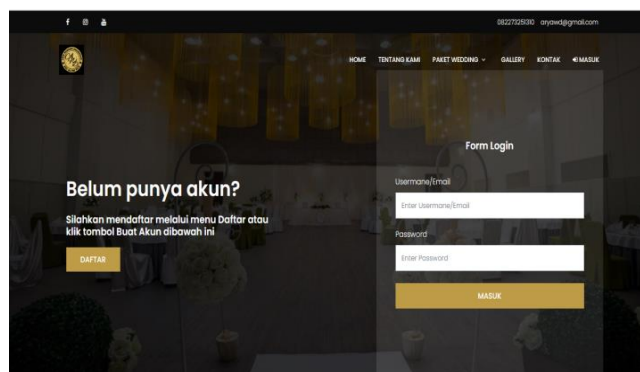
HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam implementasi sistem ini akan menampilkan implementasi rancangan

antarmuka. Implementasi rancangan antarmuka ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu implementasi rancangan antarmuka *user* dan implementasi rancangan antarmuka admin. Implementasi antarmuka *user* terdiri atas beberapa menu pilihan antara lain menu *home*, tentang kami, semua paket, keranjang belanja, dan *login*. Sedangkan pada implementasi rancangan antarmuka admin terdiri dari *home*, ganti *password*, Tentang Kami *home online*, kategori paket, paket, Pesanan, kontak, laporan dan *logout*.

Halaman *Login*

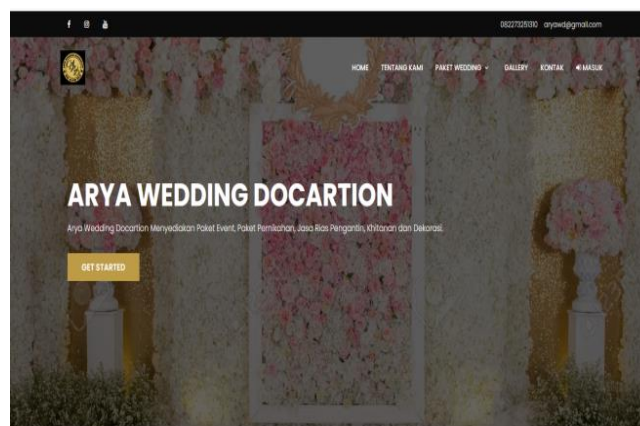
Pada halaman *login* yang mana admin masuk ke dalam sistem untuk mengolah sistem dengan mengisi *username* dan *password*.



Gambar 2. Tampilan Halaman *Login*

Halaman Home

Berikut Halaman *home* untuk memasuki *website Arya Wedding Decoration Desa Sei Alim Ulu Online*:



Gambar 3. Tampilan Halaman *Home*

Halaman Tentang Kami

Berikut Halaman Tentang Kami merupakan halaman yang berisikan informasi mengenai Tentang Kami Arya Wedding Decoration Desa Sei Alim Ulu:

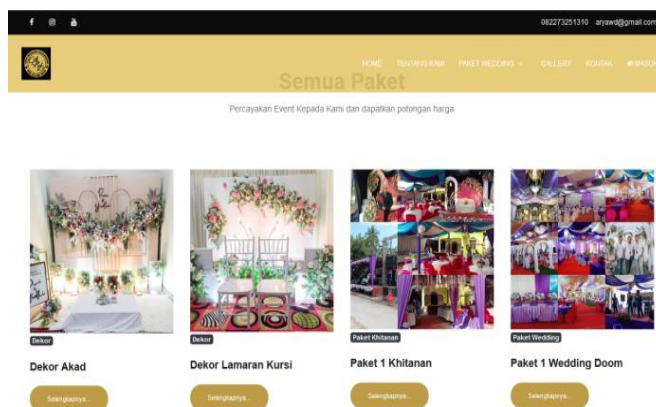


Usaha Arya Wedding Organizer berdiri pada tahun 2010 yang didirikan oleh Wahyudi. Awal mula usaha ini hanya tenda (tenda) dan hiburan saja. Berjalannya waktu Wahyudi mengembangkan bisnisnya dalam bidang Make-up dan decoration dengan menargetkan pada klien yang beberapa bulan kemudian semakin banyak yang datang dan klien tidak ingin repot harus mencari – mencari untuk membooking perlengkapan resepsinya. Berkembangnya usaha tersebut Wahyudi menambahkan perlengkapan dan anggotanya seperti Tarian, Pelaminan, Decoration, Tenda Gedung serta bekerjasama dengan jasa Fotografi.

Gambar 4. Tampilan Halaman Tentang Kami

Halaman Semua Paket

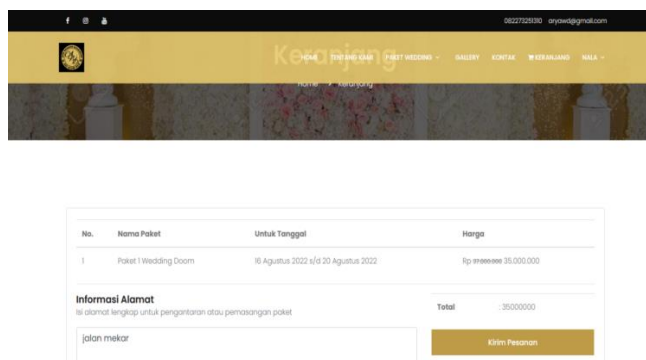
Berikut Halaman semua paket merupakan halaman yang berisikan daftar paket-paket yang ada di *website Arya Wedding Decoration Desa Sei Alim Ulu*:



Gambar 5. Tampilan Halaman Semua Paket

Halaman Keranjang Pesanan

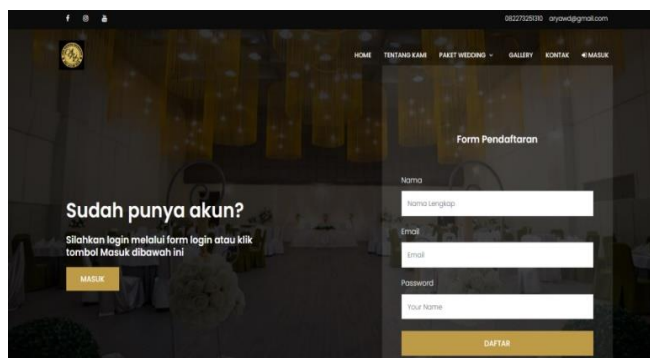
Berikut Halaman keranjang pesanan merupakan halaman yang berisikan daftar paket-paket yang akan dipesan:



Gambar 6. Tampilan Halaman Keranjang Pesanan

Halaman Daftar Dan Login Pelanggan

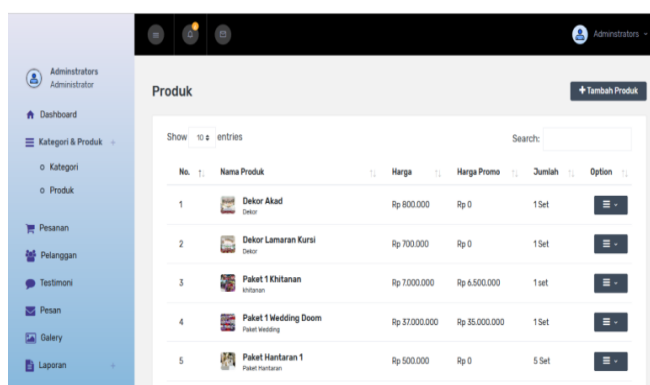
Saat calon Pelanggan ingin memesan, maka akan masuk ke *form* pendaftaran Pelanggan dan *login* ketika selesai mendaftar. Berikut tampilan halaman daftar dan *login* Pelanggan:



Gambar 7. Tampilan Halaman Daftar Dan Login Pelanggan

Halaman Paket

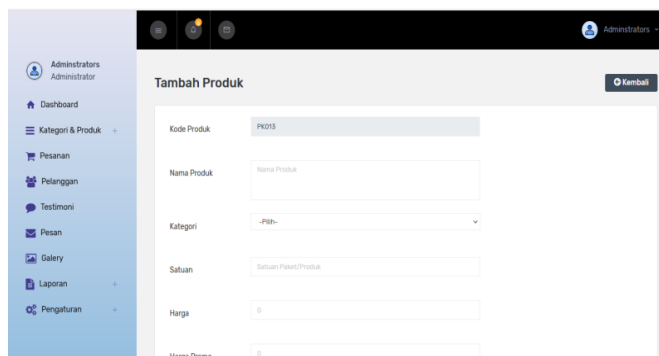
Halaman paket merupakan halaman untuk *admin* mengolah data paket, berikut tampilan halaman paket:



Gambar 8. Tampilan Halaman Paket

Halaman Tambah Paket

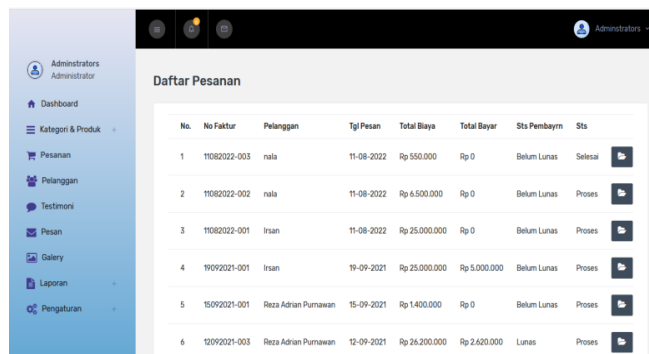
Halaman tambah paket merupakan halaman untuk menambah data paket, berikut tampilan halaman tambah paket:



Gambar 9. Tampilan Halaman Tambah Paket

Halaman Pesanan

Halaman Pesanan merupakan halaman untuk mengolah data Pesanan, berikut tampilan halaman Pesanan:

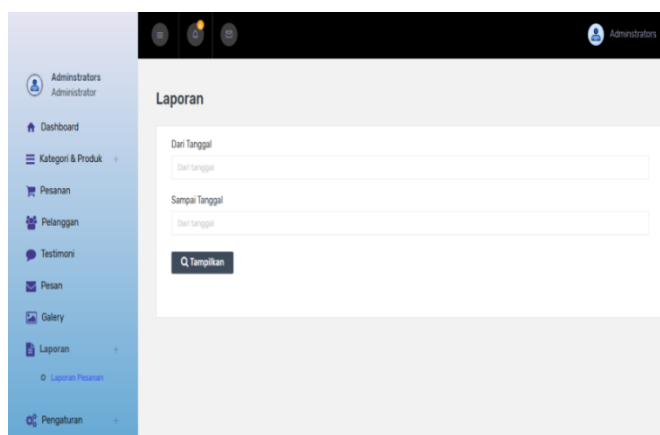


No.	No Faktur	Pelanggan	Tgl Pesan	Total Biaya	Total Bayar	Sta Pembayaran	Sta
1	11082022-003	nala	11-08-2022	Rp 550.000	Rp 0	Belum Lunas	Selesai
2	11082022-002	nala	11-08-2022	Rp 6.500.000	Rp 0	Belum Lunas	Proses
3	11082022-001	Irsan	11-08-2022	Rp 25.000.000	Rp 0	Belum Lunas	Proses
4	19092021-001	Irsan	19-09-2021	Rp 25.000.000	Rp 5.000.000	Belum Lunas	Proses
5	15092021-001	Reza Adrian Purnawan	15-09-2021	Rp 1.400.000	Rp 0	Belum Lunas	Proses
6	12092021-003	Reza Adrian Purnawan	12-09-2021	Rp 26.200.000	Rp 2.600.000	Lunas	Proses

Gambar 10. Tampilan Halaman Pesanan

Halaman Laporan Pesanan

Halaman laporan Pesanan merupakan halaman untuk admin menginputkan tanggal laporan Pesanan untuk di proses, berikut tampilan halaman laporan Pesanan:



Gambar 11. Tampilan Halaman Laporan Pesanan

SIMPULAN

Berdasarkan implementasi dan pengujian yang telah dilakukan selama membuat sistem ini, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut: (1) Pada sistem informasi pemasaran yang sedang berjalan masih terdapat kelemahan-kelemahan terutama pada proses penyampaian informasi promosi., (2) Dengan menggunakan sistem terkomputerisasi yang berbasis *web* maka proses penyimpanan data dapat lebih akurat dan tersimpan rapi, serta proses penyampaian informasi promosi dapat lebih cepat dan respon terhadap penjualan pun akan lebih cepat., (3) Sistem yang diusulkan adalah sistem yang telah memenuhi kebutuhan dan mempunyai keunggulan yaitu terintegrasi dengan sistem yang berkaitan dengan pemasaran dan hubungan antar pelanggan dengan menerapkan sistem *e-marketing*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. Y. Yarcana, I. M. A. D. Suarjaya, and I. P. A. Bayupati, “Penerapan E-CRM dengan Dukungan Sistem Informasi pada Event Organizer Berbasis Android,” *J. Ilm. Merpati (Menara Penelit. Akad. Teknol. Informasi)*, vol. 8, no. 1, p. 22, 2020, doi: 10.24843/jim.2020.v08.i01.p03.
- [2] F. P. Evaryanti, N. M. Estiyanti, and S. Lavianto, “Analisis Strategi E-Marketing Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Travel Agent Online mybaliwisata.com,” *J. Appl. Informatics Comput.*, vol. 3, no. 1, pp. 12–17, 2019, doi: 10.30871/jaic.v3i1.1154.
- [3] W. M. Kifti and W. Swaradana, “ANALISIS DAN PERANCANGAN E-MARKETING DENGAN KONSEP CUSTOMER RELATIONSHIP MANAJEMEN (CRM) Teknik Pengumpulan Data : a . Observasi,” *J. Sci. Soc. Res.*, vol. 3, no. 1, pp. 57–63, 2020.
- [4] J. Puspa and D. Sugjana, “Strategi Customer Relationship Management (CRM) PT Angkasa Pura II PT Angkasa Pura II (Persero) Customer Relationship Management (CRM) Strategy,” vol. 6, no. 1, pp. 10–23, 2018.
- [5] M. S. Malawat, D. Harwini, N. Mulyani, and J. Hutahaean, “E-Commerce Penjualan Menggunakan Metode Customer Relationship Management (Crm),” *J. Mantik Penusa*, vol. 2, no. 2, 2018.
- [6] A. Supriatna and H. Budianto, “PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA GELORA MUKTI SPORT BERBASIS WEB,” *NUANSA Inform.*, vol. 13, no. 2, p. 11, 2019.
- [7] D. Hadiani, A. H. Munawar, and N. Supriatna, “Keputusan Memilih Jasa Wedding Organizer Decision to Choose Wedding Organizer Services Based on Physical Evidence Factor,” *J. Konsep Bisnis dan Manaj.*, vol. 6, no. 1, pp. 69–79, 2019, [Online]. Available: <http://ojs.uma.ac.id/index.php/bisiman/article/view/2891>.
- [8] I. Tanjung, “Perancangan Sistem Informasi Rekam Medis Terpadu Dalam Upaya,” *J. Intra-Tech*, vol. 1, no. 1, pp. 43–54, 2017.
- [9] W. Aprianti and U. Maliha, “Sistem Informasi Kepadatan Penduduk Kelurahan Atau Desa Studi Kasus Pada Kecamatan Bati-Bati,” vol. 2, no. 2013, pp. 21–28, 2016.
- [10] I. Budiman, S. Saori, R. N. Anwar, F. Fitriani, and M. Y. Pangestu, “Analisis Pengendalian Mutu Di Bidang Industri Makanan (Studi Kasus: Umkm Mochi Kaswari Lampion Kota Sukabumi),” *J. Inov. Penelit.*, vol. 1, no. 10, pp. 2185–2190, 2021.