

Penerapan CRM (Customer Relationship Management) Untuk Mengukur Loyalitas Pelanggan Menggunakan Metode Service Quality (Studi Kasus Cleo Photo Studio)

Imelda Larasati¹, Edward Rajagukguk², Imelda Sri Dumayanti³, Arina Prima Silalahi⁴

^{1,2,3,4} Fakultas Ilmu Komputer
Universitas Methodist Indonesia

Info Artikel

Histori Artikel:

Received, August 19, 2021

Revised, August 24, 2020

Accepted, Sept 18, 2020

Keywords:

CRM Loyalitas pelanggan
Service quality Cleo photo
studio

ABSTRACT

Saat ini Customer Relationship Management Sangat Penting Untuk Membina Hubungan Antara Pelanggan Dan Pihak Penjual Jasa Serta Memberikan Informasi Yang Dilakukan Oleh Pelanggan. Cleo Photo Studio Merupakan Salah Satu Pelaku Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Yang Bergerak Dalam Bidang Penjualan Jasa Photo Studio. Permasalahan Yang Dihadapi Cleo Photo Studio Saat Ini Adalah Belum Adanya Sistem Yang Dapat Berjalan Dalam Pemesanan Yang Masih Dilakukan Secara Manual Dengan Mengunjungi Studio Untuk Melakukan Pemesanan Dan Untuk Mengetahui Informasi Mengenai Studio. Dalam Penelitian Ini Penulis Menerapkan Crm (Customer Relationship Management) Sebagai Media Informasi Dan Pemasaran Kepada Studio. Yang Bertujuan Agar Memudahkan Pihak Studio Dalam Menyampaikan Informasi Kepada Konsumen. Serta Menggunakan Metode Service Quality Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Cleo Photo Studio. Aplikasi Sistem Penjualan Jasa Diharapkan Dapat Menyelesaikan Permasalahan Cleo Photo Studio.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Penulis Koresponden:

Imelda Larasati,
Fakultas Ilmu Komputer,
Universitas Methodist Indonesia, Medan,
Jl. Hang Tua No.8, Medan - Sumatera Utara.
Email: nainggolanimelda91@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perkembangan internet saat ini mengharuskan semua bidang usaha juga ikut terlibat dalam menyokong keberlangsungan proses bisnisnya [1]–[3]. Saat ini semakin banyak Jasa yang bergerak dibidang Fotografi atau photo studio, Namun sedikit Jasa atau studio hanya sekedar menawarkan jasa tanpa memberi kemudahan layanan dan informasi terhadap konsumen[4]. Photo studio adalah jenis usaha yang bergerak dalam bidang Fotografi, yang menjadi suatu kebutuhan dalam mendokumentasikan momen-momen penting dalam kehidupan manusia, seperti ulang tahun, pernikahan, atau momen- momen indah lainnya [5]. Cleo photo studio merupakan sebuah photo studio yang berlokasi di Jl.Lumban Nabolon Narumonda, Toba. Sampai saat ini Cleo Photo Studio telah memiliki konsumen baik dari kalangan masyarakat, sayangnya kondisi penggunaan system pemasaran pada Cleo photo studio masih menggunakan sistem konvensional, sehingga konsumen

harus datang ke Studio untuk mengetahui informasi serta promo-promo yang ada di studio dan pencatatan data-data pelanggan, pembayaran serta laporan masih menggunakan buku catatan. dan belum adanya sistem reservasi. Masalah tersebut dapat di atasi dengan membangun sebuah sistem pelayanan pelanggan berbasis web CRM (customer relationship management). Adapun berbagai jenis jasa foto yang banyak diminati oleh pelanggan Cleo photo studio, seperti jasa foto pernikahan, prewedding, wisuda, foto keluarga hingga jasa foto lainnya[6].

Dari permasalahan di atas, bahwa Cleo Photo Studio membutuhkan sebuah sistem yang mendukung proses pemasaran dan penawaran jasa kepada pelanggan, dengan menggunakan CRM (Customer Relationship Management) berbasis web yang nantinya akan digunakan sebagai media pemasaran bagi Cleo Photo Studio. Customer Relationship Management, atau yang disingkat CRM [7], CRM adalah strategi manajemen hubungan pelanggan dengan perusahaan yang bertujuan untuk mengelola hubungan baik dengan para konsumen atau pelanggan, mengumpulkan semua data pelanggan, kemudian merekam aktivitas tenaga penjual, [8] terutama dalam berhubungan dengan calon pelanggan atau yang sudah jadi pelanggan tetap. dapat memudahkan pelanggan dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan kapan saja dan dimana saja. Serta menggunakan Service Quality (Servqual) yang merupakan suatu cara instrument untuk melakukan pengukuran kualitas jasa yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry.[9]

Diharapkan Studio dapat meningkatkan kualitas pelayanan Studio, mengetahui ada atau tidaknya kekurangan dalam pelayanan yang telah diberikan Cleo Photo Studio kepada pelanggan, Sehingga Studio dapat bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul. Kehadiran sistem reservasi nantinya diharapkan mampu untuk memberikan kemudahan bagi konsumen dan mampu meningkatkan pelayanan di Cleo Photo Studio.

Oleh sebab itu dirancang suatu system aplikasi website Penerapan Crm (Customer Relationship Management) Untuk Mengukur Loyalitas Pelanggan Menggunakan Metode Service Quality Studi Kasus Cleo Photo Studio.

2. METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data dapat diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Cara yang dilakukan untuk mendapatkan data primer atau data yang diperoleh dari objek penelitian adalah sebagai berikut :

1. Metode Pengumpulan Data

a. Studi Pustaka

Pengumpulan data dilakukan dengan cara mempelajari, meneliti, dan menelaah berbagai literatur dari perpustakaan yang bersumber dari buku-buku, jurnal ilmiah, situs internet, dan bacaan lainnya yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

b. Studi Lapangan

Studi lapangan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan penelitian dan peninjauan secara langsung terhadap permasalahan yang diambil.

c. Wawancara

Teknik wawancara merupakan suatu langkah dalam penelitian ilmiah berupa penggunaan proses komunikasi verbal untuk mengumpulkan informasi dari seorang sumber. Wawancara sendiri dilakukan dengan pemilik Toko Sibayak Ketaren Rotan dengan menanyakan proses yang sedang berjalan dan kelemahan apa saja dari sistem yang sedang berjalan saat ini.

d. Observasi

Observasi merupakan cara mengamati obyek penelitian untuk mengerti tentang kebutuhan obyek penelitian tersebut sehingga website yang dibangun dapat memenuhi kebutuhan user.

2. Metode Perancangan Sistem

Metode yang akan digunakan pada kasus ini adalah model Waterfall. Model ini mengusulkan sebuah pendekatan kepada perkembangan software yang sistematis dan sekuensial yang mulai pada tingkat dan kemajuan sistem pada seluruh analisis, desain, kode, pengujian, dan pemeliharaan :

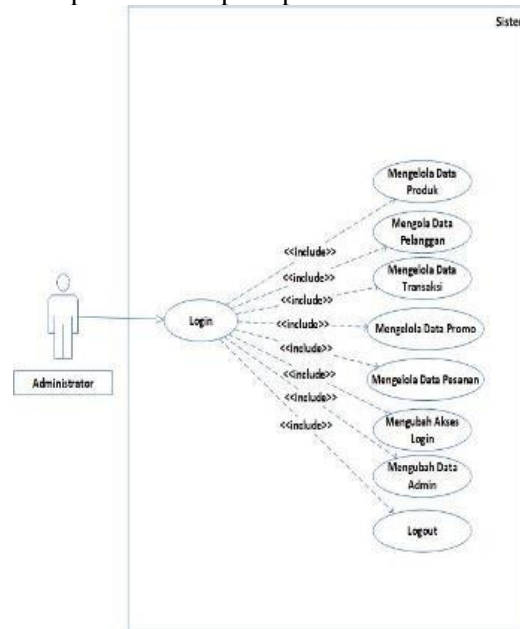
2.1 Unified modeling language (UML)

Unified Modeling Language (UML) untuk menggambarkan Use Case Diagram, Activity Diagram, Sequence Diagram, dan Class Diagram. Unified Modelling Language (UML) adalah bahasa pemodelan sistem atau perangkat lunak yang berparadigma berorientasi objek[10].

2.2 Use Case Diagram

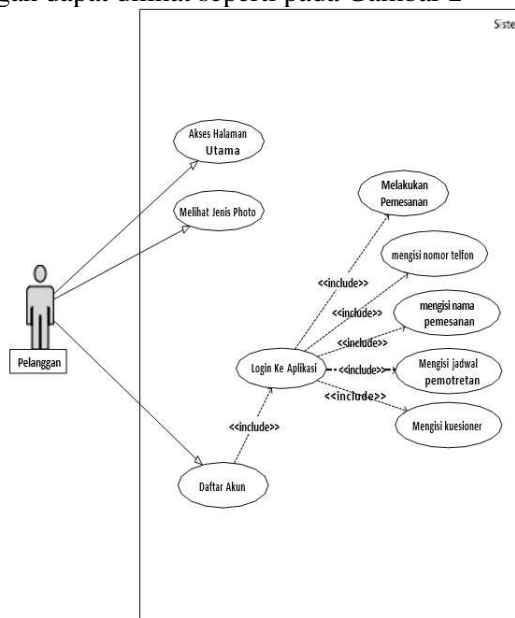
Untuk menjelaskan beberapa macam proses yang berlangsung dalam suatu sistem serta mendokumentasikannya maka dibutuhkan sebuah Use Case Diagram. Berikut merupakan Bagian proses Use case;

1. Use case Diagram administrator Use Case Diagram Administrator menjelaskan kegiatan atau proses yang dapat dilakukan oleh aktor Administrator dalam sistem yang akan dibangun. Use case diagram administrator dapat dilihat seperti pada Gambar 1



Gambar 1 Use Case Administrator

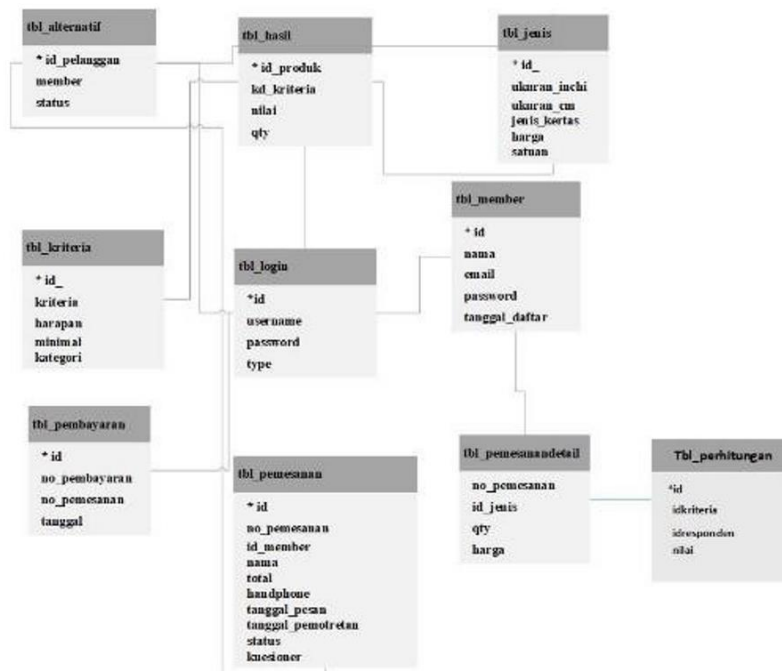
2. Use case Diagram pelanggan Use case diagram pelanggan berfungsi untuk menggambarkan kegiatan dan proses yang dapat dilakukan oleh pelanggan pada aplikasi yang akan dibangun. Use case diagram pelanggan dapat dilihat seperti pada Gambar 2



Gambar 2 Use Case Diagram Pelanggan

3. Activity Diagram menggambarkan berbagai alir aktivitas dalam sistem yang akan dirancang. Dalam activity diagram ini dimodelkan bagaimana masing- masing alir berawal dan proses berakhirnya

4. Sequence Diagram Sequence Diagram berfungsi untuk menjelaskan interaksi objek dan menunjukkan komunikasi diantara objek-objek tersebut yang akan melakukan suatu tugas tertentu
5. Class Diagram Class Diagram dibawah ini dapat dijelaskan bahwa class diagram menjelaskan jenis objek dalam sistem yang saling berhubungan dan digunakan untuk merancang database system. Berikut merupakan proses class diagram yang menjelaskan objek dalam system yang saling berhubungan untuk merancang database pada Gambar 3.



Gambar 3 Class Diagram

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

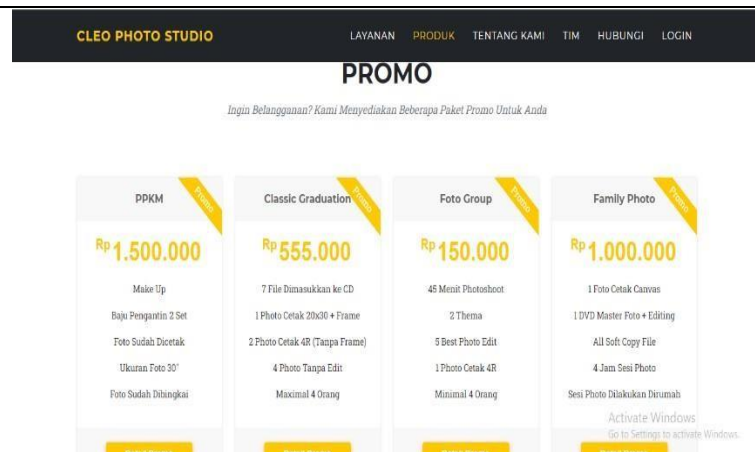
Pada temuan penelitian dijelaskan bersama dengan pembahasan yang komprehensif. Hasil dari penelitian ini dapat dilihat pada bagian-bagian berikut:

1. Halaman utama
Halaman login admin merupakan halam utam di saat ingin memasuki sistem, tampilan halaman utama dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Halaman utama

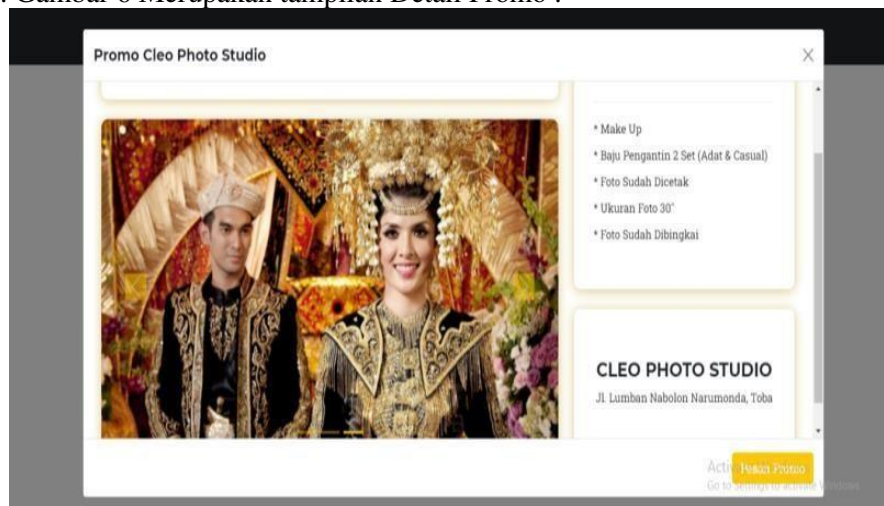
2. Halaman Paket Promo
Halaman paket promo Halaman ini menyediakan jenis paket promo yang tersedia di studio, yang dapat di pesan oleh pelanggan setelah melakukan pendaftaran sebagai member seperti Gambar 5.



Gambar 5. Halaman Paket Promo

3. Halaman Detail Promo

Halaman ini digunakan untuk menampilkan detail dari berbagai jenis-jenis promo yang tersedia di studio. Gambar 6 Merupakan tampilan Detail Promo .



Gambar 6. Halaman Detail Promo

4. Halaman Login

Halaman ini digunakan untuk validasi masuk kedalam sistem yang dibangun, untuk masuk kedalam sistem harus melakukan input username dan password jika username dan password benar maka akan diarahkan kedashboard, gambar 7 merupakan tampilan dari halaman login.

Login Sistem

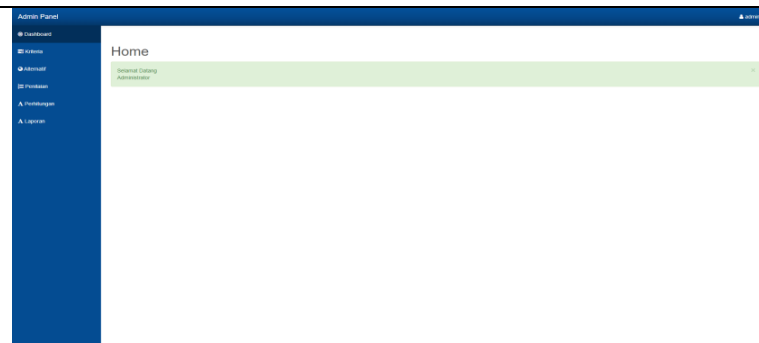
Username

Password

Gambar 4. Halaman Login

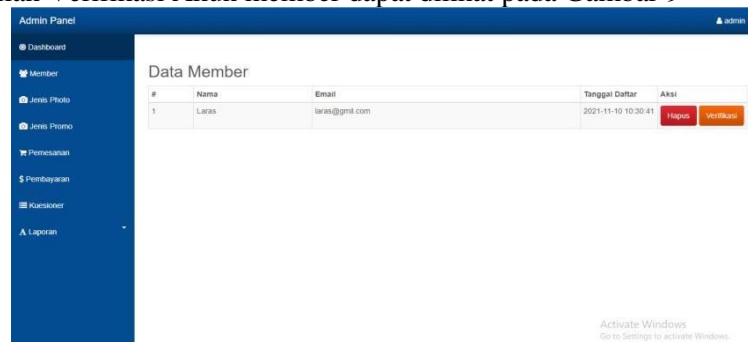
5. Halaman dashboard admin

Halaman Halaman dashboard ini akan ditampilkan ketika username dan password yang divalidasi bernilai benar, gambar 8. merupakan tampilan dari dashboard admin;



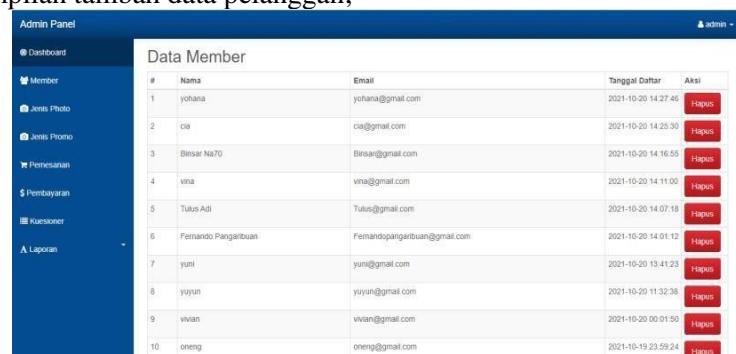
Gambar 8. Halaman Dashboard Admin

6. Halaman Verifikasi Akun member Ditampilkan admin
Sebelum masuk kedalam tampilan member, akun harus di Verifikasi terlebih dahulu oleh admin. Tampilan Verifikasi Akun member dapat dilihat pada Gambar 9



Gambar 9. Halaman Verifikasi Akun Member Pada admin

7. Halaman data member
Halaman ini untuk melakukan pengujian tentunya kita harus melakukan input data pelanggan yang akan memberikan penilaian terhadap beberapa aspek pada Cleo Photo Studi, Gambar 10 merupakan tampilan tambah data pelanggan;



Gambar 10 Halaman Data Member

8. Halaman pemesanan pelanggan
Halaman ini digunakan oleh pelanggan untuk melakukan pemesanan barang, gambar 11 merupakan tampilan dari halaman pemesanan;



Gambar 11 Halaman pemesanan Pelanggan

9. Data penilaian

Halaman ini digunakan untuk memberikan penilaian terhadap pelayanan dari Cleo Photo Studio, gambar 12 merupakan tampilan data penilaian;

Gambar 12. Data Penilaian

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil setelah melalui pengujian pada aplikasi Cleo Photo Studio adalah sebagai berikut :

1. Dengan adanya Penerapan CRM pada Website Studio, dapat memberikan kemudahan pada pelanggan untuk lebih mengetahui tentang informasi yang ada pada studio dan juga kemudahan pada pelanggan dalam pemesanan
2. Dengan diterapkannya metode service quality untuk mengukur loyalitas pelanggan dari 30 responden data kuesioner yang telah diisi oleh responden, maka dapat hasil bahwa dari 12 atribut pertanyaan tidak semua atribut bernilai positif, karena kenyataan yang dirasakan kurang dengan apa yang diharapkan. Nilai gap tertinggi berada pada atribut ke K1 yaitu mengenai kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan (Reliability) sedangkan nilai gap terendah berada pada atribut K6 yang mencakup pengetahuan, kemampuan serta kesopanan yang dimiliki oleh para staf (Assurance). Berdasarkan dimensi, urutan rank tertinggi ke terendah yaitu Responsiveness, Reliability, Assurance, empathy dan tangible. Secara keseluruhan, Gap kurang bernilai positif sehingga pelayanan di Cleo Photo Studio dapat dikatakan kurang baik. Untuk kedepannya diharapkan agar studi lebih memperhatikan dan memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan.

REFERENSI

- [1] H. G. Simanullang, A. P. Silalahi, and D. R. Manalu, "Sistem Informasi Pendaftaran Mahasiswa Baru Menggunakan Framework Codeigniter dan Application Programming Interface," *Ultim. InfoSys J. Ilmu Sist. Inf.*, vol. 12, no. 1, pp. 67–73, 2021, doi: 10.31937/si.v12i1.1803.
- [2] M. I. Hutapea, Jamaluddin, A. P. Silalahi, M. L. W. Nainggolan, and H. G. Simanullang, "Developing An Expert System of Palm Oil Plant Disease," *2019 Int. Conf. Comput. Sci. Inf. Technol. ICoSNKOM 2019*, vol. 1, no. 1, pp. 9–13, 2019, doi: 10.1109/ICoSNKOM48755.2019.9111540.
- [3] A. P. Silalahi and H. G. Simanullang, "Dashboard management penjualan dan pembelian pada tangkahan ikan," *INFORMATIKA*, vol. 13, no. 1, p. 46, 2021, doi: 10.36723/juri.v13i1.260.
- [1] D. I. Yogyakarta and D. A. N. K. Artistiknya, "SEJARAH SINGKAT STUDIO FOTOGRAFI POTRET SUMBER DAYA MANUSIA , TEKNOLOGI ,," vol. 11, no. 2, pp. 125–136, 2015.

- [2] H. B. Akhmad Izzudin Amin, Erlan Darmawan, "Implementasi CRM (Customer Relationship Management) pada Sistem Informasi Reservasi Fotografi Berbasis Web di Toko Aini Photo Kuningan," *J. Sist. dan Inform.*, vol. 9, p. 9, 2018.
- [3] A. M. Kusnadi, "ANALISIS CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER VALUE MELALUI CUSTOMER SATISFACTION PADA BANK," vol. 6, no. April 2010, 1945.
- [4] D. Program and S. Administrasi, "Customer relationship management," vol. 2, no. 1, pp. 83–98, 2016.
- [5] L. Yulianti, H. Sjahrudin, and B. Tahir, "Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pengguna Smartphone Android Merek Samsung," vol. 3, no. 3, pp. 1–15, 2017, doi: 10.31227/osf.io/dvb48.
- [6] Y. Prananda, D. R. Lucitasari, and M. S. Abdul Khannan, "Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan," *Opsi*, vol. 12, no. 1, p. 1, 2019, doi: 10.31315/opsi.v12i1.2827.
- [7] A. Hendini, "Pemodelan Uml Sistem Informasi Monitoring Penjualan Dan Stok Barang," *J.Khatulistiwa Inform.*, vol. 2, no. 9, pp. 107–116, 2016, doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- [8] I. D. A. E. Yuliani and S. M. Kuway, "Sistem Informasi Pemesanan Dengan Penerapan Konsep Electronic Customer Relation Management Berbasis Web," *CCIT J.*, vol. 10, no. 1, pp. 24–34, 2017, doi: 10.33050/ccit.v10i1.508.
- [9] H. W. Rahmanti, U. Effendi, and R. Astuti, "ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN MENGGUNAKAN METODE SERVICE QUALITY (SERVQUAL) DAN TRIZ (STUDI KASUS PADA ‘ RESTORAN OCEAN GARDEN ’ MALANG) Analysis of Quality Service Improvement using Servqual and TRIZ Method (Case Study “ Ocean Garden Resta,” vol. 18, no. 1, pp. 33–44, 2017.
- [10] R. Apriani and G. W. Nurcahyo, "Tingkat Kepuasan Pasien RSIA Siti Hawa dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Service Quality (SERVQUAL)," *J.Sistim Inf. dan Teknol.*, vol. 3, pp. 148–153, 2021, doi: 10.37034/jsisfotek.v3i3.142.
- [11] H. Mulyono and Suroto, "Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Customer Relationship Management (CRM) berbasis Web pada Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Al Muthmainnah," *J. Manaj. Sist. Inf.*, vol. 4, no. 1, pp. 85–91, 2019.
- [12] H. Winarno and T. Absor, "Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality (Servqual) Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Pada Pt. Media Purna Engineering," *J. Manaj. Ind. dan Logistik*, vol. 1, no. 2, pp. 146–160, 2018, doi: 10.30988/jmil.v1i2.15.
- [13] Dylan Trotsek, "Analisis Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt Asuransi Multi Artha Guna, Tbk Cabang Yogyakarta," *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 110, no. 9, pp. 689–1699, 2017, [Online]. Available: http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/1011/4/BAB_II.pdf.
- [14] Y. E. Silalahi, "Analisis Pengaruh Website Design, Fulfillment, dan Privacy/Security Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen dengan Kepuasan Konsumen SEbagai Variabel Intervening Pada Situs Belanja Online Lazada (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang)," *Skirpsi*, 2019