

IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) BERBASIS *WEBSITE* PADA SATU POTRET FOTOGRAFI

Raditha Larasaty¹, Scholastica Larissa Zefira Lewoema², Putri Taqwa Prasetyaningrum³

Fakultas Teknologi Informasi/Sistem Informasi

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Yogyakarta, Indonesia

e-mail: radithalarasaty@gmail.com, larissazefira@gmail.com, putri@mercubuana-yogya.ac.id

Diajukan: 28 Juli 2023; Direvisi: 10 Agustus 2023; Diterima: 04 Mei 2024

Abstrak

Satu Potret Fotografi adalah perusahaan jasa fotografi yang menyediakan berbagai layanan foto, seperti foto keluarga, foto produk, foto wisuda, dan layanan lainnya. Untuk memperbaiki kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan, perusahaan ini ingin menerapkan sistem informasi yang berbasis CRM (Customer Relationship Management). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang dan mengimplementasikan sistem informasi CRM menggunakan Wordpress sebagai platform pembuatan website yang populer dan mudah digunakan. Sistem informasi CRM ini memiliki fitur-fitur seperti reservasi jasa fotografi, testimoni pelanggan, dan paket katalog. Sistem informasi CRM ini diharapkan dapat mendukung perusahaan dalam menawarkan promosi yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Dengan begitu, perusahaan dapat meningkatkan pelayanan, penjualan, serta dapat membangun hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan.

Kata kunci: CRM, Jasa Fotografi, Wordpress

Abstract

Satu Potret Photography is a photography service company that provides various photo services, such as family photos, product photos, graduation photos, and other services. To improve the quality of service and customer loyalty, the company wants to implement an information system based on CRM (Customer Relationship Management). The purpose of this research is to design and implement a CRM information system using Wordpress as a popular and easy-to-use website creation platform. This CRM information system has features such as photography service reservation, customer testimonials, and catalog packages. This CRM information system is expected to support the company in offering promotions that match the customer's wishes. That way, the company can improve service, sales, and build a good relationship between the company and customers.

Keywords: CRM, Photography Service, Wordpress

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak signifikan dalam dunia bisnis, terutama dalam bidang pemasaran. Salah satu konsep yang banyak diterapkan dalam pemasaran adalah CRM (*Customer Relationship Management*)[1]. CRM merupakan strategi bisnis yang bertujuan untuk secara efektif dan efisien memahami, mengantisipasi, dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan. Melalui penerapan CRM, perusahaan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan performa bisnis mereka[2].

Salah satu sektor bisnis yang membutuhkan penerapan CRM adalah jasa fotografi. Jasa fotografi adalah layanan yang menyediakan dokumentasi visual seperti foto atau video untuk berbagai keperluan seperti keluarga, produk, wisuda, pernikahan, dan lain sebagainya. Pasar jasa fotografi memiliki persaingan yang ketat, sehingga

perusahaan perlu memberikan nilai tambah untuk membedakan diri dari pesaing. Salah satu cara untuk memberikan nilai tambah tersebut adalah dengan memberikan pelayanan berkualitas yang sesuai dengan keinginan pelanggan[3][4].

Satu Potret merupakan perusahaan jasa fotografi yang menawarkan berbagai layanan foto, seperti keluarga, produk, wisuda, dan pernikahan. Perusahaan ini ingin menerapkan sistem informasi berbasis CRM untuk memperbaiki kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Namun, saat ini perusahaan belum memiliki sistem informasi CRM yang terintegrasi dan mudah digunakan. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk merancang dan mengimplementasikan sistem informasi CRM yang sesuai dengan kebutuhan dari proses bisnis Satu Potret.

2. Metode Penelitian

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penyusunan laporan ini mencakup:

2.1. Metode Observasi

Data dikumpulkan dengan melakukan pengamatan langsung terhadap perusahaan Satu Potret yang menjadi objek penelitian. Melalui metode ini, peneliti dapat mengamati secara langsung aktivitas, proses, dan karakteristik dari jasa Satu Potret Fotografi untuk mendapatkan data yang relevan[5].

2.2. Dokumentasi

Data dikumpulkan melalui melihat laporan-laporan yang telah ada sebelumnya. Tujuannya adalah untuk memperoleh berbagai data yang dapat dijadikan referensi dalam penulisan penelitian ini. Data yang didokumentasikan dapat berupa laporan penjualan serta dokumentasi lainnya yang terkait dengan operasional dan performa jasa Satu Potret Fotografi[5].

2.3 Studi Pustaka

Data dikumpulkan melalui pencarian informasi melalui internet terkait dengan topik yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu implementasi CRM pada jasa Satu Potret Fotografi. Peneliti melakukan pencarian data melalui sumber-sumber pustaka digital seperti jurnal, artikel, dan sumber terpercaya lainnya. Melalui studi pustaka, peneliti dapat mengumpulkan data dan informasi yang relevan untuk mendukung penelitian tentang implementasi CRM pada jasa Satu Potret Fotografi[5].

Analisis Kebutuhan Masalah

Pada tahap ini penulis melakukan analisis kebutuhan masalah untuk mengidentifikasi masalah guna menentukan tindakan atau solusi yang tepat [6]. Ada beberapa tahapan lanjutan yang dapat dilakukan setelah membuat analisis kebutuhan masalah yaitu dengan membuat UML (*Unified Modelling Language*) [7].

Dalam artikel ini, melalui metode pengamatan penulis menyadari selama 2 tahun Satu Potret Fotografi, tidak benar-benar memanfaatkan teknologi informasi. Salah satu masalah yang menjadi fokus utama adalah tentang pusat penyampaian informasi secara digital. Tidak tersedianya informasi yang dapat menjangkau semua *customer* merupakan hal yang membuat *customer* menurunkan niat memesan jasa karena tidak ada akses untuk mencari tahu tentang harga paket foto dan informasi menarik seperti promo dan lain lain. Hal tersebut menurunkan pendapatan Satu Potret Fotografi khususnya pada beberapa bulan tertentu.

Analisis Kebutuhan Sistem

Pada analisis ini akan ditentukan kebutuhan sistem seperti apa yang dapat menjadi solusi dari masalah [8]. Tahapan yang berkaitan dengan analisis tipe ini sama dengan analisis kebutuhan masalah, dimana akan dilanjutkan dengan membuat UML (*Unified Modelling Language*). Oleh karena itu sebagai upaya untuk menyelesaikan masalah yang telah dijelaskan pada analisis kebutuhan masalah, maka penulis membuat sistem informasi CRM berbasis *Wordpress* yang dapat membantu proses penyebaran informasi dari Satu Potret Fotografi ke *customer* atau pelanggan.

Sistem informasi yang dibangun berbasis *website Wordpress* ini dibangun untuk memudahkan para *customer* dalam menerima informasi harga paket jasa foto dan mendapatkan info menarik seputar promo. *Customer* dapat mengunjungi *website* yang disediakan dan dapat memilih menu sesuai kebutuhan.

Menu-menu yang akan ditampilkan adalah menu *home* yang berisi tentang halaman informasi profil perusahaan, paket foto, testimoni dan formulir berlangganan informasi promo.

Menu tentang kami menampilkan halaman informasi tentang Satu Potret Fotografi dan sedikit informasi tentang perjalanan *founder*. *Customer* diharapkan dapat mengetahui secara garis besar informasi tentang Satu Potret Fotografi.

Menu Portofolio. Menu ini dibuat untuk menampilkan 1 halaman khusus untuk hasil kerja dari pemotretan yang telah dilakukan. Menu ini memiliki nilai yang sangat penting untuk calon pelanggan karena dapat mengetahui apakah hasil yang ditampilkan dengan pilihan yang akan dipesan oleh calon pelanggan tersebut. Untuk memberikan nuansa masa kini, penulis membuat beberapa kutipan atau *quote* untuk masing-masing paket.

Rencana Implementasi CRM

Rencana implementasi CRM merupakan salah satu tahap yang harus dilalui dalam membangun sebuah sistem[9]. Rencana implementasi dimaksudkan terutama biaya dan waktu yang dibutuhkan. Kegiatan perencanaan ini dilakukan atas dasar kebutuhan apa yang ingin diwujudkan oleh perusahaan.

Oleh karena itu, agar implementasi sistem dapat berjalan dengan baik, maka suatu rencana implementasi perlu dibuat terlebih dahulu.

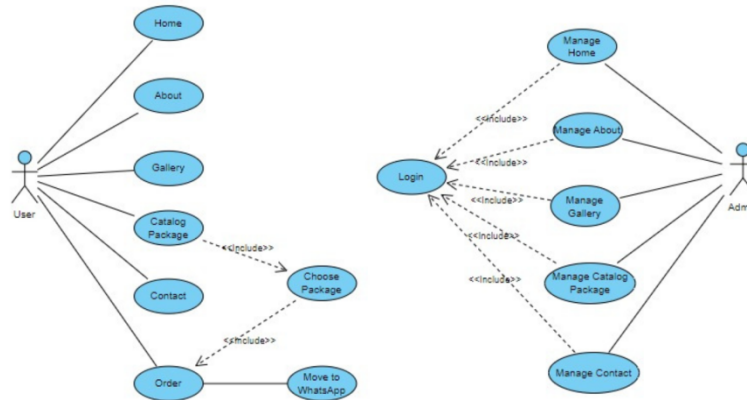
Tabel 1. Rencana Implementasi

No	Komponen	Rencana Implementasi
1	Operational	- Admin Satu Potret Fotografi menyampaikan informasi mengenai jasa foto hanya melalui penyampaian lisan. Oleh karena itu, untuk menyampaikan informasi yang bisa dijangkau banyak pelanggan maka dibuatlah sistem informasi berbasis <i>website</i> guna untuk memudahkan operasional admin dan pelanggan.
2	Analytical	- Karena belum memiliki <i>website</i> sebagai media informasi, dan admin belum mengetahui bagaimana menganalisa <i>engagement rate</i> dari <i>website</i> , maka dibuatlah <i>website</i> berbasis <i>Wordpress</i> agar <i>dashboard analytical website</i> dapat dianalisis oleh admin.
3	Collaborative	- Satu Potret Fotografi memerlukan <i>website</i> yang mudah diakses oleh <i>founder</i> dan admin. Oleh karena itu pengimplementasian <i>website</i> berbasis <i>Wordpress</i> sudah menjadi solusi yang tepat untuk mengatasi masalah kolaborasi <i>website</i> oleh satu pihak.

3. Pembahasan

3.1. Use Case Diagram

Use case diagram merupakan sebuah skema atau penggambaran diagram yang menunjukkan interaksi antara pengguna sistem dan sistem [10]. Dan berikut Use Case Diagram untuk *website* Satu Potret Fotografi.



Gambar 1. Use Case Diagram

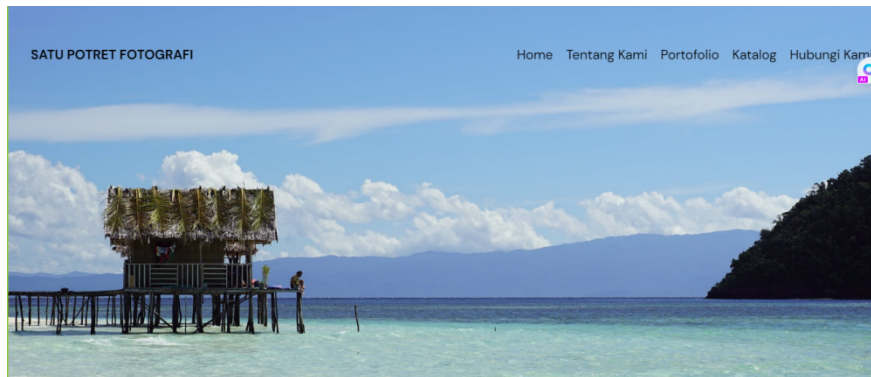
3.2. Hasil

Setelah melakukan analisis kebutuhan sistem dan disesuaikan dengan kebutuhan *customer*, maka penulis berhasil membuat dan mempublikasikan *website* berbasis *WordPress* sebagai bentuk sistem informasi terpusat yang akan membantu semua informasi tentang jasa Satu Potret Fotografi.

3.3. Implementasi

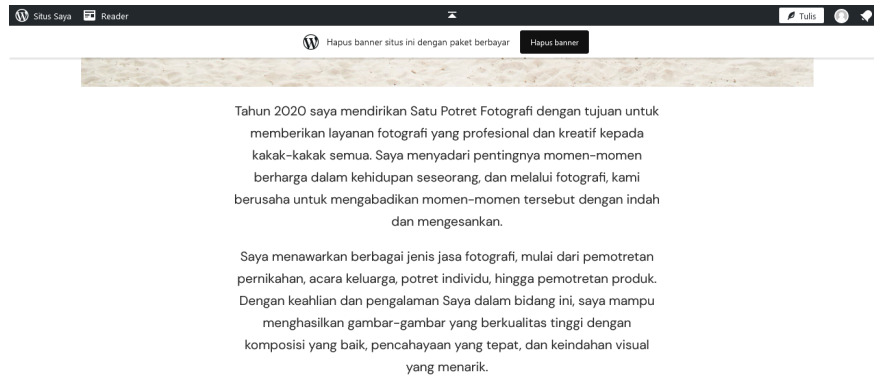
Berikut merupakan hasil dari implementasi *website* Satu Potret Fotografi

Gambar 2 menampilkan halaman *home* atau beranda dari *website*. *Home* menampilkan informasi seputar profil singkat perusahaan, paket foto dan formulir pengisian *newsletter* yang berisikan informasi promo yang akan dibagikan melalui *e-mail*.



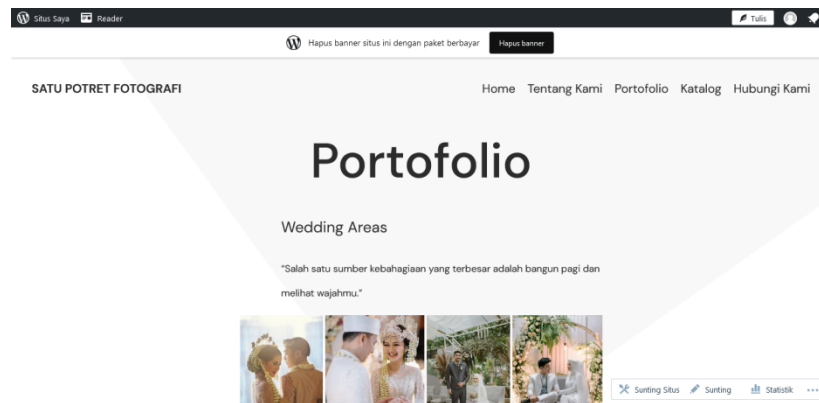
Gambar 2. Halaman Home

Gambar 3 menampilkan halaman tentang kami. Pada halaman inilah *customer* diajak untuk lebih dekat dengan Satu Potret Fotografi dengan mengetahui informasi seputar perusahaan.



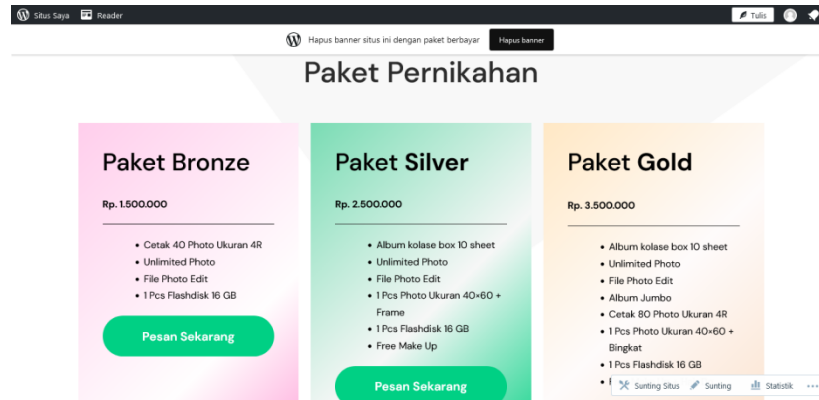
Gambar 3. Halaman Tentang Kami

Gambar 4 menampilkan halaman portofolio yang bertujuan untuk memperlihatkan hasil fotografi kepada calon pelanggan dan *customer*. Dengan adanya halaman ini, calon pelanggan akan mendapatkan gambaran bagaimana hasil foto yang didapatkan jika memesan jasa fotografi di Satu Potret Fotografi.



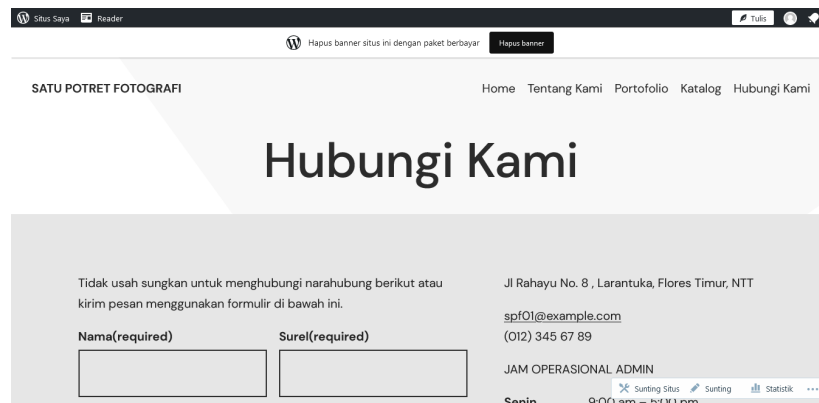
Gambar 3. Halaman Portofolio

Gambar 5 halaman katalog. Halaman ini menampilkan rincian harga berdasarkan paket foto yang ditawarkan. *Customer* dapat dengan jelas mengetahui harga yang dapat disesuaikan dengan kebutuhannya. Dari sisi Satu Potret Fotografi mendapatkan kemudahan untuk selalu meng-*update* harga dan tidak perlu membalas satu per satu *chat* yang menanyai tentang harga paket yang akan dipesan.



Gambar 4. Halaman Katalog

Gambar 6 halaman hubungi kami. Pada halaman ini *website* akan menampilkan formulir hubungi kami, yang *output*-nya langsung masuk ke database *Wordpress*. Setiap masuknya notifikasi formulir akan langsung diketahui oleh Satu Potret Fotografi sehingga dapat langsung dilihat dan dicermati.



Gambar 5. Halaman Hubungi Kami

4. Kesimpulan

Dengan menggunakan metode penelitian yang ada, maka penulis dapat menghasilkan dan mempublikasikan *website* CRM sebagai solusi dari permasalahan yang dihadapi Satu Potret Fotografi. Secara keseluruhan, *website* yang dihasilkan menampilkan berbagai informasi yang dapat memudahkan calon pelanggan untuk mempertimbangkan jasa fotografi di Satu Potret Fotografi. Informasi jasa fotografi beserta harga paket telah dicantumkan pada beberapa menu seperti *home* dan katalog, sehingga tugas admin Satu Potret Fotografi jauh lebih ringan dari sebelumnya. Penawaran promo yang menjadi kendala sebelumnya, karena penyampaian hanya melalui lisan sekarang sudah dapat diatasi dengan pengiriman *newsletter* secara berkala bagi calon pelanggan dan *customer* yang memutuskan untuk berlangganan.

Daftar Pustaka**Jurnal :**

- [1] A. R. Ariga, A. Supaidi, I. Aslamiah, and A. Ibrahim, "Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pelayanan Pelanggan (Corporate) Divisi BGES pada PT Telkom Witel Sumsel," *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, vol. 9, no. 2, pp. 1-10, Des. 2018, [Online]. Available: doi.org/10.21009/JRMSI.009.1.05
- [2] A. Hijriani and F. A. Maulana, "Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada Usaha Mikro Bidang Retail Studi Kasus CV Duta Square Bandar Lampung," *Nuansa: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Keagamaan Islam*, vol. 10, no. 2, pp. 202-207, Mar. 2018, [Online]. Available: <https://jurnal.fmipa.unila.ac.id>
- [3] M. Rizqullah, N. Wahyu, and R. Y. Septa, "Strategi IMC Launcher dalam Menghadapi Persaingan Jasa Fotografi di Kota Serang," *Nuansa: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Keagamaan Islam*, vol. 10, no. 2, pp. 103-109, Mar. 2018, [Online]. Available: <http://eprints.untirta.ac.id>
- [4] A. I. Amin, E. Darmawan, and H. Budianto, "Implementasi CRM (Customer Relationship Management) pada Sistem Informasi Reservasi Fotografi Berbasis Web di Toko Aini Photo Kuningan," *Nuansa: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Keagamaan Islam*, vol. 10, no. 2, pp. 202-207, Mar. 2018 [Online]. Available: <https://doi.org/10.25134/nuansa>
- [5] A. Kurniawan, "Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk pada PT. Proderma Sukses Mandiri," *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, vol. 7, no. 2, pp. 123-134, Jun. 2023. [Online]. Available: <https://repository.uinjkt.ac.id>
- [6] M. Warsela, A. D. Wahyudi, and A. Sulistiyawati, "PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT UNTUK Mendukung Marketing Credit Executive (Studi Kasus: PT FIF GROUP)," *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (JTSI)*, vol. 2, no. 2, p. 78, 2021, [Online]. Available: <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTSI>
- [7] R. Somya and S. Chandra Utama, "PERANCANGAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT BERBASIS WEB DENGAN LIBRARY JQUERY RESPONSIVE DATATABLES," 2019.
- [8] P. Sulistyorini, C. Yulianto Rusli, M. Rifqi Maulana, S. Informasi, S. Widya Pratama Teknik Informatika, and S. Widya Pratama, "ANALISIS KEBUTUHAN PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI PEMBIMBING AKADEMIK DENGAN MODEL CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT," 2021, [Online]. Available: <http://ejournal.stmik-wp.ac.id>
- [9] Y. Elva, N. Trisna, F. IlmuKomputer, and U. Putra Indonesia YPTK Padang, "CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN HASIL UMKM BADAN USAHA MILIK DESA (BUM-DES)," 2021. [Online]. Available: <http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR>
- [10] A. Agus Irawan, "SISTEM INFORMASI PENERIMAAN SISWA BARU BERBASIS WEB (STUDI KASUS SMA FATAHILLAH SIDOHARJO JATI AGUNG LAMPUNG SELATAN)," *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak (JATIKA)*, vol. 1, no. 2, pp. 245-253, 2020, [Online]. Available: <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/informatika>