

## INTEGRASI PENERAPAN KONSEP CRM PADA BISNIS KULINER

BENNY YUSTIM, BUDI HARIYANTO  
Teknik Informatika, Fakultas Teknik  
Universitas Widyatama

---

Pelayanan kepada pelanggan memegang peranan penting dalam memajukan perusahaan sehingga peningkatan pelayanan harus dilakukan secara tepat agar proses layanan dapat berjalan secara optimal. Maka dari itu, jika pelayanan kepada pelanggan kurang memuaskan maka akan merugikan bagi perusahaan itu sendiri maupun para pelanggan. Kesulitan dalam mempertahankan keberadaan pelanggan yang loyal dan meningkatkan jumlah pelanggan baru merupakan tantangan sendiri dalam mempertahankan bisnis kuliner. Integrasi konsep Customer Relationship Management (CRM) dengan memanfaatkan platform web dan mobile. Diharapkan hal ini dapat memberikan berbagai kemudahan dalam menjalin komunikasi yang terus-menerus dengan pelanggan. Implementasi konsep CRM dengan memanfaatkan berbagai platform diharapkan dapat mengakomodasi kebutuhan pelanggan dan perusahaan serta memberikan kemudahan dalam proses peningkatan pelayanan sehingga menjadi media informasi kepada pelanggan dengan biaya yang relatif lebih murah.

**Keywords :** *Customer Relationship Management (CRM), Web, SMS*

---

### PENDAHULUAN

Peningkatan layanan terhadap pelanggan adalah salah satu peranan yang sangat penting dalam suatu perusahaan. Peningkatan layanan harus selalu ditingkatkan oleh perusahaan agar tidak kehilangan kepuasan dari pelanggan, sehingga proses hubungan antara pelanggan dan perusahaan dapat terjaga. Selain dapat mempertahankan pelanggan, peningkatan pelayanan juga sangat berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.

Keberadaan tempat pemenuhan kebutuhan dasar manusia dalam hal makanan terus mengalami peningkatan. Tuntutan peningkatan ini tidak saja dalam hal masalah kualitas makanan yang tersedia namun juga pada kualitas layanan. Masalah yang sering dihadapi berkaitan dengan layanan terhadap pelanggan, diantaranya adalah tidak adanya media untuk interaksi antara pelanggan dan pihak restoran sehingga menghambat komunikasi antara pelanggan dan pihak perusahaan.

Penggunaan fasilitas yang ada saat ini dalam memberikan layanan pesanan masih

menjadi sebuah kendala dalam pelaksanaan dilapangan. Kesalahan persepsi dalam proses pemesanan makanan melalui telepon pun menjadi salah satu kendala menurunnya tingkat kepuasan pelanggan.

Sebuah tempat kuliner, biasanya tidak lepas dari kebutuhan akan adanya promosi yang bertujuan untuk mendapatkan para pelanggan baru. Besarnya biaya promo yang dilakukan menjadi salah satu kendala besarnya biaya yang dikeluarkan oleh pihak pengelola. Cara promosi yang dilakukan dengan membagikan brosur dinilai akan banyak mengeluarkan biaya. Sehingga pengeluaran yang dikeluarkan cenderung lebih besar daripada pendapatan.

Pengelolaan saat melakukan pelayanan terhadap pelanggan yang ingin membeli makanan kadang dirasakan masih lambat. Prosedur dan proses jawaban pemesanan makanan dan minuman masih belum tertata dengan baik, sehingga berpengaruh besar terhadap karyawan yang melakukan alur kegiatan ketika ada pemesanan makanan dan minuman.

## TEORI

Keberadaan CRM yang diintegrasikan dengan teknologi yang ada saat ini menjadi hal yang mendasari penelitian yang dilakukan.

### 1.. Customer Relationship Management (CRM)

Customer relationship Management (CRM) [1] merupakan sebuah pendekatan baru dalam mengelola hubungan korporasi dan pelanggan pada level bisnis sehingga dapat memaksimalkan komunikasi, pemasaran melalui pengelolaan berbagai kontak yang berbeda dengan pelanggan. Pendekatan ini memungkinkan untuk mempertahankan pelanggan dan memberikan nilai tambah terus menerus pada pelanggan, selain juga memperoleh keuntungan yang berkelanjutan.

CRM mengkombinasikan kebijakan, proses, dan strategi yang diterapkan organisasi menjadi satu kesatuan yang digunakan untuk melakukan interaksi dengan pelanggan dan juga untuk menelusuri informasi pelanggan. Pada era saat ini, implementasi CRM selalu akan menggunakan teknologi informasi untuk menarik pelanggan baru yang menguntungkan, hingga mereka memiliki keterikatan pada perusahaan.

Konsep ini juga banyak digunakan sebagai sebuah terminologi pada industri informasi sebagai sebuah metodologi, piranti lunak, dan bahkan sebagai kapabilitas internet yang membantu korporasi mengelola hubungan pelanggan. Piranti ini memungkinkan korporasi untuk menjelaskan hubungan secara cukup rinci sehingga manajemen, staf penjualan, staf pelayanan, dan bahkan pelanggan dapat secara langsung mengakses informasi, menyesuaikan kebutuhan antara kebutuhan dan produk, pengingat pelanggan pada layanan tertentu, dan sebagainya. Dalam pengembangan piranti lunak CRM harus dilakukan pendekatan yang holistik. Terkadang inisiatif implementasi piranti lunak CRM gagal dilakukan karena hanya terbatas pada instalansi piranti saja, tanpa memperhatikan konteks, dukungan dan pemahaman staf, dan pemanfaatan sepenuhnya sistem informasi.

### 2. Web 2.0

Pengertian Web 2.0 atau definisi Web 2.0 [2] adalah sebuah revolusi bisnis di dalam industri komputer yang terjadi akibat pergerakan ke internet sebagai platform dan suatu usaha untuk mengerti aturan-aturan agar sukses di platform tersebut. Web 2.0 merujuk pada generasi yang dirasakan sebagai generasi kedua layanan berbasis web, seperti situs jaringan sosial, wiki, perangkat komunikasi, dan folksonomi yang menekankan pada kolaborasi online dan berbagi antar pengguna.

Walaupun kelihatannya istilah ini menunjukkan versi baru dari pada web, istilah ini tidak mengacu kepada pembaruan kepada spesifikasi teknis World Wide Web, tetapi lebih kepada bagaimana cara pengembang sistem di dalam menggunakan platform web [3].

### 3. Short Message Service (SMS)

Short Message Services (SMS) [4] merupakan sebuah layanan yang banyak diaplikasikan pada sistem komunikasi tanpa kabel (sistem jaringan wireless digital), yang memungkinkan dilakukannya pengiriman pesan singkat dalam bentuk alphanumeric sebanyak 160 karakter antara terminal pelanggan atau antara terminal pelanggan dengan sistem eksternal seperti email, paging dan lain-lain. SMS pertama kali muncul di belahan Eropa pada sekitar tahun 1991 bersama sebuah teknologi komunikasi wireless yang saat ini cukup banyak penggunaannya, yaitu Global System for Mobile Communication (GSM) GSM membedakan dua tipe pesan pendek yaitu :

- a. Layanan dedicated, antara dua partisipan yang membutuhkan sebuah jalur pembawa secara point to point (melalui dedicated service center), yang kemudian disebut point to point sms.
- b. Layanan broadcast antara jaringan ( melalui satu / lebih base station ) dan semua pengguna dalam sebuah service area.

Layanan SMS merupakan sebuah layanan yang bersifat Connectionless di mana sebuah pesan dapat di submit ke suatu tujuan, tidak peduli apakah tujuan tersebut aktif atau tidak. Bila dideteksi bahwa tujuan tidak aktif, maka sistem akan menunda pengiriman ke tujuan hingga tujuan aktif

kembali. Pada dasarnya sistem SMS akan menjamin delivery dari suatu pesan hingga sampai tujuan. Kegagalan pengiriman yang bersifat sementara seperti tujuan tidak aktif akan selalu teridentifikasi sehingga pengiriman ulang pesan akan selalu dilakukan kecuali bila diberlakukan aturan bahwa pesan yang telah melampaui batas waktu tertentu harus dihapus dan dinyatakan gagal terkirim.

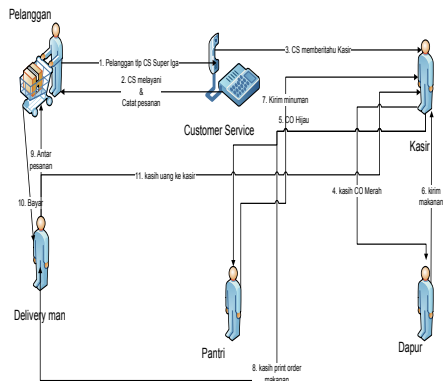
## MODEL, ANALISIS, DESAIN DAN IMPLEMENTASI

Pada bagian ini berisi pembahasan yang terdiri model, teori, hypothesis, analisis, atau perancangan dan implementasi.

### 1. Model Sistem Lama

Pada sistem lama atau sedang berjalan, akan dijelaskan tentang bagaimana pelanggan melakukan pemesanan makanan dan minuman, alur kegiatan akan dijelaskan pada Gambar.1. *flowchart* sistem lama.

Pada sistem lama pelanggan yang akan melakukan pemesanan makanan dapat melakukannya melalui media komunikasi telpon. Kasir melakukan pencatatan terhadap pesanan yang diinginkan. Kasir akan menyampaikan informasi ke bagian pantry dan dapur untuk dapat melakukan proses pengolahan pesanan pelanggan. Pesanan pelanggan yang telah selesai diolah, kemudian dikirimkan oleh petugas pengantaran ke pelanggan dan sekaligus melakukan penagihan terhadap pesanan yang ada.



Gambar 1. Workflow Sistem lama

Pada alur pemesanan tadi, dapat dilihat bahwa sistem masih menggunakan sistem kepercayaan kepada pelanggan pada saat melakukan pemesanan. Selain itu, pengelolaan laporan keuangan dan pesanan di bagian pengolahan makanan masih menggunakan cara yang sangat konvensional yang lazim digunakan pada bisnis kuliner pada umumnya.

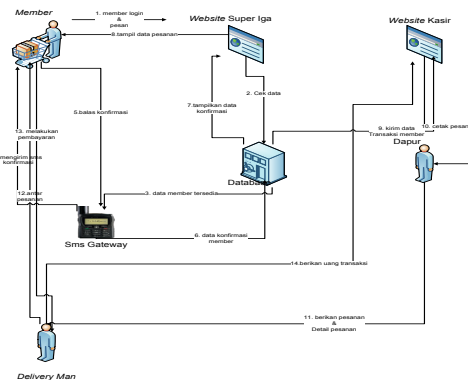
2. Model Sistem Baru

a. Workflow

Pada sistem baru atau sistem yang telah dikembangkan, akan dijelaskan seperti Gambar 2. workflow di bawah ini. Kajian yang dilakukan terhadap kondisi sistem lama yang ada saat ini, menghasilkan sebuah gambaran tentang adanya kelemahan-kelemahan pada sistem yang akan menjadi fokus untuk dilakukan perbaikan.

Pada sistem baru akan mengintegrasikan teknologi yang dapat berdaya guna secara maksimal. Pelanggan yang ingin melakukan pemesanan makanan akan mengirimkan pesan singkat melalui telephone genggam.

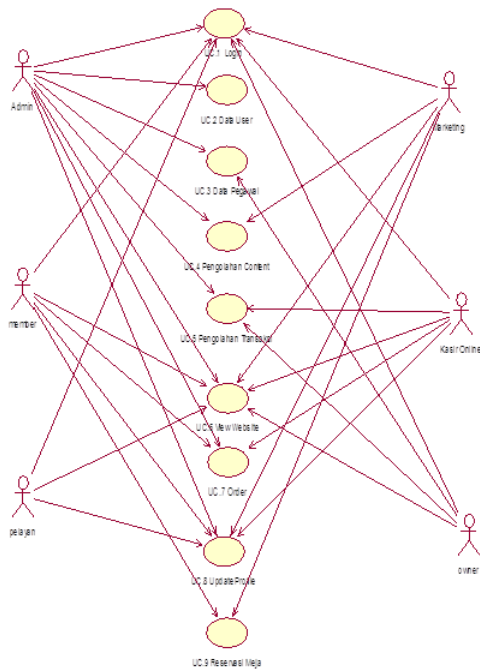
Apabila format yang dikirimkan sesuai format yang telah ditentukan dan pemesan berstatus sebagai member, maka sistem akan melanjutkan untuk memproses pesan tadi. Pesanan tadi akan masuk pada kasir, sehingga kasir dapat melakukan verifikasi dan meneruskan kebagian dapur untuk dilakukan pengolahan makanan pesanan. Makanan yang telah selesai diolah kemudian akan diantar oleh bagian pengantaran sesuai dengan alamat pelanggan pada sistem.



Gambar 2. Workflow sistem baru

b. Use Case

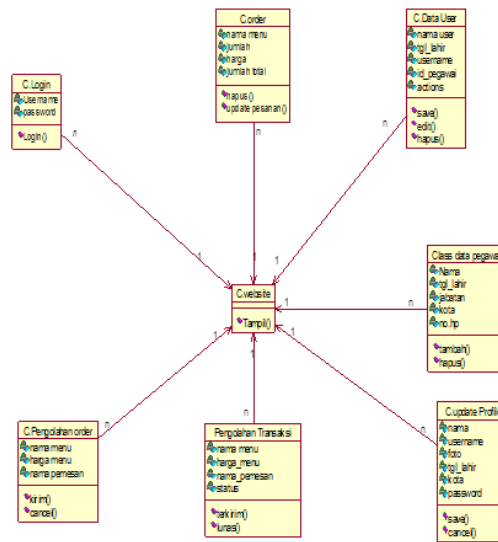
Berangkat dari hasil kajian yang telah dilakukan pada workflow sistem baru pada Gambar 2, maka dibuatlah sebuah model use case (Gambar 3) untuk sistem yang akan dibangun dengan mengintegrasikan beberapa fasilitas lainnya, seperti pengolahan data user, verifikasi user, transaksi dan pemesanan makanan secara online maupun yang dilakukan saat berada ditempat. Dengan adanya penambahan fasilitas pada sistem yang ada, dapat dilihat adanya sebuah peningkatan terhadap fasilitas yang ada menjadi fasilitas yang lebih baik.



Gambar 3. Use Case sistem baru

**c. Class Diagram**

Dari model use case pada gambar 3, maka dikembangkan model *class diagram* seperti pada gambar 4. Model akan menjadi acuan saat dilakukan pengembangan aplikasi, sebagai bentuk tools saat implementasi sistem CRM.



Gambar 4. Class Diagram sistem baru

**HASIL IMPLEMENTASI**

Berdasarkan hasil pengembangan sistem baru yang merupakan perbaikan dan peningkatan dari sistem yang ada saat ini. Pada Gambar 5. merupakan tampilan aplikasi yang dikembangkan dari hasil kajian terhadap perbaikan dan peningkatan layanan yang dilakukan terhadap sistem yang berjalan. Terdapat berbagai tampilan yang memberikan informasi yang cukup lengkap terkait layanan yang diberikan oleh bisnis kuliner.



Gambar 5. Tampilan awal web site.



Gambar 6. Menu pemesanan register user

Bagi user yang telah memiliki *account* pada sistem, dapat melakukan pemesanan melalui fasilitas yang tersedia pada gambar 6. Untuk mengakses fasilitas ini, user diharapkan dapat melakukan verifikasi terlebih dahulu, sehingga dapat dipastikan akses yang dilakukan merupakan akses legal. Fasilitas ini disertai gambar dan

keterangan yang terkait dengan menu yang tersedia, hal ini untuk memudahkan pelanggan untuk melakukan *self-service* sesuai kebutuhannya.

Makanan dan minuman yang telah dipesan sebelumnya, akan dapat ditampilkan kembali (fig.7), hal ini untuk memastikan apa yang diinginkan oleh user telah sesuai dengan kondisi yang dilakukan oleh sistem. Informasi terkait pemesanan yang dilakukan, akan dapat dimanfaatkan juga oleh kasir, untuk mencetak *bill* sesuai dengan makanan yang telah dipesan oleh para pelanggan.



Gambar 7. Daftar pesanan makanan

Untuk memudahkan register user untuk berkomunikasi dengan pemilik dari bisnis kuliner, disediakan juga fasilitas untuk memberikan komentar terhadap layanan yang ada pada sistem (gambar 8). Komentar ini akan dapat dibaca oleh pihak yang berkepentingan untuk melakukan berbagai tindakan yang dibutuhkan, untuk dapat meningkatkan berbagai layanan dimasa yang datang.



Gambar 8. Komentar Register User

Terkait dengan informasi pada gambar 7, informasi terkait pesanan pelanggan, kasir dapat menampilkan kembali informasi terkait pesanan pelanggan dan menampilkan jumlah biaya yang harus dibayar oleh pelanggan (gambar 9). Dengan adanya integrasi terhadap beberapa fasilitas terkait, diharapkan dapat mengurangi adanya distorsi informasi, untuk berbagai kebutuhan yang berbeda.

Terkait dengan informasi pada gambar.7, informasi terkait pesanan pelanggan, kasir dapat menampilkan kembali informasi terkait pesanan pelanggan dan menampilkan jumlah biaya yang harus dibayar oleh pelanggan (fig.9). Dengan adanya integrasi terhadap beberapa fasilitas terkait, diharapkan dapat mengurangi adanya distorsi informasi, untuk berbagai kebutuhan yang berbeda.



Gambar 9. Informasi Jumlah Biaya yang harus dibayar Pelanggan

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan penelitian terhadap perbaikan sistem yang ada saat ini pada, dapat diambil kesimpulan dan saran sebagai berikut.

### a. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pengembangan sistem yang dilakukan, didapat kesimpulan, yaitu:

1. Dengan adanya sistem yang baru dikembangkan, konsumen tidak harus mengunjungi perusahaan untuk melakukan transaksi pemesanan makanan dan minuman, sehingga terdapat kemudahan saat melakukan transaksi.
2. Dengan adanya aplikasi website dengan berbagai fasilitas yang ada, biaya promo yang biasa dilakukan dengan cara penyerbaran brosur dan iklan bisa ditekan, dengan hanya memanfaatkan fasilitas yang terdapat pada aplikasi.
3. Dengan adanya sistem baru, alur prosedur saluran jawaban kepada pelanggan lebih konsisten, dikarenakan setiap user mempunyai otoritas, tanggung jawab yang berbeda dan memiliki *Standard Operating Procedure* (SOP) yang spesifik untuk masing-masing fungsi.

## **b. Saran**

Untuk pengembangan di masa yang akan datang, terdapat beberapa hal yang dapat dilaksanakan, diantaranya adalah:

1. Aplikasi ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan melayani transaksi menggunakan media yang lebih aman seperti menggunakan paypal, transfer lewat bank dan media lainnya.
2. Aplikasi ini dapat dikembangkan dengan menggunakan enkripsi untuk mengamankan informasi yang terdapat dalam sistem.
3. Untuk dapat meningkatkan efisiensi penerapan peningkatan metode CRM dengan menggunakan web 2.0 dan mobile message sebaiknya prosedur layanan di dalam perusahaan juga harus dapat mengakomodir konsep penerapan pelayanan dengan metode CRM.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Mathouse, Edward, Calder. B.J., "Relationship Branding and CRM", Tim Calkins, 2010.

Gunawan. F., "Membuat Aplikasi SMS Gateway Server dan Client dengan Java dan PHP", PT Elex media Komputindo, Jakarta,

Syafli., M, "Aplikasi Database dengan PHP 5", Penerbit Andi, Yogyakarta 2011.

Riyanto, "Sistem informasi penjualan dengan PHP dan MySql", Gava Media, Yogyakarta, 2011.