

## ***Customer Retention Program Framework pada Rancang Bangun Sistem Manajemen Hubungan Pelanggan***

**Achmad Chusni Mubarak<sup>1)</sup>, Intan Dzikria<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup>Teknik Informatika Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru No.45 Surabaya

<sup>2)</sup>Sistem dan Teknologi Informasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru No.45 Surabaya  
E-mail: <sup>1)</sup>chusni@surel.untag-sby.ac.id, <sup>2)</sup>intandzikria@untag-sby.ac.id

### **Abstrak**

*Jasa servis komputer kini banyak dicari ketika perangkat komputer atau laptop mengalami kerusakan. Tetapi masalah timbul ketika pelanggan harus mencari dan mendatangi jasa servis langsung di toko untuk melakukan servis atau dengan melakukan panggilan telpon atau whatsapp. Selain itu jasa servis mengandalkan promosi melalui sosial media atau hanya mengandalkan kepuasan pelanggan dari mulut ke mulut. Tujuan dari penelitian ini adalah merancang sebuah sistem manajemen hubungan pelanggan pada jasa perbaikan komputer berbasis web yang optimal dan juga efisien dengan berbasiskan framework customer retention program (CRP). CRP merupakan bagian dari manajemen hubungan pelanggan yang berfokus pada berbagai fitur yang dapat membuat pelanggan datang kembali. Analisis kebutuhan dilakukan dengan menemukan kebutuhan fungsional yang diturunkan menjadi berbagai diagram perancangan sebagai dasar pembangunan sistem. Penelitian ini melakukan pengujian blackbox yang menunjukkan ketercapaian kebutuhan pengguna terhadap CRP framework yang dibangun dengan hasil 85% fungsional telah lolos uji kebutuhan.*

**Keyword :** Retensi, CRM, Perbaikan Komputer

### **Abstract**

*Computer service services are now widely sought after when a computer or laptop device is damaged. But problems arise when customers have to look for and go to a service provider directly at the shop to carry out service or by making a telephone call or WhatsApp. Apart from that, service services rely on promotions through social media or only rely on customer satisfaction through word of mouth. This research aims to design a customer relationship management system for web-based computer repair services that is optimal and efficient based on the customer retention program (CRP) framework. CRP is a part of customer relationship management that focuses on various features that can keep customers coming back. Requirements analysis is carried out by finding functional requirements which are reduced to various design diagrams as the basis for system development. This research carried out black box testing which showed that user needs were met for the CRP framework that was built with the result that 85% of the functionality had passed the requirements test..*

**Kata kunci:** Retention, CRM, Computer, Repair

## 1. Pendahuluan

Perbaikan atau *service* adalah usaha untuk mengembalikan kondisi dan fungsi dari suatu benda atau alat yang rusak akibat pemakaian alat tersebut pada kondisi semula [1]. Komputer didefinisikan sebagai seperangkat alat elektronik yang menggabungkan komponen satu dengan yang lainnya sehingga menghasilkan informasi yang sebelumnya telah diolah terlebih dahulu [2]. Jasa servis komputer kini banyak dicari ketika perangkat komputer mengalami kerusakan atau tidak bekerja secara semestinya. Bisnis jasa servis komputer masih banyak menggunakan metode *direct selling* atau penjualan jasa langsung. Proses cek status perbaikan perangkat juga masih dengan cara menghubungi pihak toko langsung baik melakukan telepon maupun pesan instan. Masalah ini akan membuat jangkauan terhadap customer menjadi kurang luas, di sisi lain metode *direct selling* akan mempengaruhi jumlah customer dan waktu dimana customer harus mendatangi menanyakan berkonsultasi di tempat.

Maka dari itu, untuk mempermudah proses servis perlu ada nya sebuah sistem yang dapat di gunakan untuk *booking service* serta layanan antar jemput di area yang sudah di tentukan. Sistem cek status perbaikan juga perlu di buat sehingga pelanggan lebih mudah untuk melihat proses servis. selain itu kebanyakan jasa servis menggandakan promosi melalui sosial media atau hanya menggandakan kepuasan pelanggan dari mulut ke mulut. Hal ini juga akan berpengaruh terhadap efisisensi, sasaran dan juga pendapatan dari jasa servis tersebut. sehingga diperlukan sistem layanan jasa servis berbasis web untuk menjangkau customer di area yang lebih luas.

Penggunaan *Customer Relationship Management* (CRM) seringkali digunakan untuk sistem informasi yang terintegrasi. akan tetapi software aplikasi CRM yang tersedia lebih menitik beratkan pada penjualan, kemudian untuk aplikasi perangkat lunak yang berfokus pada sistem jasa servis masih sangat jarang. Maka penelitian ini akan befokus pada mengembangkan sebuah sistem untuk membantu perusahaan meningkatkan nilai di mata pelanggan, mengoptimalkan transaksi servis, data pelanggan dari perusahaan,

Untuk mempermudah perusahaan menyimpan dan mencari data pelanggan dalam bentuk digital sehingga dapat di pergunakan untuk keperluan pengelolaan informasi dan promosi dengan menerapkan *Customer Retention Program* (CRP). CRP merupakan sebuah program hubungan antara perusahaan atau produsen dengan pelanggan agar pelanggan terus membeli produk secara berulang dan juga bersifat jangka Panjang. Tujuan penelitian ini

adalah membangun sebuah sistem manajemen hubungan pelanggan pada jasa perbaikan komputer berbasis web yang optimal dan juga efisien dengan berbasiskan kerangka CRP. Sehingga nantinya dapat mempermudah Pemilik perusahaan dalam memantau dan menjalankan proses bisnis, mempermudah teknisi saat menambah, dan juga mencari history servis yang sudah selesai maupun yang masih dalam tahap perbaikan. mempermudah bagian penjualan dalam melakukan pemasaran dan penjualan produk, mengoptimalkan sistem pelayanan jasa servis komputer dengan menggunakan sistem yang terkomputerisasi, Mempermudah menejemen dan juga laporan baik laporan servis laporan produk bulanan untuk teknisi dan juga bagian penjualan. Di sisi customer tujuan sistem di buat untuk mempermudah pengecekan unit yang sedang di *service*. Untuk mengetahui estimasi biaya *service* yang akan di keluarkan saat melakukan *service*.

## 2. Landasan Teori

### 2.1. *Customer Retention Program*

*Customer Retention Program* (CRP) merupakan sebuah program hubungan antara perusahaan atau produsen dengan pelanggan agar sehingga pelanggan terus membeli produk secara berulang dan juga bersifat jangka panjang [3]. Tujuan CRP adalah untuk memberikan tingkat kepuasan pada pelanggan yang lebih tinggi di bandingkan dengan perusahaan lain yang serupa [4]. CRP juga dapat di artikan sebuah program unuk mempertahankan pelanggan agar pelanggan terus loyal memilih produk dan jasa yang perusahaan tawarkan. Secara umum kerangka program pada CRP terdapat 5 bagian antara lain *Customer Service, Frequency/Loyalty Program, Customization, Rewards Program Dan Community Building* [4]. Menurut [4] *customer service* atau layanan pelanggan di bagi menjadi 2 yaitu (1) layanan reaktif dimana pelanggan bertanya ke *customer service* dan harus ditanggapi dengan baik dalam menangani situasi tersebut dengan menyediakan saluran layanan pelanggan melalui telpon email atau pesan instan, dan (2) layanan proaktif dimana perusahaan secara mandiri membangun komunikasi dengan pelanggan tentang tentang perilaku lain yang dapat memicu solusi reaktif.

Perusahaan juga dapat menerapkan program loyalitas dimana pelanggan di berikan hadiah secara langsung baik berupa produk maupun potongan harga agar pelanggan dapat menjadi pelanggan berulang. Untuk mempertahankan pelanggan perusahaan juga dapat mengembangkan kustomisasi produk dan jasa dimana produk dan jasa servis disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan dan dan selera pelanggan [4].[4] menerangkan bahwa *rewards* juga mempengaruhi

terhadap retensi pembelian barang pelanggan. Ketika pelanggan baru di berikan hadiah saat pembelian pertama, maka akan menjadikan kesan tersendiri di hati para pelanggan. [4] juga menjelaskan bahwa memiliki wadah atau tempat untuk sekedar berbagi tips, promo-promo produk dan jasa servis pada perusahaan juga akan memberikan pelanggan mempunyai pengalaman belanja yang lebih baik dan enggan beralih ke perusahaan atau tempat lain.

Penerapan CRP dapat mempengaruhi tingkat retensi pembelian baik produk maupun jasa pada sebuah perusahaan dan juga meningkatkan intensitas dan kunjungan pelanggan dalam berbelanja dan menggunakan jasa servis pada perusahaan.

## 2.2. Customer Relationship Management

CRM merupakan suatu strategi bisnis menggunakan bantuan teknologi untuk mengelola hubungan dengan pelanggan, yang melibatkan pengumpulan, analisis, dan penggunaan informasi pelanggan untuk mengoptimalkan pengalaman pelanggan dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Ada 3 paparan mengapa CRM sangat penting untuk dilakukan mengacu pada Kalakota dan Robinson (1999.p113) yaitu Menambah jumlah pelanggan baru (*Acquire*), Memberikan nilai tambah bagi pelanggan yang telah dimiliki oleh perusahaan (*enhance*), dan Mempertahankan para pelanggan potensial (*retain*). Dari titik pandang arsitektur, kerangka CRM secara keseluruhan dapat diklasifikasikan ke dalam tiga komponen utama yaitu *Operational CRM*, *Analytical CRM*, *Collaborative CRM* dalam [5] Tujuan dari diterapkannya CRM pada perusahaan khususnya sistem jasa servis ini adalah untuk memberikan layanan terbaik pada pelanggan dengan memanfaatkan teknologi informasi yang telah dibuat, menciptakan dan membangun kepastian pelanggan sehingga mendapatkan profit dan revenue yang lebih banyak, ketika perusahaan telah melakukan identifikasi menarik dan mempertahankan pelanggan terbaiknya [6].

## 3. Metode Penelitian

### 3.1. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini antara lain, wawancara yaitu melakukan wawancara langsung terhadap HRD selaku pemilik perusahaan untuk mendapatkan detil dari sistem yang berjalan, serta sistem baru yang diinginkan. Jenis wawancara yang di buat di bawah mengacu pada wawancara semi terstruktur dimana pertanyaan telah di siapkan tetapi urutan dari pertanyaan bersifat fleksibel tergantung dari jawaban atau respon dan arah pembicaraan.

Penelitian ini juga melakukan studi literatur untuk mendapatkan teori teori yang mendasari masalah dan bidang yang akan diteliti [7], mengumpulkan literatur serta referensi yang berkaitan dengan penelitian ini, seperti CRM, CRP *Framework* melalui berbagai sumber ilmiah. Observasi dilakukan peneliti untuk mengamati proses bisnis dari berbagai aspek yang berkaitan dengan penelitian di sebuah jasa servis. Observasi dilakukan untuk mengumpulkan data atau informasi sebagai acuan untuk merancang dan menganalisis kebutuhan sistem [8].

### 3.2. Pengembangan Perangkat Lunak

Metode *iterative* digunakan pada penelitian ini yang merupakan pengembangan sistem yang melakukan iterasi pada setiap tahap nya, saat satu tahap iterasi telah selesai dilakukan maka akan dilakukan evaluasi. Hasil evaluasi akan dijadikan bahan untuk pengembangan di tahap iterasi selanjutnya, hal ini yang di sebut *incremental*. *Iterative* model di pilih karena dengan model pengembangan perangkat lunak ini program dapat dipecah ke bagian yang lebih kecil sehingga memudahkan untuk tahap implementasi pengkodean, selain itu jika pada sistem masih ada kesalahan dapat di perbaiki sebelum masuk ke proses yang lebih jauh. Visualisasi data ini dapat berdampak pada kemudahan proses pengambilan keputusan di dalam perusahaan [9]. Hal ini sesuai dengan pendapat [10] Model iteratif, persyaratan tidak diselesaikan dan proses iteratif dimulai dengan sejumlah kecil persyaratan, Setiap iterasi mengembangkan versi kecil produk dan diulangi hingga versi final.

Penelitian ini menggunakan Bahasa pemrograman PHP dipilih karena mudah di pelajari, ringkas, dan praktis dari segi konfigurasi dan penginstalan, saat mendapatkan pembaruan tidak membutuhkan kompilasi ulang pada *source code*, kemudian itu untuk text editor di gunakan aplikasi tambahan yaitu *visual studio code* dengan menggunakan *framework Laravel*. *Web server* yang dipilih menggunakan *xampp*.

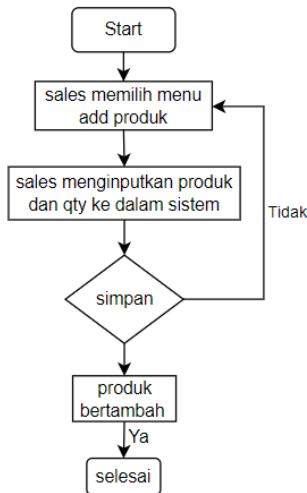
## 4. Hasil Dan Pembahasan

### 4.1 Diagram Alir Proses Bisnis

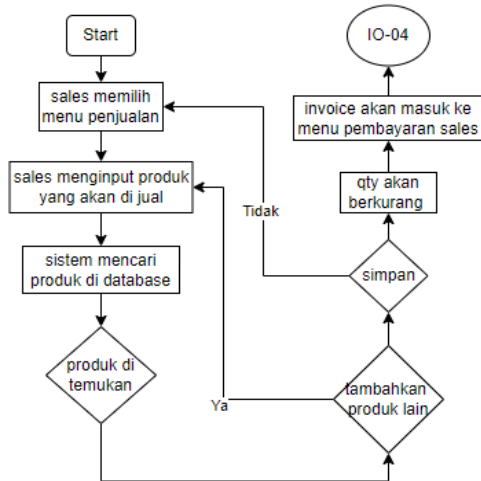
Penelitian ini membuat diagram alir untuk memahami lebih jauh mengenai proses bisnis (CRP). Gambar 1 menunjukkan diagram alir penambahan produk yang dilakukan oleh sales untuk dilakukan proses penjualan jasa dengan aliran yang ditunjukkan pada Gambar 2.

Di dalam (CRP), proses *booking* dan servis di awali dengan pembuatan akun untuk melakukan input terhadap kerusakan ataupun keluhan yang dialami

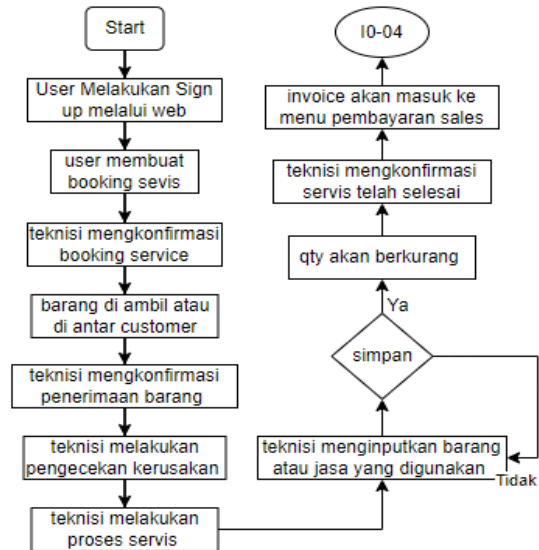
pada perangkat komputer yang dimiliki. Sehingga nantinya dapat dilakukan proses *booking* untuk datang ke lokasi servis. Gambar 3 menunjukkan diagram alir proses *booking*. Termasuk didalamnya adalah berbagai fitur yang mendukung (CRP) seperti *loyalty program*. Proses pembayaran dilakukan setelah perbaikan selesai dikonfirmasi oleh teknisi, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 4. Setiap pemesanan jasa yang dilakukan, *customer* mendapatkan poin yang dapat di tukarkan seperti yang ditunjukkan pada Gambar 5.



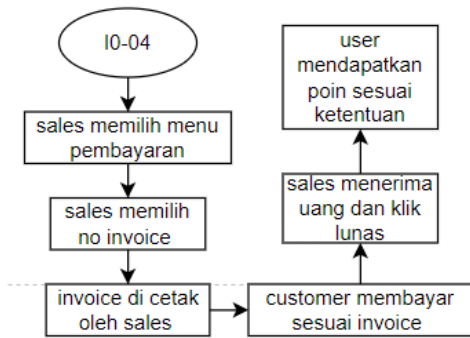
Gambar 1 Flowchart tambah produk



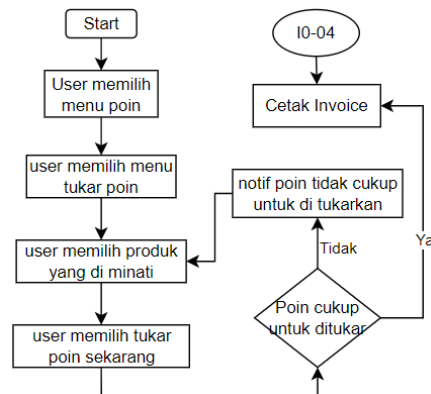
Gambar 2 Flowchart Proses penjualan



Gambar 3 Flowchart Booking dan Service



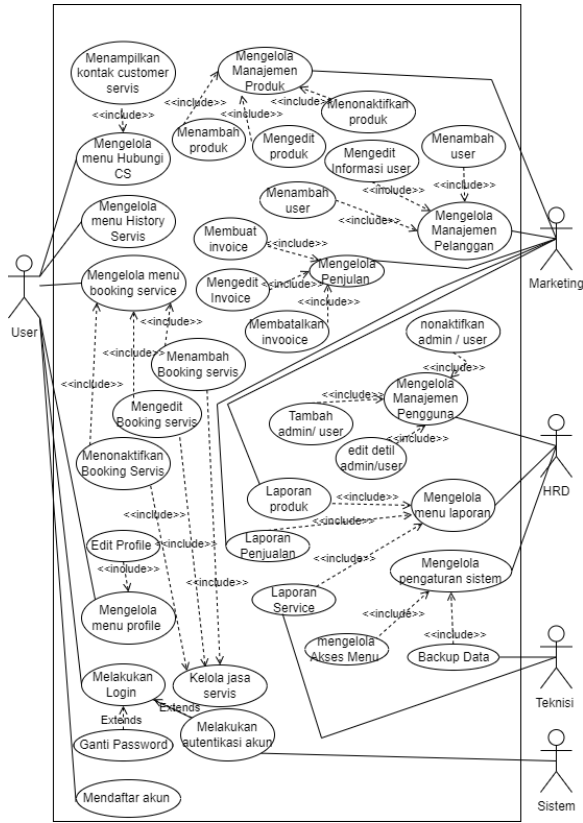
Gambar 4 Flowchart pembayaran



Gambar 5 Flowchart tukar point

#### 4.2 Skenario Kasus Penggunaan

Skenario kasus penggunaan atau biasa disebut dengan diagram kasus digunakan untuk menggambarkan kebutuhan kebutuhan yang bersifat fungsional yang sudah ditetapkan ditahapan sebelumnya. Berikut adalah diagram use case pada sistem jasa servis komputer berdasarkan interaksi actor kepada sistem



Gambar 6 Usecase sistem sistem jasa servis

```
Schema::create('users', function (Blueprint $table) {
    $table->id();
    $table->string('name');
    $table->string('email')->unique();
    $table->timestamp('email_verified_at')->nullable();
    $table->integer('diskon_id')->nullable();
    $table->string('no_telp')->nullable();
    $table->string('alamat')->nullable();
    $table->string('password');
    $table->string('role')->default('Pelanggan');
    $table->rememberToken();
    $table->timestamps();
});
```

Gambar 8 Implementasi tabel user pada sistem

Tabel Produk merupakan tabel yang termasuk kedalam role sales , pada tabel ini setiap produk yang dimasukkan oleh sales maka akan tersimpan pada tabel ini seperti pada gambar 9. dan pada gambar 10 merupakan implementasi tabel produk pada sistem.

Gambar 9 tabel produk pada database

```
Schema::create('table_produk_layanan', function (Blueprint $table) {
    $table->id();
    $table->string('jenis')->default('produk');
    $table->string('nama');
    $table->string('harga')->nullable();
    $table->text('diskripsi')->nullable();
    $table->string('foto')->nullable();
    $table->integer('parent_produk')->nullable();
    $table->timestamps();
});
```

Gambar 10 implementasi tabel produk pada sistem

### 4.3 Implementasi Data

Bagian ini merupakan tabel Pengguna, pada tabel ini terdapat 2 role yaitu role admin dimana akun sudah dibuat melalui sistem , yang kedua adalah role yang dibuat untuk menyimpan data pelanggan yang mendaftar melalui sistem yang dibuat seperti gambar 7 , kemudian pada gambar 8 merupakan implementasi tabel user pada sistem.

Gambar 7 Implementasi tabel user pada Database

Tabel Booking Servis merupakan tabel yang termasuk kedalam role Customer atau pelanggan , pada tabel ini setiap booking servis yang dimasukkan oleh customer maka akan tersimpan pada tabel ini seperti pada gambar 11. kemudian pada gambar 12 merupakan implementasi tabel booking servis pada sistem.

Gambar 11 Tabel booking servis pada database

```
Schema::create('table_booking_servis', function (Blueprint $table) {
    $table->id();
    $table->unsignedBigInteger('user_id');
    $table->string('judul')->nullable();
    $table->text('diskripsi');
    $table->string('list_produklayanannya')->nullable();
    $table->string('total_biaya')->nullable();
    $table->datetime('tgl_servis');
    $table->string('status');
    $table->datetime('tgl_selesai')->nullable();
    $table->string('diskon_id')->nullable();
    $table->string('poin_id')->nullable();
    $table->timestamps();
    $table->index('user_id');
});
```

Gambar 12 Implementasi tabel booking servis pada sistem

Tabel Diskon merupakan tabel yang termasuk kedalam role customer Marketing / Sales , pada tabel ini sales dapat membuat kode diskon dan berapa persentasi nilai diskon seperti pada gambar 13 kemudian pada gambar 14 merupakan implementasi tabel *user* pada sistem.

Gambar 13 Tabel diskon pada database

```
Schema::create('table_diskon', function (Blueprint $table) {
    $table->id();
    $table->string('judul');
    $table->string('nilai');
    $table->string('kupon')->nullable();
    $table->datetime('akhir_diskon');
    $table->timestamps();
});
```

Gambar 14 Implementasi tabel diskon servis pada sistem

Tabel Point merupakan tabel yang termasuk kedalam role customer atau pelanggan , pada tabel ini setiap kali customer selesai melakukan servis maka akan mendapatkan point sesuai dengan ketentuan yang dimasukkan secara otomatis oleh sistem gambar 15 kemudian pada gambar 16 merupakan implementasi tabel point pada sistem.

Gambar 15 Tabel point pada database

```
Schema::create('table_poin', function (Blueprint $table) {
    $table->id();
    $table->unsignedBigInteger('user_id');
    $table->string('judul')->nullable();
    $table->string('total')->nullable();
    $table->string('nilai');
    $table->datetime('akhir_poin')->nullable();
    $table->index('user_id');
    $table->timestamps();
});
```

Gambar 16 Implementasi Tabel point pada sistem

Tabel blog merupakan tabel yang termasuk kedalam role sales, pada tabel ini setiap postingan blog yang dibuat oleh sales akan tersimpan ke dalam tabel ini dapat dilihat pada gambar 17 dihalaman berikutnya, gambar 18 dihalaman berikutnya merupakan implementasi tabel *blog* pada sistem.

Gambar 17 Tabel Blog pada database

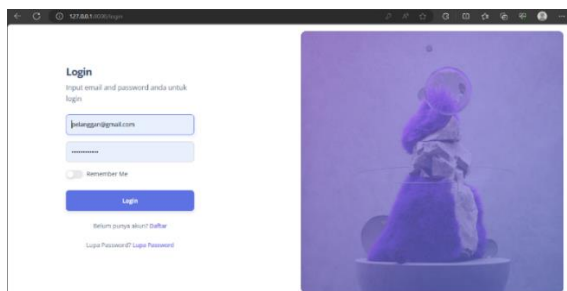
```
Schema::create('table_blog', function (Blueprint $table) {
    $table->id();
    $table->string('judul')->nullable();
    $table->text('isi')->nullable();
    $table->string('foto')->nullable();
    $table->string('kupon')->nullable();
    $table->integer('diskon_id')->nullable();

    $table->datetime('tgl_selesai')->nullable();
    $table->boolean('aktif')->default(true);
    $table->timestamps();
});
```

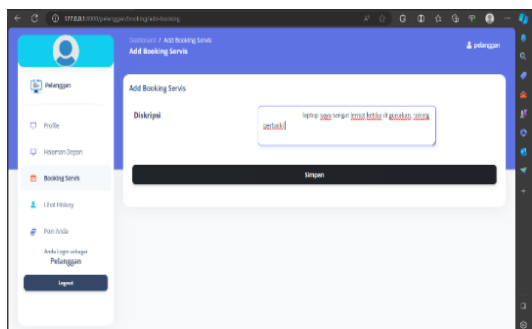
Gambar 18 Implementasi tabel blog pada sistem

#### 4.4 Desain Antarmuka

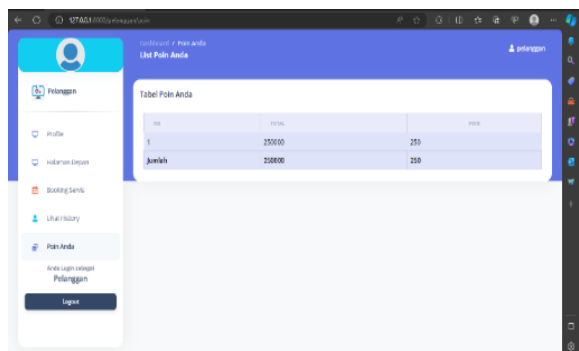
Untuk dapat menggunakan sistem sepenuhnya maka pelanggan diwajibkan untuk mendaftar terlebih dahulu jika belum memiliki akun pada sistem, tetapi jika pelanggan sudah mempunyai akun maka pilih menu login untuk memasukkan *username* dan *password* seperti gambar 19. Dibagian customer terdapat menu *booking service* dan *history service*. Pada menu *booking service* pelanggan dapat menambahkan *booking service* lihat gambar 20, kemudian setelah membuat *booking service* customer dapat melihat apakah *booking* sudah masuk dan berhasil di buat seperti gambar 21 . Gambar 22 merupakan menu untuk melihat jumlah point dan menukar jumlah point customer ketika selesai melakukan servis.



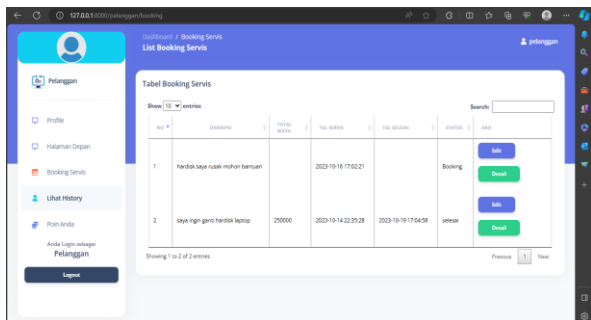
Gambar 19 Login User dan Admin



Gambar 20 User Interface Proses Booking Service



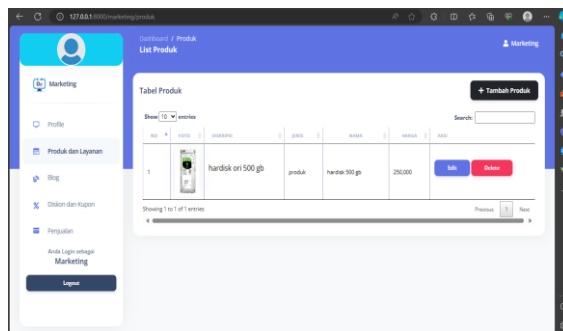
Gambar 21 User Interface History Service



Gambar 22 User Interface point customer

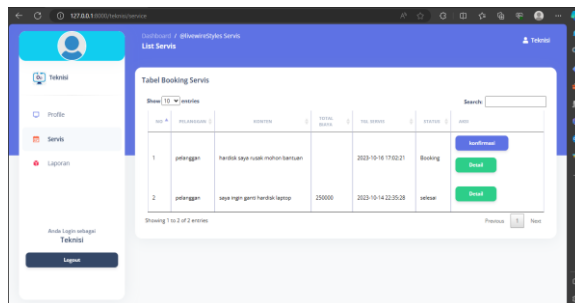
Gambar 23 merupakan antarmuka pengguna, tambah produk pada bagian penjualan, selain menambah produk bagian penjualan juga dapat mengedit atau menghapus produk, pada menu lain sales terdapat menu *blog* yang berfungsi untuk membuat blog yang berisikan tips dan trik atau hal hal

yang berhubungan dengan promosi barang sales, terdapat juga menu penjualan pada menu ini bagian penjualan dapat membuat faktur penjualan mengedit atau menonaktifkan faktur penjualan.



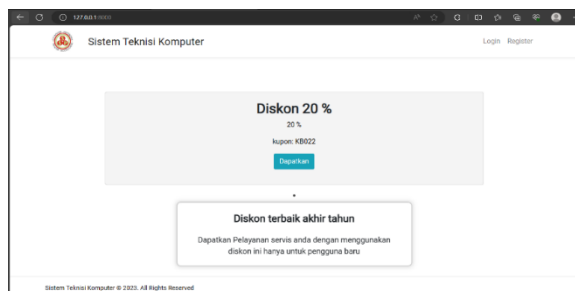
Gambar 23 User Interface add produk

Gambar 24 merupakan antarmuka pengguna dari teknisi, pada teknisi terdapat menu service yang berisi data booking, proses servis semua pelanggan. Pada menu ini teknisi dapat menerima atau menolak *booking*, mengkonfirmasi terima barang, melakukan proses cek barang dengan memilih tombol, memproses barang servis dalam hal ini termasuk estimasi selesai dan barang apa saja yang akan di tambahkan Ketika melakukan servis pada komputer pelanggan.



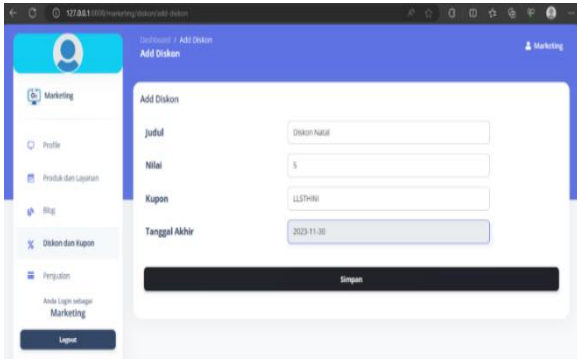
Gambar 12 User Interface Proses servis

Gambar 13 merupakan antarmuka pengguna pelanggan dimana pada menu ini pelanggan dapat melihat berbagai macam promo dan potongan harga yang bisa di ambil secara langsung setelah melakukan login.



**Gambar 13** User Interface Coupon diskon dan blog pada pelanggan

Gambar 14 bagian penjualan dapat membuat dan menambah promo kupon, menambahkan tanggal mulai dan tanggal kadaluarsa, memasukkan kode promo untuk kupon.



**Gambar 14** User Interface Add Coupon diskon dan pada bagian penjualan

Gambar 15 merupakan penerapan antarmuka pengguna teknisi yaitu laporan servis, setiap servisian yang masuk dan telah selesai maka akan masuk secara otomatis ke dalam laporan teknisi.



**Gambar 15** User Interface laporan teknisi

**4.5 Pengujian**

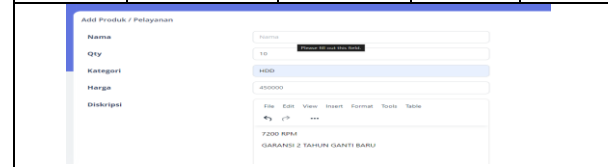
Penelitian ini melakukan pengujian *blackbox* yang bertujuan untuk memastikan sistem yang dibangun telah sesuai dengan kebutuhan fungsional yang dianalisis pada tahap awal pengembangan sistem. Berdasarkan sampling pengujian menggunakan skenario, didapatkan bahwa 85% kebutuhan fungsional telah terpenuhi dan lolos uji kebutuhan. Hal ini menunjukkan bahwa sistem yang diterapkan telah mendukung 85% kebutuhan fungsional.

**5. Hasil Pengujian**

Test ID	<b>KFT-03</b>
---------	---------------

Tujuan Test	Add Produk			
Aktor	marketing,			
Kondisi Awal	Menambah produk baru			
Data Input	Prosedur Pengujian	Hasil yang diharapkan	Hasil yang diperoleh	Kesimpulan

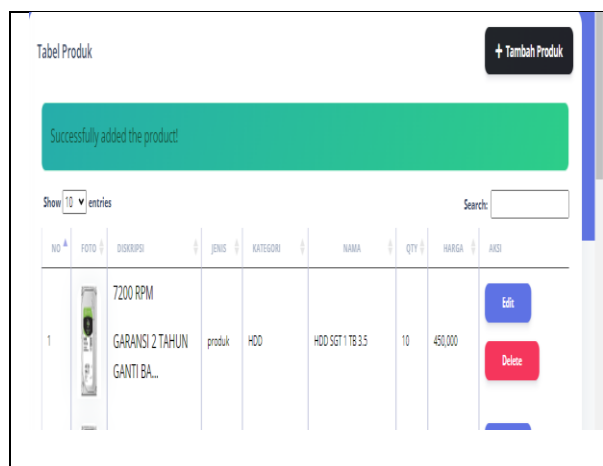
<b>add produk baru oleh marketing</b>				
nama produk kosong selain nama produk di isi	mengisi kolom add produk	notif jika ada kolom yang masih kosong	notif muncul add produk gagal	Berhasil



Tujuan Test	Add Produk			
Aktor	marketing,			
Kondisi Awal	Menambah produk baru			
Data Input	Prosedur Pengujian	Hasil yang diharapkan	Hasil yang diperoleh	Kesimpulan

<b>add produk baru oleh marketing</b>				
nama judul HDD 1TB 3.5 selain nama produk di isi juga	mengisi kolom add produk	Add produk berhasil	produk baru terbuat	Berhasil





Berdasarkan hasil pengujian black box yang telah dilakukan pada sistem di atas didapatkan 8 pengujian menunjukkan keberhasilan sistem sebesar 100%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa meskipun hasil pengujian tidak mencapai 100%, tetapi tingkat keberhasilan yang tinggi dapat menunjukkan jika sebagian besar *test case* telah dapat diatasi dengan baik oleh sistem. Kemudian pada uji case 4.77 merupakan case awal Ketika belum di lakukan booking servis oleh pelanggan dan di lakukan servis oleh teknisi, kemudian pada case ini point dapat berubah, dari case ini juga dapat di simpulkan bahwa untuk mendapat point maka semua tahapan proses baik booking dan juga servis telah di lalui sehingga point dapat bertambah.

## 6. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan kerangka CRP pada Manajemen Hubungan Pelanggan. Terdapat 5 framework antara lain

### 1. *Customer Service*

Pada bagian *customer service* diimplementasikan dan digunakan untuk menampilkan halaman kontak baik telpon dan Whatsapp selain itu juga menampilkan alamat dan juga peta sehingga pelanggan dapat langsung terhubung melalui kontak yang tersedia atau mengunjungi langsung perusahaan dengan mengikuti maps yang telah di sediakan oleh Perusahaan

### 2. *Frequency/Loyalty Program*

Penerapan pada kerangka ini berbentuk point yang didapatkan customer setelah melakukan servis sesuai dengan ketentuan yang berlaku di perusahaan.

### 3. *Customization*

Penerapan *customization* berupa kustom produk yang dapat disesuaikan oleh pelanggan baik dari segi harga dan merk

### 4. *Rewards Program*

*Reward program* pada sistem diwujudkan pada bonus yang didapatkan pelanggan baru ketika pertama mendaftar, akan mendapatkan potongan harga sesuai ketentuan yang sudah dibuat .

### 5. *Community Building*

Penerapan pada *Community Building* ini terwujud pada halaman *blog* yang dapat digunakan bagian penjualan untuk membuat postingan baik promo tips tentang teknologi informasi dan teknologi serta pengumuman.

Hasil penelitian ini berkontribusi secara akademis pada salah satu penerapan CRP pada sistem manajemen hubungan pelanggan berbasis web. Secara praktis, penelitian ini dapat dijadikan salah satu rujukan Pembangunan sistem manajemen hubungan pelanggan bagi Perusahaan yang bergerak di bidang jasa servis.

## KEPUSTAKAAN

- [1] F. E. Ardian and T. A. Cahyanto, "Sistem Informasi Jasa Service Barang Elektronik Berbasis Web," 2018.
- [2] F. Kurnia, "Pengertian komputer, sejarah komputer, komponen komputer," *Wordpress*, pp. 1–12, 2011, [Online]. Available: <https://fetybyansec.wordpress.com/2011/06/17/pengertian-komputer-sejarah-komputerkomponen-komputerlengkapterbaruada-disini/>
- [3] Vibrian, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Keluhan, Hambatan Berpindah Dan Atmosfer Kenyamanan Terhadap Retensi Konsumen (Studi Kasus Konsumen Pada Lapangan Sepak Bola Akademi Persija Pulomas)," pp. 9–41, 2022, [Online]. Available: [http://repository.stei.ac.id/8296/3/BAB\\_2\\_Vibrian.pdf](http://repository.stei.ac.id/8296/3/BAB_2_Vibrian.pdf)
- [4] R. S. Winner, "A Framework for Customer Relationship Management," 2001, vol. 43, no. 4. doi: <https://doi.org/10.2307/41166102>.
- [5] F. Buttle, *Customer Relationship Management Concepts and Technologies*. 2000.
- [6] H. Taherdoost, "Customer Relationship Management," *EAI/Springer Innovations in Communication and Computing*, 2023.

<http://muwafikcenter.lecture.ub.ac.id/2014/05/customer-relationship-management-crm/>  
(accessed Jun. 11, 2023).

- [7] Purwono, “Studi Kepustakaan,” *Universitas gajah mada*. pp. 66–72, 2008.
- [8] C. M. J. Wando and I. Dzikria, “Delivery Route Estimation on a Web-Based Restaurant Delivery System Using Greedy Algorithm,” *J. Inf. Technol. Cyber Secur.*, vol. 1, no. 1, pp. 31–40, 2023, doi: 10.30996/jitcs.7611.
- [9] R. S. Afifah, F. al A. Mufied, and M. Hardiyanti, “Pengembangan Aplikasi Roll Bagi Customer Berbasis Website Menggunakan Metode Iterative Dan Incremental Development Of Roll Applications For Website- Based Customers Using Itrative And Incremental Methods,” vol. 9, no. 2, pp. 650–655, 2022.
- [10] Shylesh s, “A study of software development life cycle process models,” *SSRN Electron. J.*, pp. 1–7, 2017.