

**PEMBANGUNAN SISTEM *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)
BERBASIS *RECENCY FREQUENCY MONETARY* (RFM) PADA KLINIK KECANTIKAN
AURAKU SKIN SOLUTION**

Tiara Rahmawati*, Yulison Herry Chrisnanto dan Fajri Rakhmat Umbara

Jurusan Informatika, Fakultas Sains dan Informatika, Universitas Jenderal Achmad Yani
Jalan Terusan Jenderal Sudirman, Cimahi, Jawa Barat 40285.

*Email: tiarahmawati25@gmail.com

Abstrak

Auraku Skin Solution merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan barang dan jasa pelayanan kesehatan, jasa yang diberikan berupa perawatan kecantikan. Berdasarkan data yang didapat dari Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Cimahi, jumlah klinik kecantikan yang ada di Kota Cimahi sebanyak 30 klinik menyebabkan adanya persaingan di dalam dunia bisnis klinik kecantikan untuk mendapat pelanggan menjadi lebih tinggi. Pelanggan kesulitan untuk mendapatkan informasi maupun memesan jadwal konsultasi, selain itu juga kurangnya tempat untuk menampung pelanggan yang mempunyai keluhan ataupun saran seputar pelayanan maupun produk yang ada pada Klinik Auraku yang menyebabkan pelanggan tidak puas. Customer Relationship Management (CRM) merupakan strategi yang digunakan dalam suatu perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, mendapatkan pelanggan, mempertahankan, dan meningkatkan jumlah pelanggan perusahaan dengan menggunakan konsep Recency, Frequency, Monetary (RFM) yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk membangun sebuah sistem Customer Relationship Management (CRM) berbasis website. Pengembangan sistem penelitian ini menggunakan model waterfall. Dengan adanya sistem ini diharapkan dapat mempertahankan pelanggan dan pemberian informasi yang akurat guna meningkatkan jumlah pelanggan pada Klinik Kecantikan Auraku dan mempermudah Klinik Kecantikan Auraku mendapatkan pelanggan baru.

Kata kunci : Customer Relationship Management; Klinik Kecantikan; Pelanggan.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam dunia usaha, pemilik perusahaan memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Dalam menghadapi dunia usaha, setiap perusahaan harus memiliki strategi yang efektif sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Salah satu strategi penting adalah dengan memiliki informasi yang jelas terkait informasi pelanggan dan tingkat persaingan diantara usaha sejenis (Setiawan, Nugroho and Adhipta, 2014). Dalam upaya untuk mempertahankan pelanggan atau memperoleh pelanggan baru, perusahaan memerlukan strategi yang tepat, salah satu konsep yang ditawarkan adalah CRM (Customer Relationship Management) yaitu sebuah sistem terintegrasi yang berhubungan dengan pelanggan, dengan demikian kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan (Mardison and Pramudia, 2015). Dengan adanya CRM dapat mendukung peningkatan kepuasan pelanggan perusahaan untuk mendapatkan pelanggan yang loyal (Kalalo, 2013). Pelanggan merupakan aset yang sangat berharga bagi setiap perusahaan, komunikasi dengan pelanggan sangat penting untuk meningkatkan keuntungan, mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Yulianti and Putra, 2014).

Auraku Skin Solution merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan barang dan jasa pelayanan kecantikan. Jasa yang diberikan berupa perawatan kecantikan dan produk kosmetik. Auraku Skin Solution merupakan klinik kecantikan pertama yang ada di Kota Cimahi, berdiri pada tahun 2002 di Komplek Pondok Mutiara 10 No.4. Target pasar klinik Auraku adalah kaum perempuan khususnya yang berdomisili di Kota Cimahi dan sekitarnya dengan usia di atas 20 tahun hal tersebut terkait dengan karakteristik kulit pada usia tertentu.

Klinik Auraku belum melakukan kegiatan promosi yang terstruktur sehingga ada bagian-bagian informasi yang ditujukan pada pelanggan menjadi tidak tepat yang menyebabkan pelanggan tidak mengetahui informasi terbaru sehingga dapat mempengaruhi pelanggan beralih ke klinik

kecantikan lain, selain itu juga kurangnya tempat untuk menampung pelanggan yang mempunyai keluhan ataupun saran seputar pelayanan maupun produk yang ada pada Klinik Auraku.

Untuk menyelesaikan masalah tersebut Klinik Kecantikan Auraku memerlukan sistem *Customer Relationship Management* (CRM) dengan menggunakan konsep *Recency, Frequency, Monetary* (RFM) yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat loyalitas pelanggan dengan melihat informasi layanan maupun produk dari Klinik Kecantikan Auraku kepada calon pelanggan yang baru (*Acquire*) dan mengetahui informasi pelanggan siapa saja yang sering mengalami keluhan seputar pelayanan perawatan maupun produk yang menyebabkan pelanggan tidak puas terhadap pelayanan Klinik Auraku, dengan banyaknya pelanggan maka Klinik Auraku dapat mengetahui informasi pelanggan yang sering mengalami keluhan dan menjadikan evaluasi bagi Klinik Auraku untuk meningkatkan loyalitas pelanggan agar ke depannya tidak ada keluhan yang sama pada pelanggan (*retain*) sehingga pelanggan tidak berpindah ke klinik kecantikan yang lain.

Untuk menentukan pelanggan yang loyal dan tidak loyal dapat menggunakan metode *recency, frequency, monetary*, model RFM merupakan model untuk menentukan segmentasi konsumen yang membedakan pelanggan penting dari data yang besar oleh tiga variabel yaitu *recency, frequency dan monetary*, hasil segmentasi konsumen dapat digunakan untuk memberi penilaian terhadap konsumen (*customer scoring*) dan menentukan profil konsumen (*customer profiling*) (Yuliani, Putra and Rusjayanti, 2015).

1.2. Identifikasi Masalah

- Tingkat persaingan pada dunia bisnis dalam bidang klinik kecantikan untuk mendapatkan pelanggan baru (*acquire*) menjadi rendah, dengan total 30 Klinik Kecantikan yang ada di Cimahi, dan jumlah pelanggan lima tahun terakhir dari tahun 2014 sampai tahun 2018 mengalami penurunan.
- Tingkat persaingan yang cukup tinggi dalam usaha bidang kecantikan menyebabkan potensi pada tingkat loyalitas pelanggan menjadi menurun (*enchance*)
- Kurangnya mekanisme komunikasi pihak klinik kecantikan Auraku dengan pelanggan menyebabkan pelanggan kurang puas dengan pelayanan perawatan yang diberikan oleh pihak klinik Auraku (*retain*).

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada permasalahan yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah membuat Sistem Customer Relationship Management (CRM) berbasis RFM yang dapat membantu pelanggan untuk mengetahui informasi seputar layanan-layanan baru yang akan diberikan oleh Klinik Kecantikan Auraku dengan cara membuat promosi dengan mengirim email kepada pelanggan seputar pelayanan perawatan kecantikan dan *discount* dari produk auraku, dengan adanya media komunikasi yang memadai dalam memberikan saran, pembuatan laporan secara sistem, menampilkan grafik kepuasan pelanggan, sehingga dapat membantu dalam mengelola data pelanggan dan menangani dan mengolah keluhan pelanggan sehingga bisa mengetahui dan menjadikan evaluasi bagi perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap perusahaan.

1.4. Batasan Masalah

Dalam melaksanakan penelitian ini diperlukan suatu batasan-batasan agar lebih fokus serta tidak menyimpang dari yang telah direncanakan, batasan-batasan tersebut yaitu :

- Sistem yang dikembangkan masih dalam konfigurasi *offline*.
- Penelitian menangani pelayanan terhadap pelanggan dan calon pelanggan baru.
- Penelitian menangani implementasi rancangan sistem CRM (tahap *acquire*, tahap *retain*, dan tahap *enchance*).
- Penelitian tidak membahas proses pembayaran.

2. METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan secara sistematis, mulai dari perolehan data, analisis kebutuhan sistem, analisis sistem berjalan, perancangan sistem, implementasi perangkat lunak, pengujian sistem dan terakhir pelaporan publikasi ilmiah

2.1. Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu :

1. Observasi

Metode ini melakukan pengamatan dan pencatatan mengenai apa saja yang ada pada Klinik Kecantikan Auraku saat ini, baik dari sistem yang digunakan maupun kegiatan yang mencakup proses bisnis dalam pengelolaan data pelanggan pada Klinik Kecantikan Auraku.

2. Wawancara

Metode ini merupakan proses tatap muka secara langsung dengan salah satu pihak dari Klinik Kecantikan Auraku yang bertanggung jawab atas pelayanan pelanggan, maupun dengan pihak-pihak lain yang terlibat dengan proses layanan pelanggan untuk memperoleh informasi secara langsung disertai dengan adanya data yang akurat.

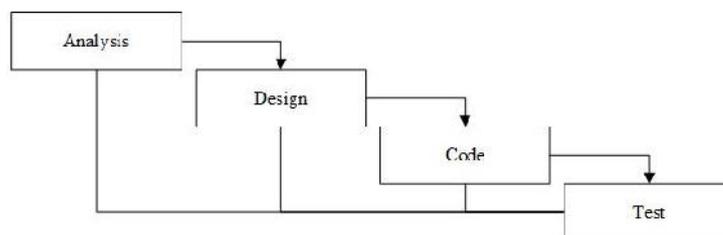
2.2. Tahapan Perhitungan Menggunakan Recency Frequency Monetary (RFM)

Nilai *recency*, *frequency*, *monetary* dibagi menjadi lima bagian dengan nilai 5, 4, 3, 2 dan 1. Nilai *recency* dihitung berdasarkan tanggal transaksi terakhir atau interval waktu transaksi terakhir dengan saat ini. Nasabah dengan tanggal transaksi terbaru mempunyai nilai 5 sedangkan nasabah dengan tanggal transaksi terjauh di masa lalu mempunyai nilai 1. Begitu juga dengan nilai *frequency*, nasabah yang sering bertransaksi mempunyai nilai *frequency* yang tinggi, yaitu 5. Sedangkan nasabah yang jarang bertransaksi mempunyai nilai 1. Nasabah yang mempunyai saldo simpanan yang banyak mempunyai nilai *monetary* yang tinggi, dengan nilai 5. Sebaliknya nasabah yang mempunyai saldo simpanan yang kecil mempunyai nilai *monetary* yang rendah yaitu 1. Berikut adalah persamaan dari Recency Frequency Monetary

$$\text{RFM score} = (\text{nilai Recency} \times 100) + (\text{nilai Frequency} \times 0) + \text{nilai monetary} \quad (1)$$

2.3. Pengembangan Perangkat Lunak

Pengembangan perangkat lunak yang digunakan dalam Pembangunan Sistem *Customer Relationship Management* (CRM) Berbasis *Customer Lifetime Value* Pada Klinik Kecantikan Auraku yaitu menggunakan metode *waterfall*. Metode *waterfall* adalah menggambarkan pendekatan yang sistematis dan juga berurutan pada pengembangan sistem dan juga memudahkan dalam memecah sebuah proyek menjadi potongan yang lebih kecil berdasarkan aktivitas. Tahap tahap metode *waterfall* yaitu seperti pada gambar 1.



Gambar 1 Metode Waterfall

a. Analysis

Tahap ini bertujuan untuk analisis sistem yang diharapkan oleh pengguna dan batasan sistem yang akan dibangun. Pada tahap ini juga akan dilakukan analisa sistem berjalan pada perusahaan sehingga dapat diketahui secara garis besar fungsi apa saja yang akan dibuat dalam sistem. Perolehan data awal dilakukan dengan cara observasi atau datang dan menganalisis langsung pada perusahaan. Kemudian, dilakukan wawancara pada pihak yang berkaitan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

b. Design

Berdasarkan analisis kebutuhan yang telah dilakukan sebelumnya, maka dalam tahap ini akan dilakukan persiapan desain dari sistem yang akan dibangun. Desain Sistem membantu dalam menentukan perangkat keras (*hardware*) dan membantu dalam mendefinisikan arsitektur sistem secara keseluruhan. Desain sistem akan digambarkan dalam *United Modeling*

Language (UML), perancangan database, dan perancangan antarmuka dilakukan dengan menggunakan *tools Balsamic Mockup*.

c. Code

Pada tahap ini dilakukan implementasi hasil *analysis* dan *design* ke dalam baris-baris kode program. Tahap implementasi menggunakan Bahasa pemrograman PHP dengan *framework CodeIgniter* dan *database MySQL* sebagai sarana penyimpanan data.

d. Test

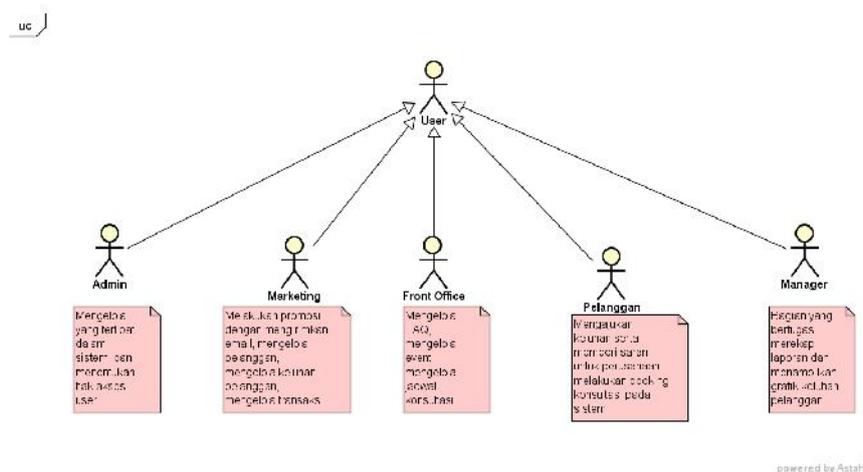
Pada tahap ini dilakukan pada setiap fungsi dan prosedur yang terdapat di dalam modul, hal ini dilakukan untuk mencegah kesalahan-kesalahan pada sistem yang telah dibuat. Tahap pengujian menggunakan Teknik *Black Box*

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini yaitu Sistem *Customer Relationship Management (CRM)* Berbasis *Recency Frecuency Monetary* Pada Klinik Kecantikan Auraku Skin Solution yang dapat mengukur tingkat loyalitas pelanggan dengan melihat informasi layanan maupun produk dari Klinik Kecantikan Auraku mengetahui informasi pelanggan siapa saja yang sering mengalami keluhan seputar pelayanan perawatan maupun produk yang menyebabkan pelanggan tidak puas terhadap pelayanan Klinik.

3.1. Kebutuhan Pengguna

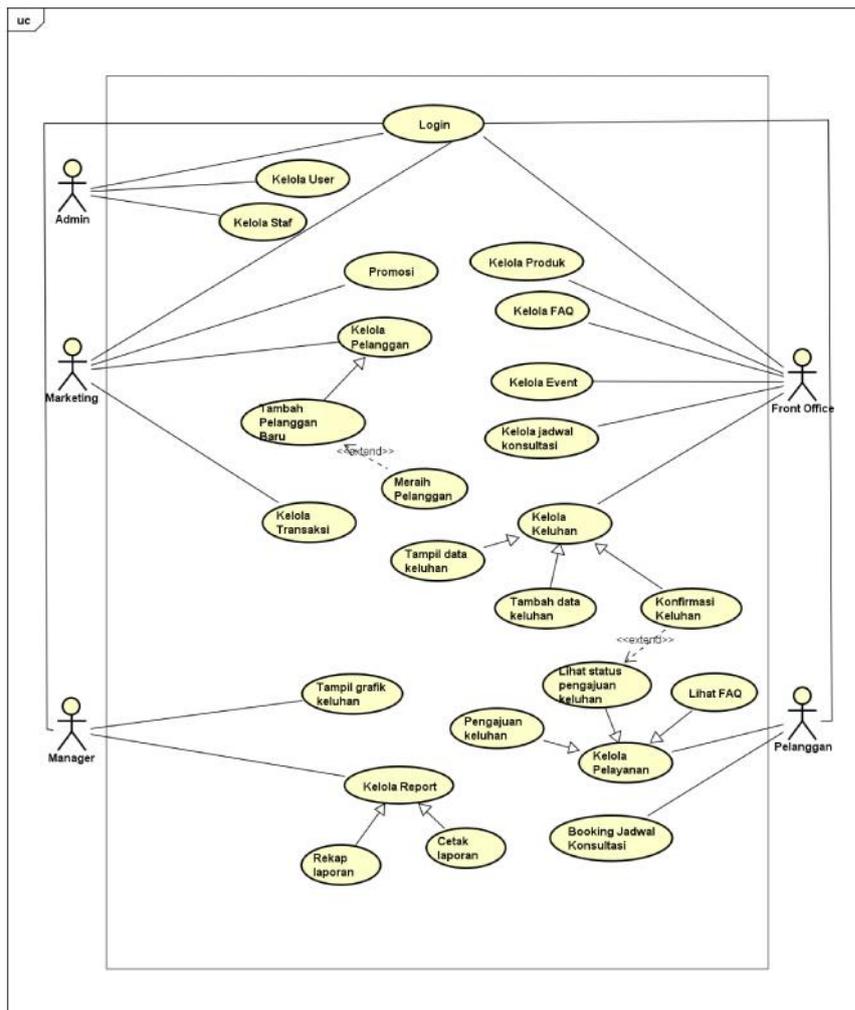
Berdasarkan hasil analisa terdapat 5 aktor yang terlibat didalam sistem yaitu admin, marketing, front office, pelanggan, manager. Aktor yang terlibat dalam sistem dapat dilihat pada gambar



Gambar 2 Kebutuhan Pengguna (Business Actor)

3.2. Kebutuhan Fungsional

Kebutuhan fungsional ini dibuat berdasarkan proses yang ada pada setiap sistem berjalan pada Klinik Kecantikan Auraku Skin Solution. Kebutuhan fungsional yang akan dibangun terdiri dari beberapa fungsi utama seperti pada gambar

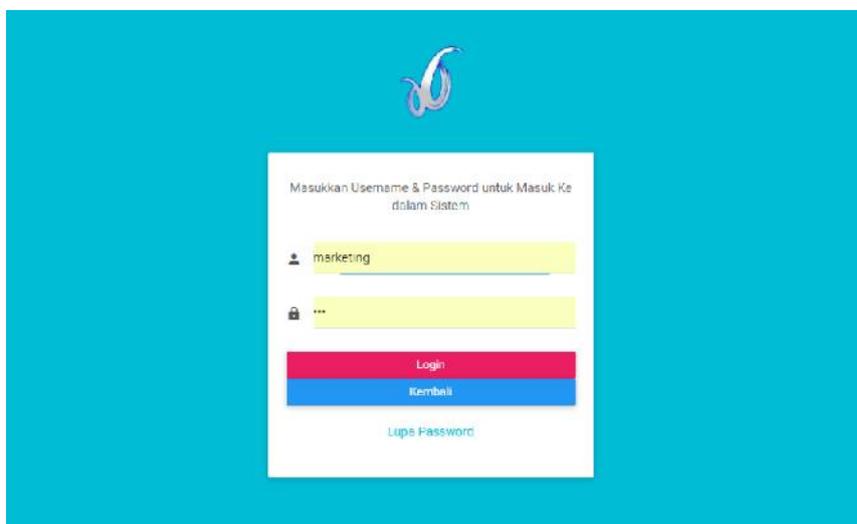


Gambar 3 Kebutuhan Fungsional (Usecase Diagram)

3.3. Implementasi

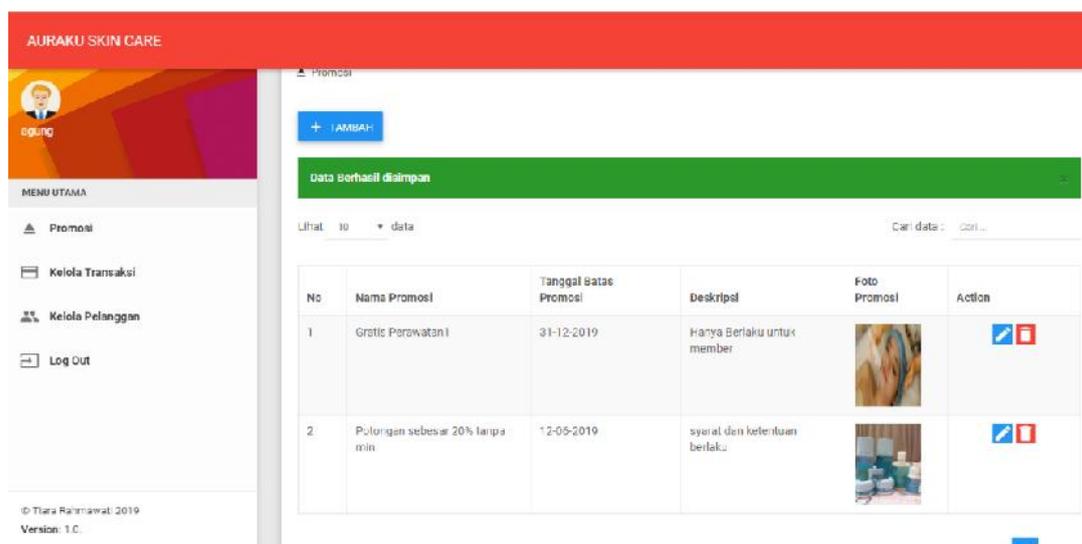
Implementasi merupakan merupakan penerapan hasil perancangan sistem yang telah didefinisikan pada Gambar 4 dan Gambar 5.

- a. Tampilan Antarmuka Halaman Login



Gambar 4 Tampilan Antarmuka Halaman Login

b. Tampilan Antarmuka Halaman Promosi



Gambar 5 Tampilan Antarmuka Halaman Promosi

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan dengan adanya Pembangunan Sistem Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Recency Frequency Monetary Pada Klinik Kecantikan Auraku Skin Solution diharapkan dapat meningkatkan pelayanan untuk mendapatkan, dan mempertahankan pelanggan sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang didapatkan dengan menganalisis data produk dan perawatan yang paling diminati oleh dan juga menghasilkan laporan hasil analisis keluhan pelanggan serta adanya grafik keluhan pelanggan sehingga dapat membantu dalam mengelola data pelanggan serta dapat mengukur tingkat loyalitas pelanggan menggunakan analisis RFM.

DAFTAR PUSTAKA

- Kalalo, R. E. (2013) 'Customer Relationship Management Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pt. Matahari Dept. Store, Manado', *Jurnal EMBA*, 1(4), pp. 1553–1561. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- Mardison and Pramudia, A. (2015) 'Perancangan Dan Pembuatan Aplikasi Customer Relationship Management Pada Koperasi Pembangunan Usaha Sumbar Berbasis Web', *KomTekInfo Fakultas Ilmu Komputer*, 2(1), pp. 6–9.
- Setiawan, A., Nugroho, E. and Adhipta, D. (2014) 'Perancangan Sistem Informasi Pelacakan Berbasis Customer Relationship Management Untuk Perusahaan Jasa Service Center (Studi Kasus : T-Comp Jogja)', (February), pp. 6–12.
- Yulianti, E. and Putra, I. (2014) 'Perancangan Aplikasi Customer Relationship Management (Crm) Pada English Language School (Els) Dengan Bahasa Pemrograman Php', *Jurnal Momentum ISSN*, 16(1), pp. 18–24.
- Yuliani, N. P. P., Putra, I. K. G. D. and Rusjayanti, N. K. D. (2015) 'Customer segmentation through fuzzy C-means and fuzzy RFM method', *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 78(3), pp. 380–385..
- Rahman, T., Luthfiyanti, R., dan Ekafitri, R., (2011), Optimasi Proses Pembuatan Food Bar Berbasis Pisang, Prosiding SNaPP2011 Sains, Teknologi, dan Kesehatan, pp. 295 – 302.