

PEMANFAATAN TEKNOLOGI SMS GATEWAY UNTUK MENDUKUNG PROSES MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN PADA DAILY STORE

Ioni Putra Waskita – Bambang Setiawan

Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Institut Sepuluh Nopember

Email : eyonee@is.its.ac.id

***Abstrak-**Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai pemanfaatan teknologi sms gateway untuk mendukung proses manajemen hubungan pelanggan pada daily store atau toko kebutuhan sehari-hari. Dalam implementasinya nanti pelanggan melakukan pemesanan produk ataupun berkomunikasi dengan daily store cukup melalui sms sehingga memudahkan pihak pengelola dalam merekam semua permintaan dari pelanggan.*

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman konsep CRM yang diterapkan pada bisnis perdagangan seperti toko retail pada umumnya, yang memiliki jumlah pelanggan yang cukup banyak dalam hubungannya menjaga keloyalan pelanggan terhadap perusahaan. Yang umumnya dilakukan dengan pemberian poin di setiap transaksi pelanggan maupun kegiatan promosi kepada pelanggan

Uji coba dan evaluasi dilakukan dengan memasukkan data dummy permintaan pelanggan dalam kurun waktu 3 tahun yang kemudian data tersebut dilakukan analisis CRM dan ditampilkan dalam bentuk grafik dengan tujuan dapat diambil kesimpulan secara garis besar manfaat implementasi CRM dan pemanfaatan teknologi sms gateway dari data permintaan pelanggan. Harapannya dari grafik yang disajikan tersebut, dapat memudahkan pihak pengelola daily store dalam memonitor proses bisnis pada daily store serta pengambilan keputusan bagaimana cara yang paling efektif untuk menjaga keloyalan pelanggan terhadap perusahaan.

Kata kunci : *monitoring, konsep CRM, SMS, SMS Gateway.*

1. Pendahuluan.

Dalam sebuah bisnis apapun menjaga hubungan baik dengan pelanggan adalah sesuatu yang perlu dilakukan, terlebih lagi pada bisnis yang bergerak dalam hal perniagaan atau perdagangan barang/jasa seperti halnya Daily Store atau toko kebutuhan sehari-hari. Pihak pemilik perusahaan harus dapat mengetahui dan mengenali apa keinginan dari pelanggannya. Sehingga perusahaan dapat segera mengambil tindakan apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan, seperti keluhan pelanggan ataupun permintaan pasar terhadap suatu produk yang tidak terpenuhi. Dengan mengenali setiap tipe dari pelanggan, perusahaan dapat memperoleh suatu keuntungan, seperti dalam hal promosi terhadap tipe pelanggan tertentu sehingga dengan usaha promosi seminimal mungkin dapat diperoleh hasil penjualan yang optimal, dikarenakan promosi dilakukan sesuai dengan target pelanggan yang diinginkan.

Sedangkan SMS atau pengiriman pesan dengan bantuan telepon seluler, merupakan sebuah produk dari teknologi telekomunikasi

yang implementasinya sering kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari. Dengan memanfaatkan teknologi SMS yakni SMS Gateway, jika diintegrasikan dengan konsep CRM yang diterapkan pada perusahaan / Daily Store akan dapat memberikan nilai lebih pada pelanggan dalam hal kemudahan akses informasi, serta perusahaan dapat memonitor langsung proses bisnis yang sedang dijalankannya, seperti mengetahui permintaan produk tertinggi pada suatu periode tertentu atau mengetahui perilaku pembelian dari pelanggan dan lain sebagainya.

2. CRM.

CRM adalah sebuah strategi perusahaan dalam memahami dan mempengaruhi tingkah laku pelanggan melalui komunikasi yang mendalam dengan tujuan untuk meningkatkan akuisisi (acquisition), mempertahankan (retention) dan mendapatkan loyalitas pelanggan serta keuntungan dari pelanggan.

Stewart Deck (2001) menulis, customer relationship management (CRM) merupakan

strategi yang digunakan untuk lebih mempelajari kebutuhan dan perilaku pelanggan dalam rangka untuk menciptakan hubungan yang lebih kuat dengan mereka.

Mengapa harus CRM?

Pada era perdagangan saat ini, kompetitor semakin banyak bermunculan, yang tentunya menjadikan konsumen mempunyai banyak pilihan akan sebuah produk, dan sehingga, mau tidak mau, memaksa perusahaan untuk menemukan alternatif cara baru untuk bisa menarik hati dan berinteraksi dengan para pelanggan. Diantaranya mungkin dengan cara menurunkan harga produk/jasa. Atau dengan cara meningkatkan pangsa pasar. Dan nampaknya, taktik penurunan harga tidak cukup untuk memuaskan pelanggan. Sehingga perusahaan perlu melakukan sebuah pendekatan khusus yang berfokus kepada pelanggan, seperti bagaimana menciptakan suasana pelanggan merasa "diperhatikan". Dan nantinya, ketika pelanggan telah merasa diperhatikan, harapan dari perusahaan adalah selalu terjadinya *repeat order* dari pelanggan tersebut, yang artinya bisnis dari perusahaan dapat terus berjalan.

Alasan lain mengapa harus mengimplementasikan konsep CRM adalah semakin banyaknya jumlah pelanggan yang perlu dihandle dalam satu waktu dengan perlakuan sesuai dengan tiap tipe pelanggan tanpa menimbulkan kesan satu atau sekelompok pelanggan di-anak tirikan oleh perusahaan.



Gambar 1 Alur aktivitas siklus CRM

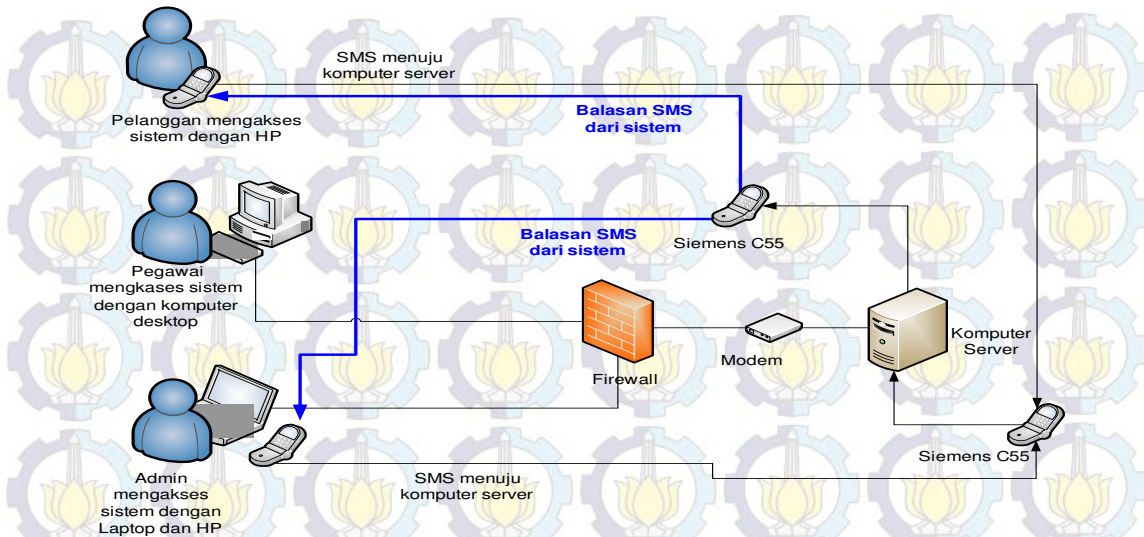
Untuk dapat mengimplementasikan konsep CRM, hal pertama yang perlu dilakukan perusahaan adalah meningkatkan proses komunikasi dua arah dengan pelanggan serta mengenali pelanggan tersebut secara utuh seperti kebiasaannya

hingga perilaku pembeliannya pada setiap transaksi. Kedua, perusahaan dapat meningkatkan minat pelanggan dalam bertransaksi dengan memanfaatkan data yang diperoleh pada proses pertama. Selanjutnya, ketika terjadi peningkatan transaksi dari pelanggan atau pelanggan kembali bertransaksi dengan perusahaan, perusahaan pun harus kembali memanjakan pelanggan dengan menawarkan beberapa keuntungan apabila menjadi pelanggan setia perusahaan atau memberikan peningkatan pelayanan yang memuaskan di setiap kontak transaksi yang dilakukan. Serta demi terjaganya kelayaitasan pelanggan, perusahaan perlu menciptakan layanan pelanggan (*customer service*) yang bisa diakses dengan mudah setiap saat pelanggan membutuhkan informasi tertentu.

3. Teknologi SMS Gateway

SMS Gateway adalah sebuah pintu gerbang sms yang memungkinkan pertukaran data atau informasi melalui sms, antara sms masuk dan keluar dengan bantuan alat telepon selular. Dengan menggunakan aplikasi SMS Gateway, sebuah pesan dapat dikirimkan ke ratusan bahkan ribuan nomor secara otomatis, tanpa perlu mengetikkan nomor satu per satu dikarenakan semua nomor diambil dari sebuah database. Dengan pemanfaatan teknologi sms gateway ini, perusahaan dapat menciptakan sebuah alternatif model belanja yang baru kepada pelanggan. Yang dulunya mereka harus datang langsung pada *daily store* untuk berbelanja, sekarang dapat dilakukan dengan hanya mengetikkan sebuah pesan singkat atau sms pada nomer pusat sistem sms gateway *daily store*. Pemilik perusahaan pun dapat dengan mudah melakukan kampanye promosi kepada pelanggan hanya dengan mengirimkan 1 sms ke nomer pusat sistem sms gateway, dan nantinya sistem sms gateway yang akan meneruskan sms promosi tersebut ke sejumlah nomer hp pelanggan secara otomatis.

Dari data transaksi yang dilakukan oleh pelanggan ini, baik transaksi via sms maupun transaksi yang langsung dilakukan di depan kasir, kemudian dilakukan proses analisis lebih lanjut oleh sistem aplikasi *daily store* dan akan menghasilkan sebuah ringkasan informatif berupa grafik dan angka tentang perkembangan *daily store* yang dapat diakses hanya oleh pemilik dari *daily store* atau oleh administrator.



Gambar 2 Arsitektur Global Sistem SMS Gateway pada Daily Store

Karena ringkasan tersebut berupa gambar, grafik dan tabel, maka tidak dapat langsung ditampilkan melalui sms, melainkan harus diakses dengan menggunakan komputer desktop, atau notebook yang memiliki peramban web dan koneksi internet. Untuk pengelolaan permintaan produk dari pelanggan via sms nantinya juga dapat diakses oleh pegawai menggunakan komputer desktop yang terhubung langsung dengan komputer server sistem aplikasi sms gateway daily store.

4. Hasil Uji Coba Sistem SMS Gateway pada Daily Store

Pada uji coba sms dilakukan beberapa kali pengujian yakni 1 hingga 10 sms menggunakan 1 buah modem sms, mulai dari penerimaan sms dari pelanggan hingga sms tersebut dibalas secara otomatis oleh sistem menuju nomer hp pelanggan.

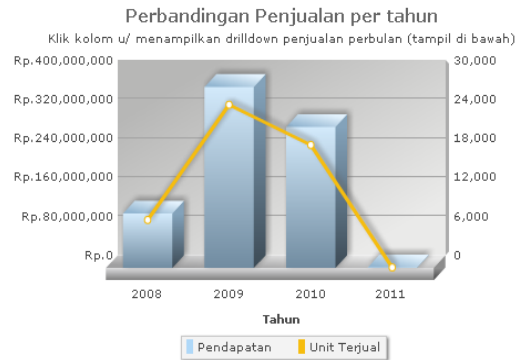
Tabel 1 Uji coba sms sistem sms gateway daily store

Rata-rata Waktu Respon					
1	2	3	4	5	10
0:00:11	0:00:10	0:00:10	0:00:10	0:00:10	0:00:10

Dari tabel diatas ditunjukkan bahwa pemrosesan setiap sms dari pelanggan ke sistem dan kembali lagi ke pelanggan cukup baik, dengan waktu rata-rata 10 detik per sms yang masuk.

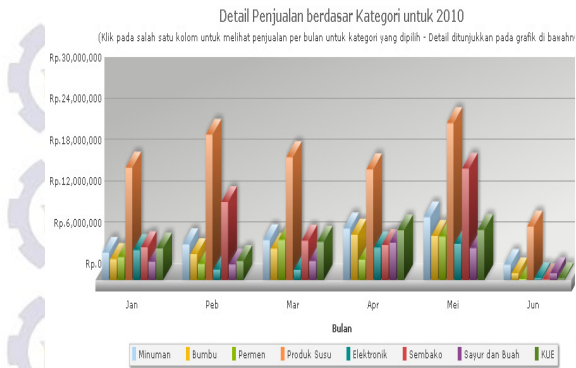
Pada uji berikutnya, untuk halaman administrasi dilakukan beberapa pengolahan query data permintaan pelanggan yang berasal dari pelanggan 3 tahun terakhir, mulai dari pengkategorian produk yang dibeli hingga jumlah permintaan terhadap satu produk tertentu setiap periodenya yang kemudian ditampilkan dalam bentuk grafik,

angka serta keterangan yang menjelaskan grafik tersebut.



Gambar 3 Grafik Penjualan pada Daily Store mulai tahun 2008 hingga awal 2011

Pada gambar 3 ditunjukkan grafik penjualan daily store mulai tahun 2008. Yang apabila di klik pada salah satu kolom tahun akan ditunjukkan detail penjualan pada tahun tersebut. Seperti yang ditunjukkan pada gambar 4. Serta apabila dipilih salah satu kategori produk, maka data atau grafik yang ditampilkan selanjutnya adalah detail penjualan produk sesuai dengan kategori yang telah dipilih.



Gambar 4 Grafik Penjualan berdasarkan kategori produk pada tahun 2010

5. Simpulan dan Saran

Dari hasil pengujian sms, dapat dikatakan sistem dapat berjalan secara real-time dengan toleransi waktu 10 detik untuk setiap pemrosesan sms yang menandakan bahwa sistem dapat berjalan dengan baik. Dan apabila data yang berasal dari sms ini dapat berjalan secara realtime, maka data yang ditampilkan pada grafik pun akan secara otomatis menampilkan data yang *up-to-date* sesuai data yang tersedia pada database. Sehingga akan dapat membantu pihak pemilik ataupun pengelola daily store dalam mengelola hubungan baik dengan pelanggan, menentukan strategi yang tepat pada setiap promosi yang akan dilakukan, berdasarkan analisa data yang ditampilkan oleh sistem.

Untuk pengembangan sistem lebih lanjut, mungkin dapat ditambahkan beberapa modem sms yang terpasang dengan aplikasi sms gateway sehingga akan mengurangi waktu proses reply sms kepada pelanggan yang awalnya adalah 10 detik. Yang artinya penggunaan beberapa modem sekaligus dapat memperingan kerja dari sistem sms gateway itu sendiri.

6. Daftar Pustaka

1. Anonim.: "Penerapan Customer Relationship Management". Available from :<http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/08/penerapan-customer-relationship.html> Accessed 25 Juli 2011
2. Aswandi.: "Solusi SMS untuk minimarket". November 2010 .Available from : <http://aswandi.or.id/2010/11/15/solusi-sms-untuk-minimarket/index.html> . Accessed 25 Juli 2011.
3. Saputri , Devy Listisari. : "Pencapaian Tujuan Pperusahaan dengan CRM pada Industri Jasa Telekomunikasi". Juni 2009 Available from :

<http://d3vai.blog.binusian.org/files/2009/06/jurnal-final2.doc>. Accessed 25 Juli 2011

4. Yuana,Rosihanari. : "Script Auto reply SMS gateway dengan PHP".Desember 2009. Available from : <http://blog.rosihanari.net/script-auto-reply-sms-gateway-dengan-php.html> . Accessed 25 Juli 2011