
PENERAPAN SOFTWARE CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) UNTUK Mendukung Reservasi ONLINE DI SALON LUVYABEAUTY

Daniel Manek^{1,*}, Hofiatul Jannah²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: manekdaniel@unmas.ac.id

ABSTRAK

Salon luvyabeauty yang beralamat di Jalan Mekar II C Utama No. 26 Pemogan, Denpasar Selatan yang berdiri sejak tahun 2016. Digitalisasi adalah proses konversi dari analog ke digital. Proses perubahan ke digital memiliki tujuan yang beragam, diantaranya adalah otomatis kerja dan memberikan kualitas layanan. Digitalisasi software CRM adalah proses perubahan dari promosi, penanganan complain, dan layanan produk atau jasa yang berkaitan dengan salon yang terjadi secara manual berubah menjadi bentuk digital. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penerapan digitalisasi software CRM pada salon luvyabeauty bidang layanan jasa kecantikan di kota Denpasar. Pada hasil observasi kegiatan pengabdian Masyarakat ini, bahwa salon luvyabeauty kurang melakukan digitalisasi terkait reservasi, kurangnya media promosi dan belum efektifnya penanganan dan penyampaian complain. Kegiatan pengabdian Masyarakat di salon luvyabeauty telah dilaksanakan dan telah berhasil dilakukan dengan baik. Dengan cara pembuatan platform digitalisasi software CRM. Dengan ini maka diharapkan program ini akan terus berlangsung kedepannya dengan harapan agar kinerja UMKM ini semakin baik dan meningkat.

Kata Kunci: Digitalisasi software CRM, Salon, Loyalitas.

ANALISIS SITUASI

Salon luvyabeauty khusus layanan jasa kecantikan yang beralamat di Jalan Mekar II C Utama no 26 Pemogan, Denpasar Selatan yang berdiri sejak tahun 2016. Memiliki 7 orang karyawan diantaranya: hair stylist 2 orang, kasir 1 orang, spa therapist 2 orang. Karyawan nails dan eyelash 2 orang salon luyabeauty itu sendiri memiliki tempat yang strategis.

Electronic Customer Relationship Management (e-CRM) merupakan suatu metode dalam mengelola relasi antara perusahaan dengan pelanggan dalam rangka peningkatan loyalitas pengonsumsi produk-produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dengan memanfaatkan media elektronik. Dengan adanya e-CRM ini pihak perusahaan dapat mengintegrasikan dan mengotomatisasi proses layanan pelanggan dalam bidang penjualan, pemasaran, dan layanan produk atas jasa yang berkaitan dengan perusahaan.

Aplikasi ini bertujuan agar dapat memperhatikan bentuk layanan prima kepada pelanggan dan keinginan pelanggan sehingga memberikan pelayanan lebih baik agar dapat membantu dalam menjaga loyalitas pelanggan. Serta diharapkan dapat meningkatkan komunikasi yang baik antara pelanggan dengan layanan jasa kecantikan luvyabeauty.

Penggunaan digitalisasi merupakan salah satu jawaban yang dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk mengatasi keterbatasan dalam proses laporan dan kegiatannya. digitalisasi informasi merupakan proses transformasi berbagai informasi dari format analog menjadi format digital sehingga mudah untuk diproduksi, disimpan, dikelola dan didistribusikan kembali kepada pengguna informasi untuk berbagai keperluan dan dasar dalam proses pengambilan keputusan. Layanan kecantikan atau salon belum banyak memanfaatkan penggunaan teknologi, hal tersebut menjadi sebuah tantangan bagi pengusaha dalam mengupayakan agar dapat berkembang lebih maju tidak kalah bersaing dengan usaha lainnya.

Salon luvyabeauty pun didorong untuk memanfaatkan platform dalam jaringan pencatatan dan pemesanan online. Dengan menggunakan software CRM yang benar, pengembangan usaha ke depan akan lebih mudah. Pencatatan transaksi keuangan dalam proses bisnis menjadi hal fundamental untuk mengetahui kinerja usaha. Layanan kecantikan ini terlihat kurangnya pemasaran secara digital, kurangnya penerapan digitalisasi reservasi, dan kurangnya suatu media penanganan serta penyampaian yang diinginkan maupun keluhan para pelanggan.

Dari permasalahan yang sudah dijelaskan diatas, tujuan pengabdian masyarakat dengan program kerja penerapan digitalisasi software CRM yang dilakukan dengan pembuatan platform digitalisasi reservasi dan media promosi. Pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat membantu pihak salon luvyabeauty untuk meningkatkan omset, lebih gampang untuk mengetahui laba atau hubungan dengan pelanggannya. Dapat mengembangkan target pasar dan bisa bersaing dengan baik.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan dari uraian analisis situasi yang dijelaskan di atas, adapun permasalahan yang dihadapi oleh salon luvyabeauty, yaitu:

1. Kurangnya media promosi.
2. Tidak memiliki media untuk penanganan dan penyampaian complain.
3. Sulitnya melakukan reservasi kaena reservasi dilakukan secara manual.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dilihat dari permasalahan yang dihadapi dan dialami oleh Salon Luvyabeauty dapat disimpulkan bahwa Salon Luvyabeauty membutuhkan sebuah platform untuk melakukan reservasi beberapa usulan yang ingin saya ajukan untuk salon luvyabeauty yaitu bagaimana cara kita sebagai generasi penerus dalam mengikuti perkembangan media

sosial ini dan menggunakan perkembangan ini sebagai bahan atau acuan untuk kita mengembangkan usaha yang sedang kita jalankan. Seiring dengan berkembangnya media sosial saya ingin membantu salon luvyabeauty agar lebih berfokus menggunakan media sosial dalam melakukan promosi maupun hal hal yang berkaitan dengan konsumen, tujuannya agar lebih menghemat tenaga dan waktu.

Dengan adanya aplikasi CRM maka karyawan dan customer akan merasa terbantu, karena customer tidak lagi datang ke salon terlebih dahulu untuk melakukan reservasi maupun mengirim pesan teks kepada salon karena kemungkinan pesan yang dikirimkan tenggelam dan kegiatan reservasi tidak berjalan dengan baik.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan untuk kegiatan penerapan digitalisasi penerapan Software Customer Relationship Management (CRM) untuk mendukung reservasi online di Salon Luvyabeauty adalah sebagai berikut:

1. Membuat brosur dan katalog serta memposting hasil treatment baik foto maupun video yang menarik secara online di media sosial untuk memasarkan hasil dan testimoni untuk menarik pelanggan.

Strategi yang digunakan pada salon luvyabeauty memanfaatkan media sosial instagram dan whatsapp. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan membuat brosur dan katalog serta memposting hasil treatment berupa foto maupun video lalu disebarluaskan melalui instagram dan whatsapp. Dengan adanya strategi ini diharapkan dapat membantu salon untuk menarik pelanggan.

2. Membuatkan platform reservasi secara digitalisasi.

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan pembuatan aplikasi untuk reservasi secara digitalisasi. Hal ini dilakukan karena salon luvyabeauty masih membuat reservasi secara manual yaitu datang ke salon dan ditulis di sebuah buku reservasi yang ada di depan kasir. Sehingga antrean salon sulit dikeola dengan baik dan membuat pelanggan menunggu begitu lama, maka dari itu dibuatkan platform digitalisasi untuk reservasi agar seluruh karyawan maupun pelanggan dapat memanfaatkan waktu dengan baik.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil yang diperoleh dengan adanya kegiatan pengabdian ini yaitu dengan adanya laporan data complain dan laporan testimonial dapat membantu menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Dan dapat dijadikan tolak ukur untuk perkembangan salon ke depannya. Adapun kegiatan yang dilakukan dalam kesempatan ini yaitu sebagai berikut:



Gambar 1. Membuakan brosur yang lebih menarik dan jelas untuk disebarluaskan ke media sosial seperti tiktok, whatsapp, Instagram, dan facebook.



Gambar 2. Tampilan berbagai fitur dari aplikasi CRM meliputi, Alamat, jenis-jenis perawatan, testimonial, reservasi, laporan data transaksi, dan tempat complain para customer.



Gambar 3. Tampilan dashboard dari aplikasi CRM, meliputi my bookings untuk melakukan reservasi, My customer menjawab semua pertanyaan customer dengan otomatis, my service yaitu untuk melihat testi dari para customer, dan book sales untuk mengatur jadwal para karyawan.

Kegiatan ini berlangsung dengan sangat lancar karena ada beberapa faktor pendukung yang mendukung keberlangsungan kegiatan ini. Adapun faktor pendukungnya yaitu:

1. Pimpinan perusahaan yang sangat mendukung terlaksananya kegiatan.
2. Respon *staff Salon Luvyabeauty* yang sangat positif dalam menerima program kerja yang diajukan.
3. Sikap komunikatif antar coordinator dan staff saat kegiatan berlangsung.
4. Tersedianya fasilitas yang memadai dan semangat para staff dalam menjalankan.

Selain adanya faktor pendukung, kegiatan ini juga memiliki beberapa faktor penghambat antara lain:

1. Perbedaan tingkat pemahaman setiap staff.
2. Belum terbiasa menggunakan aplikasi CRM sehingga perlu pelatihan yang lebih intens.

SIMPULAN DAN SARAN

Dari pengabdian masyarakat penerapan software customer relationship management (CRM) untuk mendukung reservasi online di Salon LuvyaBeauty dapat disimpulkan, sebagai berikut:

1. Peningkatan digital dapat membantu hubungan yang baik oleh pelanggan dan Salon LuvyaBeauty, dan akan terus dilakukan agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap Salon LuvyaBeauty.
2. Dengan adanya CRM pelanggan dapat melihat semua testimonia tau penilaian dari pelanggan yang telah menggunakan jasa Salon LuvyaBeauty.
3. Dengan Adanya CRM reservasi dapat ditangani dengan baik.

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang sudah dilakukan di Salon LuvyaBeauty, maka penulis dapat memberi saran dan pendapat yang dapat dijadikan bahan pertimbangan, yaitu pemasaran menggunakan media sosial pada saat ini sangat perlu ditingkatkan, karena dengan media sosial jangkauan pasar tidak hanya di daerah lingkungan usaha saja. Melainkan bisa ke semua orang dan untuk penerapan aplikasi CRM agar tetap diterapkan, sehingga dengan mudah menangani pelanggan yang ingin melakukan reservasi tanpa perlu datang langsung di salon, penerapan digitalisasi CRM ini dapat ditingkatkan agar dapat memudahkan proses Reservasi. Memberikan pelatihan pada seluruh karyawan sangat diharapkan agar karyawan yang memiliki pengetahuan yang kurang dapat memahami apa yang harus dilakukan untuk menggunakan aplikasi CRM.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, M.M. (2018) 'Implementasi Customer Relationship Management (CRM), *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 12(1), pp. 29-36.
- Rosalina, V et al, S. (2018) 'Pemodelan Eletronic Customer Relationship Management (E-CRM), *jurnal PROSISKO*, 5(2), pp. 87-91
- Rosmawarni N. (2017) Perancangan Sistem Rekomendasi untuk Pengembangan Aplikasi Salon Terpadu Berbasis Android, *Jurnal Rekayasa Informasi*, 6(1), pp. 61-70