IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* PADA PLATFORM BISNIS WORDPRESS

Ariadna Prosarani

Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012

ariadna.prosarani.abs418@polban.ac.id,

ABSTRAK

Seiring perkembangan zaman di era globalisasi ini, pertumbuhan dan perkembangan bisnis semakin cepat. Banyak sekali perusahaan-perusahaan baru yang hadir di sekitar masyarakat. Agar dapat terus bertahan di dalam persaingan bisnis, perusahaan harus cepat beradaptasi dengan kondisi pasar yang ada saat ini. Dalam kondisi seperti ini, perusahaan tidak bisa hanya mengandalkan produk yang dihasilkan dan ditawarkan kepada pelanggan, tetapi juga harus membangun hubungan yang baik dengan seluruh pelanggannya. Hubungan yang baik seperti pelayanan dan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen akan memberikan perasaan puas kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan nantinya akan memberikan dampak positif bagi perusahaan yang akhirnya dapat menjaga keberlanjutan perusahaan serta meningkatkan keuntungan. Program *Customer Relationship Management* (CRM) atau manajemen hubungan pelanggan saat ini dapat dikelola dengan mudah pada bisnis yang menggunakan WordPress sebagai *platform* untuk membantu jalannya perusahaan. Pada WordPress, terdapat banyak alat (plugin) yang dapat digunakan sebagai sistem CRM di perusahaan. CRM yang dikelola dengan baik akan membantu perusahaan dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Proses CRM adalah proses di mana informasi tentang pelanggan individu diubah menjadi hubungan pelanggan. Perusahaan dengan CRM yang kuat dan baik akan membuat pelanggan lebih puas dan loyal dengan perusahaan. Dengan adanya CRM, perusahaan akan memiliki informasi yang jelas tentang siapa pelanggan mereka, apa yang pelanggan butuhkan, dan apa saja yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Key Words
Customer Relationship Management, Implementasi, Plugin WordPress

ABSTRACT

Along with the times in this era of globalization, business growth and development is getting faster. Lots of new companies are present around the community. In order to continue to survive in business competition, companies must quickly adapt to the current market conditions. Under these conditions, companies can not only rely on the products produced and offered to customers, but also have to build good relationships with all of their customers. Good relationships such as services and products that are in accordance with the needs and desires of consumers will give a feeling of satisfaction to customers. Customer satisfaction will have a positive impact on the company which in turn can maintain the sustainability of the company and increase profits. Current Customer Relationship Management (CRM) programs can be easily managed in businesses that use WordPress as a platform to help run the company. In WordPress, there are many tools (plugins) that can be used as a CRM system in an enterprise. A well-managed CRM will help companies create customer satisfaction. The CRM process is the process by which information about individual customers is turned into customer relationships. Companies with strong and good CRM will make customers more satisfied and loyal to the company. With CRM, companies will have clear

information about who their customers are, what customers need, and what can increase customer satisfaction.

Key Words
Customer Relationship Management, Implementation, WordPress Plugin

1. PENDAHULUAN

Di dalam sebuah bisnis, *Customer Relationship Management* (CRM) atau manajemen hubungan pelanggan akan mempengaruhi jalannya perusahaan. Maka, diperlukan adanya CRM yang terkelola dengan baik. CRM merupakan sebuah strategi yang dapat dilakukan oleh sebuah perusahaan, yaitu dengan cara mengelola hubungan dengan pelanggan. Hal ini perlu dilakukan dalam rangka meningkatkan dan juga menjaga kesetiaan pelanggan yang sudah ada. Dengan adanya CRM, diharapkan keuntungan perusahaan akan meningkat dan stabilitas perusahaan akan terjaga. Beberapa hal dapat dilakukan untuk menambah dan mempertahankan pelanggan, diantaranya yaitu dengan cara menciptakan hubungan yang baik antara pelanggan dengan perusahaan dan menyediakan kualitas pelayanan yang baik, sehingga dapat memberikan kepuasan pada pelanggan serta menciptakan dan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Beberapa perusahaan yang menjadikan pengelolaan pelanggan sebagai bisnis intinya, CRM ini dapat menjadi kompetensi intinya dan juga menjadi keunggulan kompetitif (Liew, 2008). Agar perusahaan dapat meningkatkan kompetensi inti dan keunggulan kompetitifnya, perusahaan harus mengidentifikasi tujuan dari pengembangan keunggulan kompetitif dan kompetensi inti dengan berasumsi bahwa layanan pelanggan merupakan fokus dari strategis bisnis perusahaan. Ditambah lagi dengan kemajuan teknologi seiring perkembangan zaman di era globalisasi ini, ada kemudahan bagi siapapun yang ingin berbisnis. Saat ini, siapapun dapat membangun dan mengelola bisnisnya secara *online* menggunakan WordPress. Dalam pengelolaan CRM pun, WordPress telah menyediakan tool (plugin) yang memiliki berbagai fitur untuk memudahkan perusahaan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Customer Relationship Management (CRM)

Menurut Gordon dalam Pradana (2018), manajemen hubungan pelanggan merupakan sebuah proses yang dilakukan untuk menciptakan hubungan antara perusahaan dengan individu (dalam hal ini pelanggan), untuk mendapatkan hasil bisnis yang meningkat maksimal. Adapun menurut Rababah et al. dalam Santouridis & Tsachtani (2015), CRM digambarkan sebagai pembangunan budaya yang berorientasi pada pelanggan, dimana strategi dibuat dengan tujuan untuk mendapatkan dan meningkatkan keuntungan, juga mempertahankan pelanggan, di mana pembangunan ini ditunjang oleh aplikasi informasi dan teknologi (IT) dengan maksud untuk memberikan keuntungan untuk semua pihak (perusahaan dan pelanggan).

Dengan adanya CRM di dalam sebuah bisnis, Triznova et al. (2015) meyakini bahwa CRM di sebuah perusahaan harus didukung oleh berbagai bagian perusahaan yang berjalan dengan baik. Berson et al. dalam Triznova et al. (2015) berpendapat bahwa CRM perusahaan harus didukung oleh tiga bagian yang utama yaitu operasional, analitis, dan kolaboratif. CRM Operasional merupakan bagian yang membantu meningkatkan proses pelanggan seperti otomatiasi pemasaran, tenaga penjualan, dan layanan pelanggan. CRM Analitis membantu perusahaan untuk dapat melakukan analisis CRM yang dapat membantu untuk mendapatkan dan menggunakan data yang menciptakan nilai bagi pelanggan dan perusahaan kedepannya. Sedangkan, CRM kolaboratif akan mencakup seluruh saluran komunikasi dengan pelanggan, yang akan mengimplementasikan teknologi melalui semua bagian yang ada di dalam perusahaan sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan untuk pelanggan.

Untuk dapat terus menjalankan bisnisnya, perusahaan harus mampu mengerti keinginan pelanggan dan memberikan pelayanan yang terbaik. Menurut Setyaleksana et al. (2017), *Customer Relationship Management* merupakan sebuah alat yang membantu perusahaan alam berkomunikasi. Pelayanan yang memuaskan akan membentuk loyalitas pelanggan yang akan berdampak baik pada perusahaan. Maka, CRM bukan hanya sekedar memberikan pelayanan, tetapi memberikan pelayanan yang maksimal serta membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, sehingga loyalitas pelanggan dapat tercipta.

CRM atau manajemen hubungan pelanggan memiliki tujuan utama yaitu menumbuhkan dan mempertahankan basis pelanggan. Basis pelanggan yang dimaksud adalah yang memiliki komitmen hubungan yang kuat dan memberikan keuntungan bagi perusahaan (Handayani & Pratama, 2019). Dengan adanya hubungan yang baik dengan pelanggan, maka perusahaan akan memiliki ikatan emosional dengan pelanggan. Dari ikatan tersebut, perusahaan akan mudah mengetahui apa keinginan pelanggan. Hal ini akan memberikan kemudahan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yang akan berdampak positif terhadap kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan. Ratnasari dalam Iriandini et al. (2015) berpendapat bahwa mempertahankan pelanggan yang sudah ada akan jauh lebih murah daripada mencari pelanggan yang baru. Menurut penelitian, diperlukan biaya lima kali lipat untuk mendapatkan satu orang pelanggan baru.

Menurut Iriandini et al. (2015), salah satu faktor yang penting dalam CRM adalah komitmen. Dalam hal ini, komitmen mencakup ikatan emosional antara perusahaan dengan pelanggan untuk sama-sama menjaga hubungan baik antar pihak. Adapun faktor lain yang penting yaitu komunikasi. Di dalam CRM, komunikasi diartikan sebagai kemampuan perusahaan dan pelanggan dalam menyampaikan atau mengkomunikasikan keinginan masing-masing yang kemudian dapat diberikan tindakan balasan dengan baik sesuai dengan keinginan dari masing-masing pihak, baik perusahaan maupun pelanggan.

Swift dalam Osarenkhoe & Bennani (2007) menyarankan bahwa proses CRM didasarkan pada kemungkinan perusahaan melakukan interface dengan pelanggan yang bertujuan untuk mencapai pertumbuhan dan menjalankan strategi untuk mencapai tujuan bisnis. Maka dari itu, perusahaan harus fokus pada empat faktor kunci antara lain:

1. *Interaction* (interaksi). Interaksi merupakan serangkaian aktivitas antara pelanggan dan perusahaan yang nantinya akan diperoleh informasi yang didapatkan dari semua aktivitas antarmuka.
2. *Contact* (kontak). Kontak dapat memetakan dan mengelola titik interaksi antara saluran pelanggan dan perusahaan.
3. *Knowledge* (pengetahuan). Pengetahuan merupakan pembelajaran berkelanjutan melalui pengumpulan serta analisis informasi mengenai pelanggan, produk, channel, pasar, dan pesaing.
4. *Relating* (berkaitan). Ini dapat diartikan sebagai kemampuan untuk menciptakan interaksi yang berkaitan dengan pelanggan, channel, pemasok dan mitra, yang nantinya akan memberikan peluang untuk menciptakan nilai di dalam hubungan dengan pelanggan.

Dyantina et al. (2012) mengemukakan bahwa tujuan dari CRM yang dikelola dengan baik antara lain:

1. Perusahaan dapat mengetahui kebutuhan pelanggan di kemudian hari atau di masa yang akan datang
2. Membantu perusahaan untuk maksimal dalam memberikan pelayanan yang lebih baik lagi kepada pelanggan
3. Selain mempertahankan pelanggan yang sudah ada, CRM juga dapat membantu perusahaan untuk mendapatkan pelanggan baru
4. Membantu perusahaan mengetahui apa saja yang perlu diperbaiki dan dievaluasi untuk dapat memberikan kepuasan pada pelanggan
5. Menganalisa perilaku pelanggan

6. Memangkas biaya yang perlu dikeluarkan untuk mencari dan mendapatkan pelanggan yang baru karena adanya CRM berfungsi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan lama terhadap perusahaan

Seperti yang dilansir pada Hostinger (2021), CRM memiliki tipe yang bervariasi. Namun, CRM tetap menyediakan fungsi yang sesuai dengan kebutuhan di dunia bisnis, seperti menyimpan data pelanggan hingga mengatur dan mengelolanya, juga mencari kembali informasi pelanggan saat dibutuhkan di kemudian hari.

WordPress

Pada awalnya, WordPress dikenal sebagai alat blogging, tetapi saat ini WordPress telah muncul sebagai teknologi yang membantu mengembangkan dan mengelola situs web serta toko online tanpa memiliki pengetahuan tentang pemrograman dan keahlian dalam mendesain web. Saat ini, di atas 25% situs web dibangun menggunakan WordPress dan disukai oleh ribuan orang karena semudah mempelajari dan memeliharanya (Pixelemu dalam Habib, 2018). Seperti yang dijelaskan pada Pixelemu (2017), dengan menggunakan WordPress, semua orang dapat membangun dan mengelola situs web sendiri. Bahkan WordPress dapat digunakan untuk membuat toko online karena kemudahannya untuk digunakan dan dipelajari.

Ada berbagai alat yang dapat digunakan untuk mengelola CRM dengan baik menggunakan WordPress. Sebagian besar tool ini menyediakan beragam fitur dan kegunaan seperti (C, 2021):

1. Menggolongkan calon pelanggan dan pelanggan lama. Dengan menggunakan CRM, perusahaan dapat menyaring dan mengelompokkan mana saja pelanggan baru dan pelanggan lama. Hal ini dapat memudahkan perusahaan untuk menetapkan target sehingga diharapkan akan dapat memberikan hasil yang maksimal dan efisien.
2. Menyimpan informasi kontak. Informasi kontak setiap pelanggan adalah hal yang penting untuk membangun kesuksesan bisnis. Maka, perusahaan harus menyimpannya dengan benar.
3. Mengelola *accounting*. Beberapa CRM juga dapat memudahkan perusahaan dalam menyimpan dan mengelola informasi *accounting* seperti pendapatan, pengeluaran, hingga menerbitkan invoice untuk pelanggan.
4. Menghitung *key analytics*. Pemilihan CRM WordPress yang tepat oleh perusahaan nantinya akan membantu untuk memonitor perkembangan bisnis dan juga menganalisis seperti apa perilaku pelanggannya.

Plugin

Plugin merupakan sebuah program computer yang dapat menambah fungsionalitas dari suatu program utama (IdCloudHost, 2019). Saat menggunakan plugin, ini berarti menambahkan kode untuk dapat melakukan perubahan dan penyesuaian kode yang asli. Plugin adalah sebuah alat di mana pengguna dapat mengubah dan melakukan transformasi website sederhana menjadi website yang memiliki banyak keunggulan dan fitur. Salah satu pembuat website yang paling populer dan banyak digunakan di seluruh dunia adalah WordPress.

WordPress menyediakan plugin yang dapat memberikan fitur-fitur terbaik pada website yang dibuat. Penggunaannya pun memudahkan para pengguna yang tidak memiliki keahlian pada pemrograman. Plugin pada WordPress dapat dipilih dan disesuaikan dengan kebutuhan bisnis masing-masing.

3. PEMBAHASAN

Berdasarkan uraian pada tinjauan pustaka di atas, dapat diketahui seberapa pentingnya pengelolaan CRM dengan baik yang harus dilakukan oleh perusahaan. Saat ini, globalisasi telah memberikan kemudahan bagi para pendiri bisnis yaitu dengan adanya WordPress. WordPress dapat memudahkan siapapun untuk membuat bisnisnya secara online. Untuk membuat situs yang professional pun tidak diperlukan keahlian pengkodean atau pemrograman maupun kemampuan

mendesain situs web. Di samping itu, pemilik bisnis juga dapat mengelola CRM-nya langsung menggunakan alat atau tool (disebut dengan plugin) yang telah disediakan oleh WordPress.

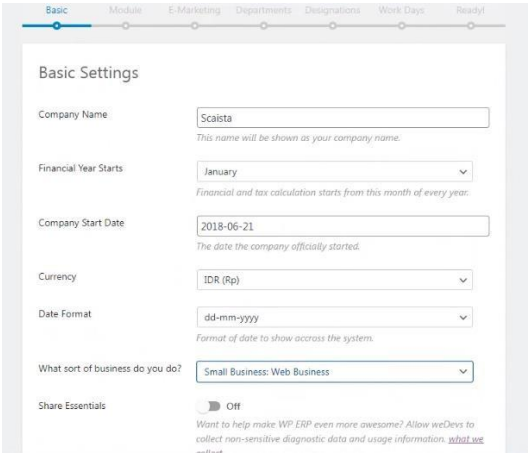
Artikel ilmiah ini akan membahas pengimplementasian salah satu plugin CRM yang ada pada WordPress dan dapat digunakan oleh para pemilik bisnis yang menggunakan WordPress untuk membangun bisnis *online*-nya. Plugin yang dimaksud adalah WP ERP. WP ERP atau WordPress Enterprise Resource Planning merupakan salah satu plugin CRM pada WordPress yang populer dan paling banyak digunakan karena memiliki fitur yang cukup lengkap, mulai dari manajemen sumber daya manusia hingga kebutuhan *accounting*.

Plugin ini mengelola berbagai aspek hubungan internal maupun eksternal. Berikut ini beberapa fitur yang dapat ditemukan pada WP ERP:

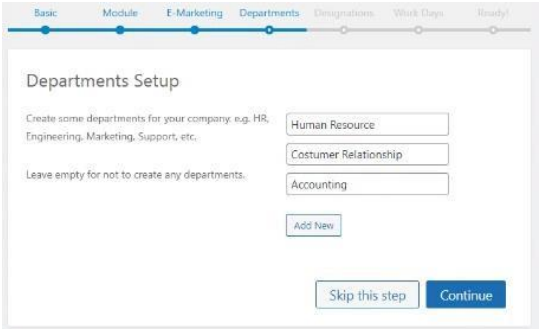
- Pada sisi internal, terdapat fitur untuk mengelola sumber daya manusia. Fitur yang ada antara lain menyimpan daftar karyawan, mengatur jumlah departemen dan jabatan-jabatan apa saja yang ada di setiap departemen, serta jadwal kerja di setiap minggunya. Terdapat juga fitur untuk detail dari perusahaan. Selain mengelola sumber daya manusia, kita juga dapat melihat laporan keuangan secara sederhana.
- Pada sisi eksternal, plugin ini memudahkan perusahaan dalam memberikan akses untuk dapat mengelola dan berinteraksi dengan pelanggan, yaitu penyimpanan kontak. Penyimpanan kontak ini juga terpisah antara B2C (Business to Consumer) dan B2B (Business to Business) sehingga memudahkan kita untuk mencari kontak sewaktu-waktu. Kita dapat mengirim email ke kontak secara langsung dari dasbor Wordpress.

Setelah membuat website untuk bisnis online, pastikan WP ERP sudah terinstall agar dapat lanjut ke tahap penggunaan fitur. Berikut ini langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk mengimplementasikan dan menggunakan fitur yang ada pada WP ERP.

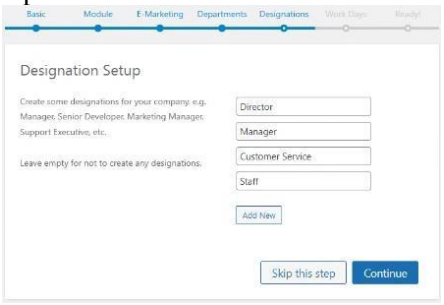
1. Langkah pertama yaitu mengisi data perusahaan mulai dari nama sampai jenis bisnis yang dibuat pada web tersebut.



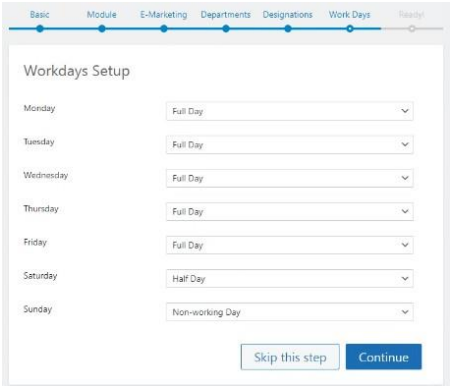
2. Kemudian, perusahaan dapat memilih apa saja departemen atau divisi yang akan ada pada bisnis yang akan dibuat.



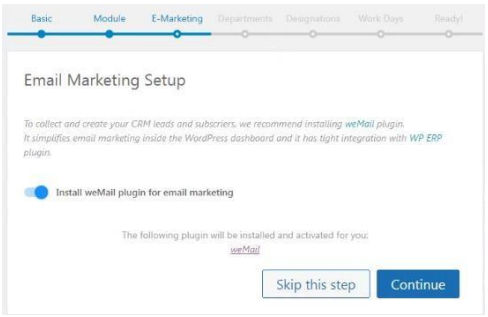
3. Setelah menentukan departemen, pemilik dapat menentukan jabatan apa saja yang akan ada untuk mendukung jalannya perusahaan.



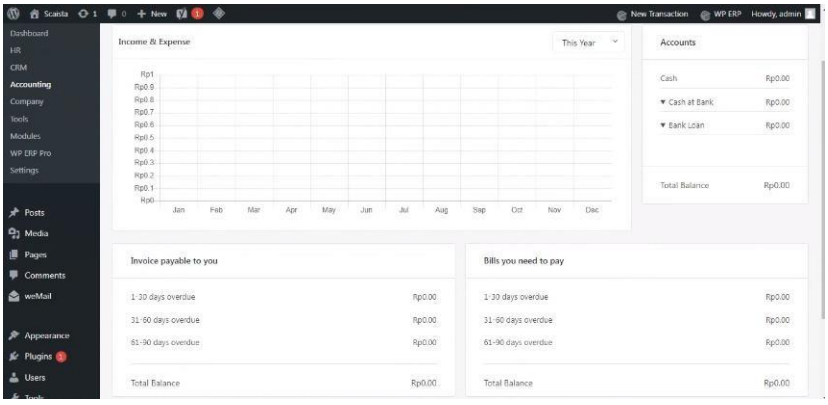
4. Langkah selanjutnya adalah menentukan jumlah hari kerja dalam satu minggu untuk seluruh sumber daya manusia (karyawan). Perusahaan dapat menentukan hari apa saja karyawan bekerja dengan ketentuan Full Day, Half Day, Atau Non-working Day.



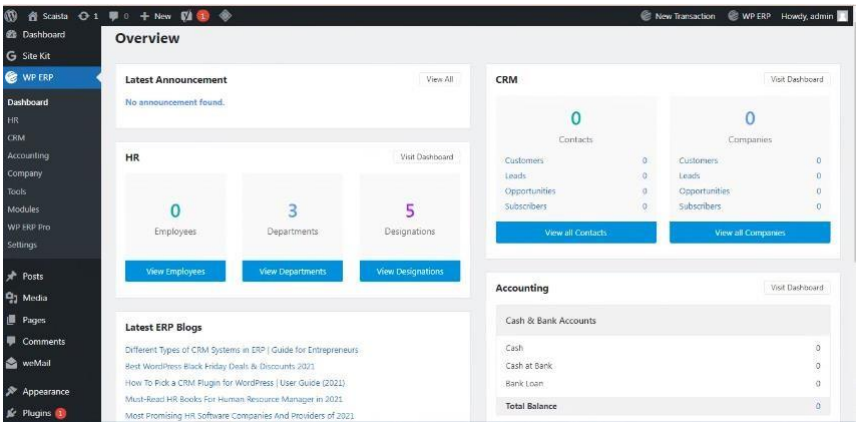
5. WP ERP memberikan akses untuk dapat mengirim email ke kontak secara langsung dari dasbor Wordpress.



6. Untuk *accounting*, dengan menggunakan plugin ini, perusahaan dapat melihat laporan keuangan secara sederhana. Data yang dapat dilihat antara lain pendapatan dan pengeluaran, uang tunai yang ada, tagihan yang harus dibayarkan beserta jangka waktunya, serta faktur terutang pada perusahaan.



Setelah melakukan beberapa langkah tersebut, maka perusahaan dapat memantau seluruh fitur dari bagian overview seperti gambar di bawah ini. Kelebihan lain dari WP ERP ini yaitu pada penyimpanan kontak. Penyimpanan kontak ini terpisah antara B2C (*Business to Consumer*) dan B2B (*Business to Business*) sehingga memudahkan perusahaan dalam mencari kontak sewaktu-waktu.



Namun, WP ERP juga memiliki kekurangan yaitu tidak memiliki software antarmuka yang canggih seperti plugin lain. Disamping itu, dengan WP ERP, perusahaan dapat merasakan fungsionalitas dari plugin ini setelah menginstallnya walaupun menggunakan plugin gratis. Dengan begitu, perusahaan dapat dengan mudah mengelola CRM untuk menjalankan perusahaan dengan lebih baik ke depannya.

4. KESIMPULAN

Menjaga hubungan dengan pelanggan merupakan hal yang penting untuk jalannya sebuah bisnis. Saat ini, manusia telah diberikan kemudahan untuk membangun bisnisnya secara online berupa website dengan menggunakan berbagai platform, salah satunya WordPress. Walaupun bisnis dilakukan secara online, namun tetap saja hubungan dengan pelanggan harus ditingkatkan dan dipertahankan dengan cara mengelolanya dengan baik dan benar. Tujuan dari menjaga hubungan dengan pelanggan antara lain untuk menciptakan loyalitas pelanggan pada perusahaan, membantu perusahaan mengetahui kebutuhan pelanggan di masa yang akan datang, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, hingga mendapatkan pelanggan baru. Selain itu, perusahaan juga mendapatkan informasi mengenai apa saja yang perlu diperbaiki untuk memberikan pelayanan maksimal kepada pelanggan.

Untuk bisnis online, WordPress telah menyediakan alat atau tool (disebut dengan plugin) untuk memudahkan perusahaan untuk mengelola hubungan pelanggan (CRM) dengan baik untuk menjaga loyalitas pelanggan sehingga dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan. Salah satu plugin CRM yang paling banyak digunakan yaitu WP ERP. memiliki fitur yang cukup lengkap, seperti manajemen sumber daya manusia, mengelola kontak pelanggan, hingga kebutuhan *accounting* sederhana.

DAFTAR PUSTAKA

C, A. (2021). *8 Plugin WordPress CRM untuk Mengelola Bisnis Anda*. https://www.hostinger.co.id/tutorial/plugin-wordpress-crm

Dyantina, O., Afrina, M., & Ibrahim, A. (2012). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN). *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, *4*(2). https://doi.org/https://doi.org/10.36706/jsi.v4i2.1274

Habib, K. M. (2018). *Wordpress-A convenient content-management system (CMS) Thesis WordPress-A convenient conten-management system (CMS) Abstract Author Title Number of Pages Date*. 59. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/148663/Thesis_Karar_Mehdi_Habib.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Handayani, E. N., & Pratama, E. Y. (2019). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, *6*(3). https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i3.235

IdCloudHost. (2019). *Mengenal Apa itu Plugin : Defenisi, Keunggulan, dan Cara Kerja*. https://idcloudhost.com/mengenal-apa-itu-plugin-defenisi-keunggulan-dan-cara-kerja/

Iriandini, A., Yulianto, E., & Mawardi, M. (2015). PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survey pada Pelanggan PT. Gemilang Libra Logistics, Kota Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, *23*(2), 85998.

Liew, C. B. A. (2008). Strategic integration of knowledge management and customer relationship management. *Journal of Knowledge Management*, *12*(4), 131–146. https://doi.org/10.1108/13673270810884309

Osarenkhoe, A., & Bennani, A. E. (2007). An exploratory study of implementation of customer relationship management strategy. *Business Process Management Journal*, *13*(1), 139–164. https://doi.org/10.1108/14637150710721177

Pixelemu. (2017). *What is WordPress?* https://www.pixelemu.com/documentation/wordpress-basics/what-is-wordpress

Pradana, F. (2018). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Pt Fac Sekuritas Indonesia Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, *9*(2), 193–212. https://doi.org/10.18196/mb.9262

Santouridis, I., & Tsachtani, E. (2015). Investigating the Impact of CRM Resources on CRM Processes: A Customer Life-Cycle Based Approach in the Case of a Greek Bank. *Procedia Economics and Finance*, *19*(15), 304–313. https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00031-3

Setyaleksana, B., Suharyono, S., & Yulianto, E. (2017). PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pelanggan GraPARI Telkomsel di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, *46*(1), 45–51.

Triznova, M., Mat'ova, H., Dvoracek, J., & Sadek, S. (2015). Customer Relationship Management Based on Employees and Corporate Culture. *Procedia Economics and Finance*, *26*(15), 953–959. https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00914-4