

Strategi *Digital Crm* Pada Kimino *Coffe And Eatery*

¹Rara Adhistry, ²Masitah Handayani, ³Amalia

^{1*,2,3}Universitas Royal, Indonesia

*Korespondensi: adhistryrara3@gmail.com

Submit : 27 Jul | Diterima : 20 Agust 2026 | Terbit : 07 Sept 2026

ABSTRACT

The rapid development of digital technology encourages businesses to improve service quality through the implementation of information technology-based systems. Kimino Coffe And Eatery still faces several challenges, including manual ordering processes, the absence of integrated customer data management, and limited promotion and customer loyalty programs. This study aims to design and develop a web-based Digital Customer Relationship Management (CRM) system to improve service effectiveness and strengthen relationships between the business and its customers. The research methods included observation, interviews, literature review, system requirements analysis, system design using Unified Modeling Language (UML), system implementation using PHP with the CodeIgniter framework and MySQL database, and system testing using the Black Box Testing method. The results indicate that the developed system successfully integrates member registration, product management, table-based ordering, loyalty points, vouchers, membership levels, promotions, customer ratings and reviews, transaction reports, and best-selling product reports. Based on the Black Box Testing results, all system functions operated according to the specified requirements, indicating that the system is suitable for implementation. The implementation of the Digital Crm system at Kimino Coffe And Eatery improves service efficiency, facilitates customer data management, supports customer loyalty programs, and assists business owners in obtaining information for decision-making to enhance service quality and customer retention.

Keywords: *Digital Customer Relationship Management, CRM, Website, CodeIgniter, Customer Loyalty.*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan melalui penerapan sistem berbasis teknologi informasi. Kimino *Coffe And Eatery* masih menghadapi beberapa kendala, seperti proses pemesanan yang dilakukan secara manual, belum adanya pengelolaan data pelanggan secara terintegrasi, serta keterbatasan dalam penyampaian informasi promosi dan program loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membangun sistem *Digital Customer Relationship Management (CRM)* berbasis website yang dapat membantu meningkatkan efektivitas pelayanan serta memperkuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan meliputi observasi, wawancara, studi pustaka, analisis kebutuhan sistem, perancangan menggunakan Unified Modeling Language (UML), implementasi sistem menggunakan bahasa pemrograman PHP dengan framework CodeIgniter dan basis data MySQL, serta pengujian menggunakan metode Black Box Testing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem berhasil mengintegrasikan fitur registrasi member, pengelolaan produk, pemesanan berdasarkan nomor meja, pengelolaan poin, voucher, level member, promo, rating dan ulasan pelanggan, serta laporan transaksi dan produk terlaris. Berdasarkan hasil pengujian Black Box, seluruh fungsi sistem berjalan sesuai dengan kebutuhan yang telah dirancang sehingga sistem dinyatakan layak digunakan. Penerapan *Digital Crm* pada Kimino *Coffe And Eatery* mampu meningkatkan efisiensi proses pelayanan, mempermudah pengelolaan data pelanggan, mendukung pelaksanaan program loyalitas pelanggan, serta membantu pemilik dalam memperoleh informasi sebagai dasar pengambilan keputusan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan pelanggan.

Kata Kunci: Digital Customer Relationship Management, CRM, Website, CodeIgniter, Loyalitas Pelanggan.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan dalam proses pelayanan dan pengelolaan hubungan pelanggan pada berbagai jenis usaha, termasuk usaha kuliner. Pemanfaatan teknologi informasi tidak lagi hanya digunakan sebagai media promosi, tetapi juga untuk mendukung proses pemesanan, penyimpanan data pelanggan, pencatatan transaksi, serta penyediaan layanan yang lebih terarah. Salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk mendukung kebutuhan tersebut adalah *Customer Relationship Management (CRM)*. CRM merupakan pendekatan bisnis yang memadukan proses pelayanan, pengelolaan informasi pelanggan, dan pemanfaatan teknologi untuk memperoleh pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, serta membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan.

Kimino Coffee and Eatery merupakan usaha kuliner yang menyediakan berbagai jenis minuman kopi, nonkopi, dan makanan. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, proses pemesanan masih dilakukan secara langsung melalui pelayan. Ketika jumlah pengunjung meningkat, pelanggan harus menunggu pelayan datang ke meja untuk mencatat pesanan sehingga proses pelayanan berpotensi mengalami keterlambatan. Selain itu, data pelanggan dan riwayat transaksi belum dikelola secara terintegrasi. Kondisi tersebut menyebabkan pihak usaha kesulitan mengidentifikasi pelanggan aktif, mengetahui produk yang diminati, serta memberikan poin, voucher, atau promosi secara terarah. Informasi mengenai promo dan menu terbaru juga masih disampaikan secara langsung atau melalui media sosial sehingga belum seluruh pelanggan dapat memperoleh informasi secara konsisten. Kimino Coffee and Eatery juga belum memiliki sarana khusus untuk mengelola rating dan ulasan sebagai bahan evaluasi produk dan pelayanan. Permasalahan tersebut menunjukkan perlunya sistem yang mengintegrasikan proses pemesanan dengan pengelolaan hubungan pelanggan.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas penerapan CRM berbasis digital. (Ilyas et al., 2024) menerapkan Electronic Customer Relationship Management pada usaha coffee shop dan menunjukkan bahwa sistem dapat membantu pengelolaan data pelanggan, penyampaian promosi, serta peningkatan kualitas layanan melalui fitur keanggotaan dan penghargaan pelanggan. (Manurung et al., 2025) mengembangkan E-CRM untuk mendukung pemasaran barang ritel rumah tangga. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa integrasi data pelanggan dan media promosi dapat mempercepat komunikasi serta menyediakan informasi perilaku pelanggan sebagai dasar penyusunan strategi pemasaran. (Ayuningrum & Daengs, 2025) juga menjelaskan bahwa penerapan CRM memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan, pembelian ulang, dan rekomendasi pelanggan. Sementara itu, (Voutama, 2022) menerapkan konsep CRM pada sistem antrean cucian mobil berbasis website untuk meningkatkan efektivitas pelayanan dan mempermudah pengelolaan data pelanggan serta transaksi.

Penelitian-penelitian tersebut memperlihatkan bahwa CRM dapat mendukung pelayanan, pemasaran, dan pengelolaan pelanggan. Namun, penelitian sebelumnya umumnya berfokus pada promosi, antrean, atau pengelolaan pelanggan secara umum dan belum mengintegrasikan pemesanan berdasarkan nomor meja dengan program loyalitas pelanggan secara menyeluruh pada usaha coffee shop. Penelitian ini menawarkan kebaruan berupa integrasi katalog digital, registrasi member, pemesanan berdasarkan nomor meja, level member, akumulasi poin, penukaran voucher, informasi promosi, serta rating dan ulasan pelanggan dalam satu sistem berbasis website. Sistem juga menghasilkan laporan transaksi dan produk terlaris yang dapat digunakan pemilik sebagai bahan evaluasi dan pendukung pengambilan keputusan.

Berdasarkan permasalahan dan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan merancang dan membangun sistem Digital Customer Relationship Management berbasis website pada Kimino Coffee and Eatery. Sistem dikembangkan menggunakan PHP dengan framework CodeIgniter dan basis data MySQL, serta diuji menggunakan metode Black Box Testing. Kontribusi penelitian ini adalah menghasilkan sistem terintegrasi yang mendukung proses pemesanan, pengelolaan data pelanggan, pelaksanaan program loyalitas, penyampaian promosi, pengelolaan umpan balik, dan penyajian laporan usaha. Dengan penerapan sistem tersebut, Kimino Coffee and Eatery diharapkan dapat mengelola pelayanan dan hubungan pelanggan secara lebih terstruktur, efektif, dan berkelanjutan.

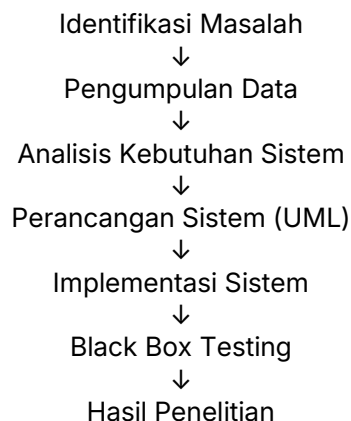
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis proses pelayanan pelanggan pada Kimino Coffee and Eatery serta mengembangkan sistem Digital *Customer Relationship Management (CRM)* berbasis website. Data penelitian diperoleh melalui observasi terhadap proses bisnis yang sedang berjalan, wawancara dengan pemilik usaha untuk mengidentifikasi kebutuhan sistem, serta studi pustaka dari berbagai jurnal dan literatur yang berkaitan dengan CRM, sistem informasi, dan pengembangan perangkat lunak. Data yang diperoleh kemudian dianalisis sebagai dasar dalam merancang sistem yang sesuai dengan kebutuhan operasional perusahaan.

Pengembangan sistem menggunakan model Waterfall yang terdiri atas tahapan analisis kebutuhan, perancangan sistem, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan. Model Waterfall dipilih karena memiliki tahapan yang terstruktur sehingga setiap proses pengembangan dapat dilakukan secara sistematis mulai dari identifikasi kebutuhan hingga sistem siap digunakan (Wijaya, 2026). Pada tahap perancangan digunakan Unified Modeling Language (UML) yang meliputi Use Case Diagram, Activity Diagram, Sequence Diagram, Class Diagram, Entity Relationship Diagram (ERD), Data Flow Diagram (DFD), dan Flowchart. Implementasi sistem dilakukan menggunakan bahasa pemrograman PHP dengan framework CodeIgniter serta MySQL sebagai sistem manajemen basis data.

Setelah proses implementasi selesai, sistem diuji menggunakan metode Black Box Testing untuk memastikan seluruh fungsi aplikasi berjalan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pengujian dilakukan terhadap modul registrasi member, login, pengelolaan produk, transaksi, voucher, poin pelanggan, laporan, serta fitur rating dan ulasan. Menurut (Asrul et al., 2023), pengujian Black Box mampu memverifikasi kesesuaian fungsi sistem berdasarkan masukan dan keluaran tanpa memperhatikan struktur kode program sehingga sesuai digunakan untuk mengevaluasi aplikasi CRM berbasis website.

Tahapan penelitian ditunjukkan pada Gambar 1. Penelitian diawali dengan identifikasi permasalahan, dilanjutkan dengan pengumpulan data, analisis kebutuhan sistem, perancangan menggunakan UML, implementasi aplikasi berbasis website, pengujian menggunakan metode Black Box Testing, dan diakhiri dengan penerapan sistem pada Kimino Coffee and Eatery.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Permasalahan

Pada tahap awal penelitian dilakukan analisis terhadap proses pelayanan yang sedang berjalan di Kimino *Coffe And Eatery*. Hasil observasi menunjukkan bahwa proses pemesanan masih dilakukan secara manual melalui pelayan sehingga pelanggan harus menunggu untuk melakukan pemesanan ketika kondisi kafe ramai. Selain itu, data pelanggan belum dikelola secara terintegrasi sehingga pihak kafe mengalami kesulitan dalam mengidentifikasi pelanggan tetap, menyimpan riwayat transaksi, serta memberikan program loyalitas seperti poin, voucher, dan promosi secara tepat sasaran. Media promosi juga masih terbatas pada penyampaian secara langsung maupun melalui media sosial sehingga informasi tidak selalu diterima oleh seluruh pelanggan. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya sistem yang mampu mengintegrasikan pelayanan pelanggan dengan pengelolaan hubungan pelanggan dalam satu

aplikasi berbasis website.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, penelitian ini mengembangkan sistem Digital *Customer Relationship Management (CRM)* berbasis website yang mengintegrasikan proses registrasi member, katalog produk, pemesanan berdasarkan nomor meja, pengelolaan poin, voucher, level member, promosi, rating dan ulasan pelanggan, serta laporan transaksi. Implementasi fitur-fitur tersebut diharapkan dapat mendukung proses pelayanan yang lebih terstruktur sekaligus membantu pengelolaan hubungan pelanggan.

Penerapan Customer Relationship Management (CRM)

Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* pada sistem yang dikembangkan bertujuan untuk meningkatkan kualitas hubungan antara Kimino Coffe And Eatery dengan pelanggan melalui pemanfaatan teknologi berbasis website. Konsep CRM diimplementasikan dengan mengintegrasikan berbagai fitur yang mendukung pengelolaan data pelanggan, peningkatan kualitas pelayanan, serta pelaksanaan program loyalitas pelanggan.

Pada tahap *acquire* (memperoleh pelanggan), sistem menyediakan fitur registrasi member sehingga pelanggan dapat membuat akun dan memperoleh akses terhadap layanan digital yang tersedia. Selain itu, katalog produk berbasis website memudahkan pelanggan memperoleh informasi menu secara lengkap sebelum melakukan pemesanan.

Pada tahap *enhance* (meningkatkan hubungan dengan pelanggan), sistem menyediakan fitur pemesanan berdasarkan nomor meja, riwayat transaksi, pemberian poin loyalitas, voucher, level member, serta informasi promosi yang dapat diakses secara langsung oleh pelanggan. Fitur tersebut membantu meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus memberikan nilai tambah kepada pelanggan.

Pada tahap *retain* (mempertahankan pelanggan), sistem menyediakan fasilitas pemberian rating dan ulasan terhadap produk maupun pelayanan sehingga pihak Kimino Coffe And Eatery dapat mengevaluasi kualitas layanan berdasarkan umpan balik pelanggan. Selain itu, informasi transaksi, aktivitas pelanggan, serta laporan produk terlaris membantu pemilik dalam menyusun strategi pelayanan dan promosi yang lebih tepat sasaran.

Implementasi Sistem

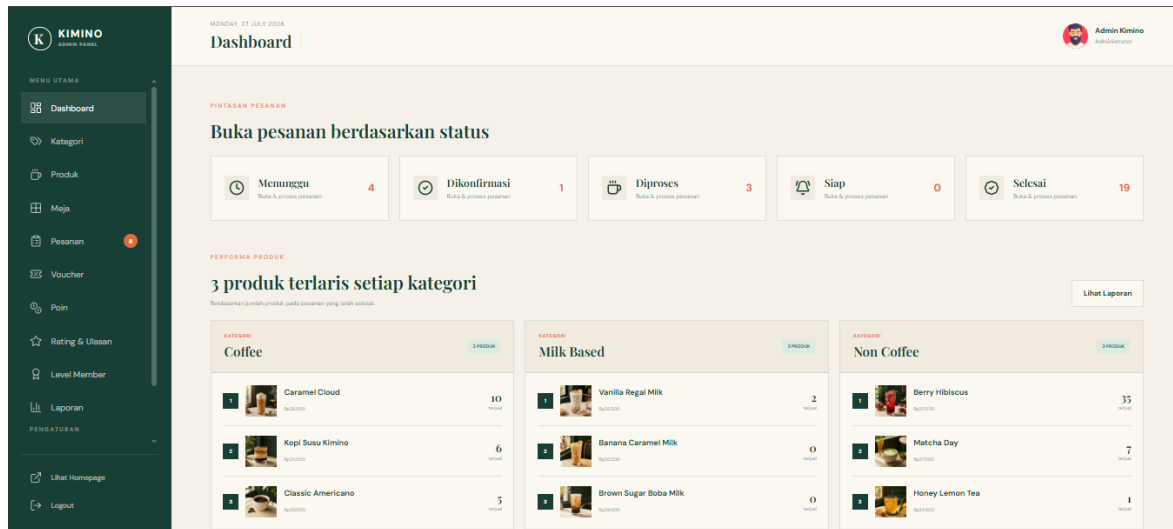
Implementasi sistem dilakukan menggunakan bahasa pemrograman PHP dengan framework CodeIgniter dan basis data MySQL. Sistem dikembangkan berbasis website sehingga dapat diakses oleh tiga jenis pengguna, yaitu administrator, member, dan pemilik (owner). Setiap pengguna memiliki hak akses yang berbeda sesuai dengan kebutuhan operasional Kimino Coffe And Eatery. Implementasi sistem meliputi proses autentikasi pengguna, pengelolaan data master, transaksi pemesanan, program loyalitas pelanggan, serta penyajian laporan sebagai pendukung pengambilan keputusan.



Gambar 2. Halaman Login

Halaman login pada Gambar 2 berfungsi sebagai media autentikasi pengguna sebelum mengakses sistem. Pengguna memasukkan username dan password yang telah terdaftar, kemudian sistem melakukan proses validasi sesuai dengan hak akses masing-masing. Setelah

proses autentikasi berhasil, administrator diarahkan ke halaman pengelolaan sistem, member diarahkan ke halaman pemesanan, sedangkan pemilik diarahkan ke halaman laporan dan statistik



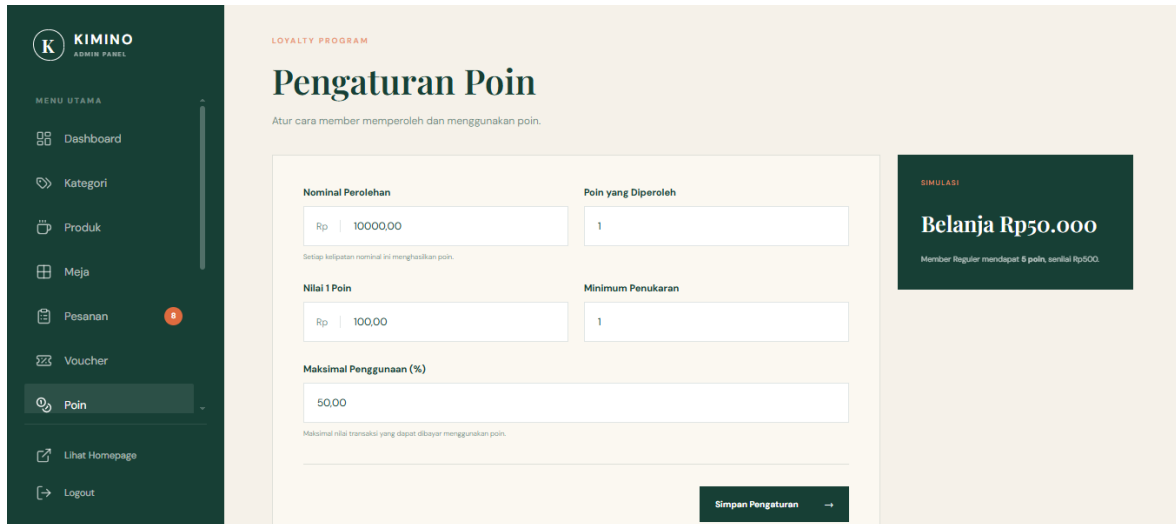
Gambar 3. Halaman Dashboard

Dashboard administrator pada Gambar 3 merupakan halaman utama yang digunakan untuk mengelola seluruh aktivitas sistem. Melalui halaman ini administrator dapat mengelola data kategori, produk, meja, pesanan, member, voucher, poin, level member, rating dan ulasan, serta laporan transaksi. Dashboard dirancang agar seluruh proses administrasi dapat dilakukan secara terintegrasi dalam satu aplikasi sehingga mempermudah pengelolaan operasional Kimino *Coffe And Eatery*



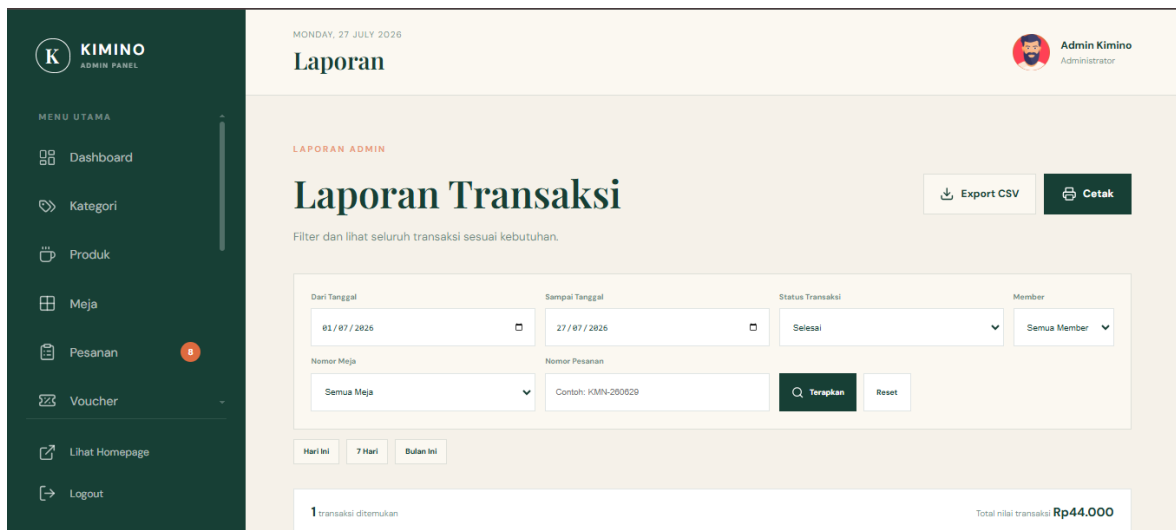
Gambar 4. Halaman Pemesanan Member

Halaman member pada Gambar 4 menyediakan katalog produk yang dapat diakses setelah pelanggan berhasil melakukan login. Pelanggan dapat melihat informasi menu, memilih produk sesuai kebutuhan, menentukan nomor meja, kemudian memasukkan pesanan ke dalam keranjang sebelum melakukan proses checkout. Implementasi halaman ini mendukung konsep Customer Relationship Management dengan memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam melakukan pemesanan secara mandiri tanpa harus menunggu pelayan



Gambar 5. Halaman Pengelolaan Poin

Program loyalitas diimplementasikan melalui fitur pengelolaan poin, voucher, dan level member. Setiap transaksi pelanggan akan menghasilkan akumulasi poin sesuai ketentuan yang telah ditetapkan administrator. Poin tersebut dapat ditukarkan menjadi voucher sesuai syarat yang berlaku, sedangkan level member digunakan sebagai dasar pemberian keuntungan kepada pelanggan aktif. Implementasi fitur ini mendukung upaya Kimino *Coffe And Eatery* dalam mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.



Gambar 6. Halaman Laporan

Halaman laporan pada Gambar 6 digunakan oleh administrator dan pemilik untuk melihat informasi transaksi dan produk terlaris. Laporan disajikan secara terstruktur sehingga memudahkan proses monitoring terhadap aktivitas penjualan dan perilaku pelanggan. Informasi tersebut dapat dimanfaatkan sebagai dasar dalam mengevaluasi pelayanan serta menyusun strategi promosi yang lebih tepat sasaran

Pembahasan

Implementasi sistem *Digital Customer Relationship Management (CRM)* berbasis website pada Kimino *Coffe And Eatery* berhasil mengintegrasikan proses pelayanan pelanggan dengan pengelolaan hubungan pelanggan dalam satu sistem. Sebelum sistem dikembangkan, proses pemesanan masih dilakukan secara manual melalui pelayan sehingga pelanggan harus menunggu ketika kondisi kafe ramai. Selain itu, data pelanggan belum terdokumentasi dengan baik sehingga pihak kafe mengalami kesulitan dalam mengelola riwayat transaksi, memberikan program loyalitas, maupun menyampaikan informasi promosi kepada pelanggan secara tepat sasaran. Melalui sistem yang dikembangkan, seluruh proses tersebut dapat dilakukan secara terintegrasi sehingga aktivitas operasional menjadi lebih terstruktur.

Penerapan konsep Customer Relationship Management diwujudkan melalui penyediaan

fitur registrasi member, katalog produk berbasis website, pemesanan berdasarkan nomor meja, pengelolaan poin loyalitas, voucher, level member, promo, serta fasilitas rating dan ulasan pelanggan. Integrasi fitur tersebut memungkinkan Kimino *Coffe And Eatery* membangun hubungan dengan pelanggan sejak proses registrasi, meningkatkan kualitas pelayanan selama proses transaksi, serta memperoleh umpan balik pelanggan sebagai dasar evaluasi pelayanan. Selain memberikan kemudahan kepada pelanggan, sistem juga membantu administrator dalam mengelola data pelanggan dan transaksi secara lebih efektif.

Tabel 1. Hasil Penerapan CRM

Fitur CRM	Implementasi pada Sistem	Manfaat
Registrasi Member	Pendaftaran akun pelanggan	Identifikasi pelanggan
Poin Loyalitas	Akumulasi poin setiap transaksi	Mendorong transaksi berulang
Voucher	Penukaran poin menjadi voucher	Meningkatkan loyalitas
Promo	Informasi promo kepada member	Memperkuat komunikasi
Rating dan Ulasan	Penilaian pelanggan	Evaluasi kualitas layanan
Laporan	Statistik transaksi dan produk terlaris	Mendukung pengambilan keputusan

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil menghasilkan sistem Digital *Customer Relationship Management (CRM)* berbasis website yang mampu mendukung proses pelayanan pelanggan dan pengelolaan hubungan pelanggan pada Kimino *Coffe And Eatery*. Sistem yang dikembangkan dapat mengintegrasikan data pelanggan, proses pemesanan, program loyalitas, serta penyajian informasi operasional dalam satu platform sehingga mendukung efektivitas pengelolaan layanan. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh fungsi sistem telah berjalan sesuai dengan kebutuhan yang dirancang. Dengan demikian, sistem yang dikembangkan dapat menjadi solusi digital dalam mendukung pelayanan pelanggan dan pengelolaan hubungan pelanggan pada Kimino *Coffe And Eatery*.

REFERENSI

- Asrul, A., Mashud, M., Qadri, M., Tamrin, F., & Ilham, A. S. (2023). Perancangan Sistem E-Commerce Menggunakan Metode Customer Relationship Management. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 192–199. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12343>
- Ayuningrum, M. P., & Daengs, A. (2025). Customer Relationship Management dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan PLC Omron di Arta Usaha Mandiri. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2).
- Ilyas, A. N., Hin, L. L., Sutrisno, J., & Rusdah, R. (2024). Implementasi Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) untuk Meningkatkan Layanan Pelanggan Belig Coffee. *STRING (Satuan Tulisan Riset Dan Inovasi Teknologi)*, 9(1), 13. <https://doi.org/10.30998/string.v9i1.20322>
- Manurung, S., Sembiring, M. A., & Azmi, S. R. M. (2025). Penerapan E-CRM Dalam Strategi Pemasaran Online Barang Retail Rumah Tangga. *Jurnal Algoritma*, 22(2), 507–517. <https://doi.org/10.33364/algoritma/v.22-2.2651>
- Voutama, A. (2022). Sistem Antrian Cucian Mobil Berbasis Website Menggunakan Konsep CRM dan Penerapan UML. *Komputika: Jurnal Sistem Komputer*, 11(1), 102–111. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/komputika/article/view/4677>
- Wijaya, I. G. K. (2026). Implementasi Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Menggunakan Arsitektur MVC dan Metode Waterfall. *Jurnal Minfo Polgan*, 15(2), 942–947. <https://doi.org/10.33395/jmp.v15i2.16206>