

ABSTRAK

Bisnis merupakan suatu kegiatan organisasi yang bertujuan untuk menghasilkan laba. Selain berfokus pada keuntungan pebisnis juga harus lebih kreatif dan inovatif dalam mengelola bisnisnya. AMGym Pontianak adalah usaha yang bergerak di bidang jasa penyewaan tempat fitness. Dengan banyaknya jumlah pelanggan, maka proses pengelolaan data pelanggan yang tidak terstruktur dan manual dapat menyebabkan proses kerja admin di AMGym ini kurang optimal. Data pelanggan yang disimpan saat ini hanya berupa nama dan tanggal saat pelanggan melakukan transaksi. Sehingga ketika ingin melakukan promosi, pihak gym kesulitan untuk menentukan target pasar mana yang akan dituju. Administrasi pelanggan tiap bulan pada jatuh temponya sering terjadi keterlambatan dari tanggal seharusnya, dikarenakan tidak adanya sistem pengingat untuk pelanggan seperti pemberitahuan melalui pesan singkat. Sehingga menyebabkan laporan keuangan perusahaan menjadi tidak sesuai dengan laporan yang seharusnya. Selain itu pelanggan yang terkendala untuk mengetahui informasi terbaru baik itu penawaran ataupun perubahan produk layanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan sistem CRM pada AMGym Pontianak dengan menerapkan strategi CRM Operasional yang berfokus pada otomatisasi pemasaran sebagai media promosi dan segmentasi pasar pada AMGym Pontianak. Metode penelitian yang digunakan yaitu (SDLC) Systems Development Life Cycle dengan model Waterfall. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai 72,5% menyatakan setuju, sehingga aplikasi ini memang layak untuk diterapkan.

Kata kunci: CRM (Customer Relationship Management), Pengolahan data *member*, Segmentasi pasar, Notifikasi *whatsapp*.

ABSTRACT

Business is an organizational activity that aims to generate profit. In addition to focusing on profits, business people must also be more creative and innovative in managing their business. AMGym Pontianak is a business engaged in fitness rental services. With the large number of members, the unstructured and manual process of managing customer data can cause the admin work process at AMGym to be less than optimal. Customer data that is currently stored is only the name and date when the customer makes a transaction. So when you want to do promotions, the gym has difficulty determining which target market to go to. Customer administration every month at its due date often occurs late from the date it should be, due to the absence of a reminder system for customers such as notifications via short messages. This causes the company's financial statements to be not in accordance with the reports they should. In addition, customers are constrained to find out the latest information, whether it's offers or changes to service products. The purpose of this research is to produce a CRM system at AMgym Pontianak by implementing an Operational CRM strategy that focuses on marketing automation as a promotional medium and market segmentation at AMGym Pontianak. The research method used is (SDLC) Systems Development Life Cycle with the Waterfall model. Based on the test results, it shows that the value of 72.5% agrees, so this application is indeed feasible to be applied.

Keywords: CRM (Customer Relationship Management), Member data management, Market segmentation, WhatsApp notifications.