ABSTRAK

Strategi kampanye pemasaran yang menjanjikan pertambahan pelanggan dan peningkatan keuntungan sudah dilakukan perusahaan-perusahaan sejak lama. Namun, banyak dari perusahaan-perusahaan tersebut yang tidak mendapatkan hasil yang diharapkan. Sebaliknya, dana yang harus disiapkan perusahaan untuk kampanye pemasaran sangat besar. Walaupun kampanye pemasaran telah dilakukan berulang-ulang kali, belum tentu program tersebut dapat menarik perhatian pelanggan. Ironisnya hal ini justru dapat berpengaruh dalam menyebabkan ketidakpuasan pelanggan secara epidemis.

Alih-alih memilih pelanggan yang baik untuk kampanye pemasaran, lebih baik memilih cara berkampanye yang baik untuk setiap pelanggan. Dengan memahami kebutuhan dan pilihan setiap pelanggan dalam bertransaksi, perusahaan dapat mencapai target penawaran yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Secara praktis, untuk memahami hal-hal tersebut, perusahaan membutuhkan informasi yang mendalam tentang pelanggan dan prospek terciptanya hubungan yang baik antara pelanggan dengan perusahaan. Aplikasi Manajemen Data Pelanggan merupakan suatu alat yang dapat membantu menyimpan dan menampilkan data-data pelanggan perusahaan. Data-data yang diperlukan antara lain : data profil pelanggan, data transaksi, dan komplain pelanggan. Perangkat yang diperlukan dalam merancang aplikasi ini adalah: PHP sebagai bahasa *scripting*, Apache Web Server, dan MySQL sebagai pengolah *database*. Dan untuk menampilkan data dari *database* digunakan *web browser*.

Aplikasi Manajemen Data Pelanggan yang dirancang dapat mencatat dan menampilkan data-data pelanggan berupa data profil pelanggan, data transaksi, dan komplain pelanggan. Sistem ini kemudian dapat digunakan untuk memberikan informasi mengenai pertambahan jumlah pelanggan perusahaan, pertambahan transaksi dan harapan pelanggan terhadap produk perusahaan. Dari hasil pengolahan data-data tersebut, perusahaan melalui manajemen dapat mengambil kebijakan sesuai informasi yang ditampilkan.

Aplikasi ini dapat dijadikan sebagai alat bantu yang mendukung perusahaan mendistribusikan informasi ke pegawai dan manajemen perusahaan. Sehingga pegawai dan manajemen dapat : (1) Mengenali siapa saja pelanggan perusahaan, (2) Mengetahui harapan konsumen, dan (3) Mendapatkan informasi pertambahan pelanggan dan transaksi pelanggan dengan perusahaan. Namun untuk keputusan akhir dalam menentukan kebijakan berdasarkan data-data tersebut diperlukan pertimbangan yang matang dari pihak manajemen.

Kata kunci : Manajemen Data Pelanggan, Pengenalan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.