

ABSTRAKSI

Eka Jaya merupakan salah satu destinasi perbelanjaan yang telah memiliki lebih dari dua cabang di Kota Mojokerto. Fokus usaha yang dilakukan dengan menjual berbagai macam barang hingga bahan pangan. Untuk menarik minat beli pelanggannya, Eka Jaya menyediakan layanan pesan antar, layanan penukaran barang serta pengadaan promosi pada proses bisnisnya. Akan tetapi, tidak jarang selama proses layanan pesan antar maupun penukaran barang berlangsung terjadi masalah seperti kesalahpahaman pesanan maupun catatan barang keluar dan masuk, antara sesama karyawan Eka Jaya maupun karyawan dengan pelanggan. Selain itu, pengadaan promosi yang ada saat ini dinilai belum memuaskan karena tidak adanya target khusus atas layanan tersebut. Dengan demikian, aplikasi belanja *online* merupakan salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan layanan Eka Jaya kepada para pelanggannya. Selain itu, dengan penerapan metode RFM (*recency, frequency, monetary value*) sebagai salah satu fitur utama pada aplikasi dapat digunakan sebagai solusi pembuatan promosi dengan menyesuaikan minat beli setiap pelanggan Eka Jaya. RFM sendiri merupakan teknik untuk mengidentifikasi karakteristik pelanggan, sebagai dasar pembuatan strategi pemasaran yang efektif. Dilain sisi, pihak Eka Jaya juga dapat memiliki catatan seluruh transaksi, sehingga memudahkan dalam peninjauan setiap transaksi yang ada.

Kata Kunci: Aplikasi Jual Beli Online, RFM, layanan pelanggan

ABSTRACT

Eka Jaya is a shopping destination that has more than two branches in Mojokerto City. They sell various kinds of goods to foodstuffs. To get the customers buying interest, Eka Jaya provides delivery service by WhatsApp, products exchange services and promotions, in their business processes. However, not infrequently the delivery service process or products exchange services, problems occur such as misunderstandings of orders nor products exchange, between fellow Eka Jaya employees nor employees and customers. In other hand, the current promotional procurement is considered unsatisfactory because there is no specific target for these services. Thus, the online shopping application is one strategy that can be applied to improve Eka Jaya's services to their customers. By applying the RFM method (recency, frequency, monetary value) as one of the main features of the application, it can be used as a solution for making promotions by adjusting the buying interest for every Eka Jaya's customers. RFM is a technique that identify customer characteristics, as the basis for making an effective marketing strategy. On the other hand, Eka Jaya can also have records of all transactions that making it easier to review each transaction.

Keywords: E-commerce, RFM, Customer services