

Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Di Toko Handphone Rejo Cell Tuban

Dyannita Rahayu¹, Andik Adi Suryanto², Alfian Nurlifa³, Asfan Muqtadir⁴, Miftahurrohman⁵

^{1,2,3,4,5}Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas PGRI Ronggolawe Tuban

E-mail: ¹dianitarahayu532@gmail.com, ²andikadisuryanto@gmail.com, ³lifa.nurlifa13@gmail.com, ⁴asfanme@gmail.com, ⁵miftahurrohman100@gmail.com

Abstrak – Toko Rejo Cell merupakan tempat menjual Handphone beserta aksesoris yang mefokuskan pada pelayanan dan kualitas barang yang dijual sangat terjangkau dengan baik. Sulitnya pelanggan mana yang cocok untuk mengetahui produk yang diinginkannya. Hal tersebut menyebabkan semakin menurunnya target penjualan yang ada ditoko tersebut, penelitian ini dilakukan untuk merancang sebuah jaringan antara toko dengan user lebih efektif dan efisien. CRM (Customer Relationship Management) dapat membantu toko untuk membangun kedekatan dengan user dan admin toko dapat menyimpan data user dengan mudah. Dengan membangun sebuah website ini akan dibantu dengan pengembangan system BPMN (Business Process Modeling Notation), Diagram kontex, DFD(Data Flow Diagram) dan alat perancangan database menggunakan ERD (Entity Relationship Diagram). Sedangkan pembuatan perangkat lunak membutuhkan PHP, MYSQL, dan Notepad++. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perancangan penjualan website dapat membantu pelanggan dalam mengakses informasi mengenai produk yang dijual dan dalam melakukan pemesanan produk, dan toko dapat membangun suatu jaringan kedekatan antar user dengan meningkatkan proses penjualan menjadi lebih efektif dan efisien.

Kata Kunci — CRM, Pelayanan Pelanggan, Penjualan Online

1. PENDAHULUAN

Sekarang ini perkembangan dalam bisnis toko Handphone juga sangat berkembang, hampir semua kalangan dari muda sampai tua menggunakan Handphone untuk berbagai macam kebutuhan sehari-hari mereka. Aplikasi atau software yang dulunya hanya dapat diakses oleh laptop dan komputer sekarang bisa diakses dalam Handphone juga. Merk dan type Handphone menjadi lebih canggih tetapi masih saja banyak orang yang belum paham tentang spesifikasi mana yang cocok untuk kebutuhan setiap orang. Pada saat pelanggan akan membeli sebuah handphone tetapi masih ragu maka pelanggan harus datang ke toko handphone, jika jarak rumah mereka jauh dari toko maka akan memakan waktu cukup lama. Sistem pemasaran ini masih menggunakan system offline jadi hanya kalangan sekitar toko handphone saja jangkauannya dan belum menyebar luas dari luar toko.

Dapat digambarkan betapa banyak keuntungan yang hilang karena perusahaan tidak peduli akan pelanggannya, membangun jaringan kedekatan dengan pelanggan memiliki sisi positif dimata pelanggan. Jika jaringan ini sudah dibangun maka setiap produk apapun yang akan dipasarkan oleh toko handphone atau perusahaan pelanggan pun akan membeli produk tersebut karena sudah diyakini kepuasannya. Daya saing dalam bisnis ini dari setiap tahunnya juga semakin pesat untuk itu perusahaan harus meningkatkan mutu pelayanan agar mendapatkan inovasi baru untuk mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Customer Relationship Management, atau yang disingkat CRM, adalah strategi manajemen hubungan pelanggan dengan perusahaan yang bertujuan untuk mengelola hubungan baik dengan para konsumen atau pelanggan, mengumpulkan semua data pelanggan, kemudian merekam aktivitas tenaga penjual, terutama dalam berhubungan dengan calon pelanggan atau yang sudah jadi pelanggan tetap. Customer Relationship Management (CRM) mampu membantu penarikan prospek penjualan yang terjadi pada dunia bisnis ini, melalui website memudahkan perusahaan dan pelanggan untuk mengetahui apa yang menjadi keinginan pelanggan tersebut. Toko Rejo Cell Tuban adalah sebuah toko yang bergerak di bidang penjualan pulsa, jual-beli handphone baik baru ataupun bekas, accessorishandphone, dan melayani jasa service. Usaha ini biasa kita kenal dengan sebutan nama Counter Handphone. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengambil judul “Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Di Toko Handphone Rejo Cell Tuban” layak untuk diangkat sebagai penelitian.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Alat Penelitian

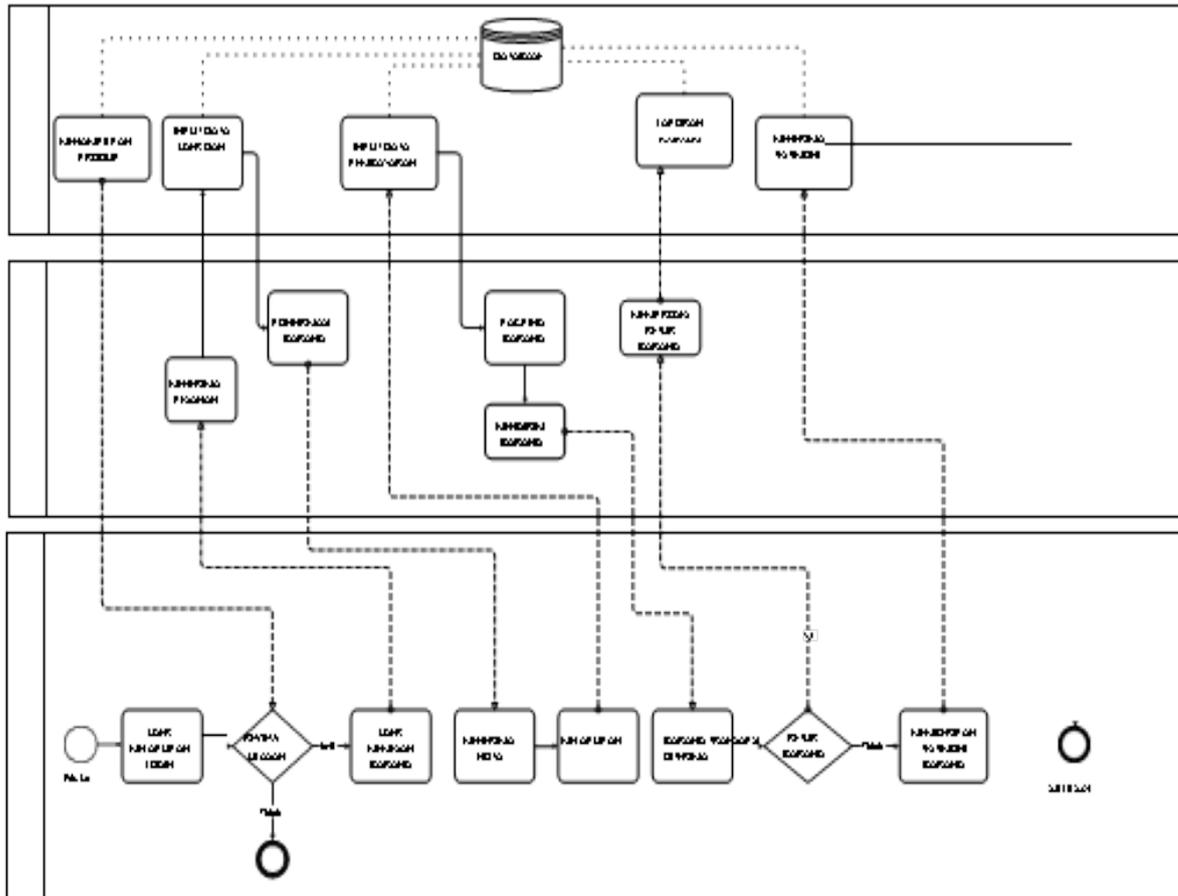
Alat dan software yang akan digunakan untuk penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk perangkat keras (Hardware) yang digunakan
 1. Laptop Asus X441M
 2. Processor : Intel Premium Silver N5000
 3. Memory : 4GB
 4. System Type : 64bit Operating System

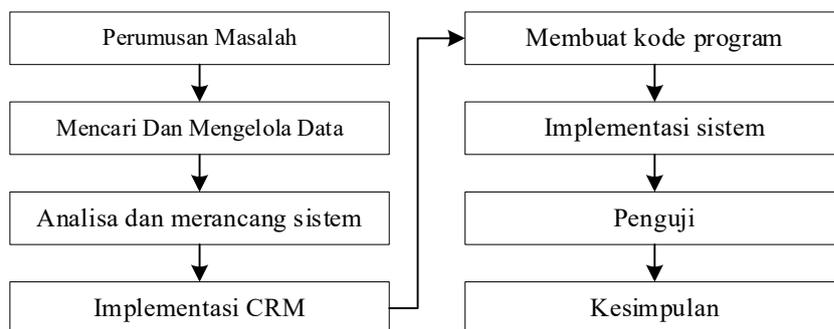
2. Untuk perangkat lunak (Software) yang digunakan
 1. Operating system : Windows 10 64bit
 2. Software editor : Notepad++, phpdesigner
 3. Browser : Google Chrome
 4. Local Server : XAMPP 3.2.4

2.2 Analisa dan Merancang System

Dari permasalahan yang sudah di dapat maka dibutuhkan data untuk menganalisa sebelum penulis membuat website aplikasi jual beli yang ada di toko HandPhone “Rejo Cell” Tuban Jawa Timur. Adapun gambaran dari aplikasi seperti gambar 1.



Gambar 1. Proses BPMN Pada Toko Rejo Cell



Gambar 2. Langkah – Langkah Penelitian

Proses penjualan yang dilakukan pada toko rejo cell tuban, antara lain:

1. User melakukan login untuk memesan barang yang dibutuhkan.
2. Jika user ingin melihat-lihat saja maka akan ditampilkan produk atau ulasan review saja, bila user ingin membeli produk maka akan diteruskan pada proses pemesanan barang.

3. Proses selanjutnya yaitu admin menerima pesanan lalu website menginputkan data pelanggan dan data penjualan.
4. Setelah data terpenuhi, maka system akan mengkonfirmasi dan user akan menerima nota dan melakukan transaksi pembayaran.
5. Admin melakukan packing barang setelah itu barang akan dikirim ke alamat yang sudah di cantumkan. Barang juga akan otomatis berkurang setelah admin melakukan penginputan pembayaran.
6. User menerima barang, jika ada kendala dalam barang website akan mengirimkan pusat bantuan untuk user.
7. Proses terakhir yaitu memberikan testimoni barang.
8. Pada website akan menyimpan data barang, user dan laporan retur barang.

2.3 Prosedur Penelitian

Tahapan prosedur penelitian adalah salah satu aspek penting yang harus dipelajari dalam metodologi penelitian. Dalam melakukan penelitian ilmiah, kita harus mengetahui dan mempelajari apa saja yang perlu kita siapkan dan lakukan dalam penelitian ilmiah. Hal inilah disebut tahapan prosedur penelitian.

Dalam mengembangkan website Customer Relationship Management (CRM), penelitian ini akan dilakukan Langkah-langkah yang akan meraih hasil, tujuan pembuatan dan kesimpulan yang akan sesuai dengan rencana awalnya. Dan yang akan di dapatkan dalam pembuatan prosedur penelitian ini yaitu terlaksana dengan baik dan tepat waktu sesuai dengan langkah-langkah yang akan dilalui si peneliti. Dari kesimpulan di atas, gambar 2 adalah hasil tahapan prosedur penelitian yang dilakukan.

2.4 Customer Relationship Management

Customer Relationship Management atau CRM adalah sebuah pendekatan atau sistem yang mengelola hubungan antara pihak korporasi (perusahaan) dengan pelanggan pada level bisnis. Sehingga, dapat memaksimalkan komunikasi dan pemasaran melalui kontak dari user yang berbeda. Pendekatan jenis ini dapat memungkinkan untuk mempertahankan pelanggan dan memberikan nilai tambah kepada customer tersebut. CRM sendiri mengkombinasikan kebijakan, proses, dan strategi dalam satu kesatuan yang diimplementasikan dalam sebuah perusahaan.

Tujuan dari pembuatan sistem informasi berbasis CRM ini adalah, sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan keuntungan bagi sebuah perusahaan melalui terjalinnya hubungan yang baik antara korporasi dengan pihak pelanggan terkait.
2. Menyediakan informasi yang lengkap mengenai data pelanggan untuk memaksimalkan hubungan antara pihak perusahaan dan pelanggan melalui penjualan secara *up selling* dan *cross selling*.
3. Menggunakan informasi yang telah terintegrasi sehingga menghasilkan sistem pelayanan yang memuaskan.
4. Menghasilkan konsistensi dalam pembuatan prosedur penyaluran jawaban kepada pelanggan.

Di dalam sistem CRM juga memiliki fungsi yang harus diterapkan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Menerapkan falsafah yang berorientasi pada pelanggan (*customer centric*).
2. Mengidentifikasi faktor penting bagi kebutuhan pelanggan.
3. Membangun proses pelayanan terhadap pelanggan secara maksimal.
4. Mengadopsi pengukuran berdasarkan sudut pandang dari customer.
5. Menyediakan dukungan kepada customer secara penuh.
6. Menangani berbagai keluhan yang berasal dari pelanggan.
7. Melakukan pencatatan terhadap setiap aspek dalam penjualan.
8. Membuat informasi yang berkaitan dengan pusat layanan dan penjualan dari customer.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Kebutuhan Sistem

Aplikasi Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Di Rejo Cell Tuban menggunakan perangkat keras dan perangkat lunak sebagai berikut.

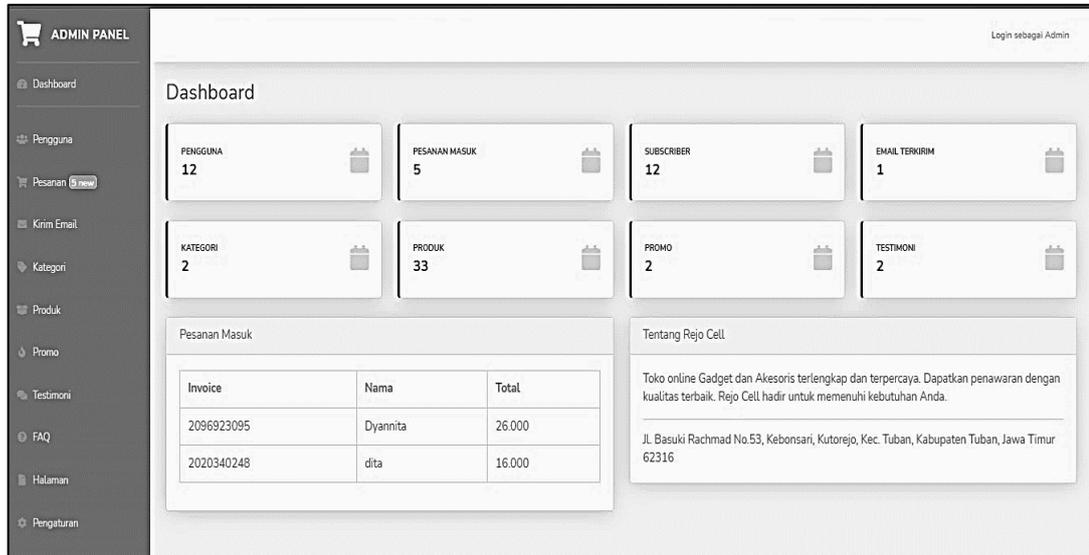
1. Untuk perangkat keras yang digunakan sebagai berikut :
 1. Laptop Asus X441M
 2. Kamera Handphone
2. Untuk perangkat lunak yang digunakan sebagai berikut :
 1. System operasi : Windows 10 64-bit
 2. Software WEB development : XAMPP v3.2.4, notepad++, phpdesigner
 3. Browser : Microsoft Edge, google chrome

3.2 Implementasi Program

Pada Implementasi ini akan di jelaskan tentang alur program beserta screenshot tampilan design. Berikut adalah tampilan halaman dalam program tersebut :

1. Halaman Dashboard Admin

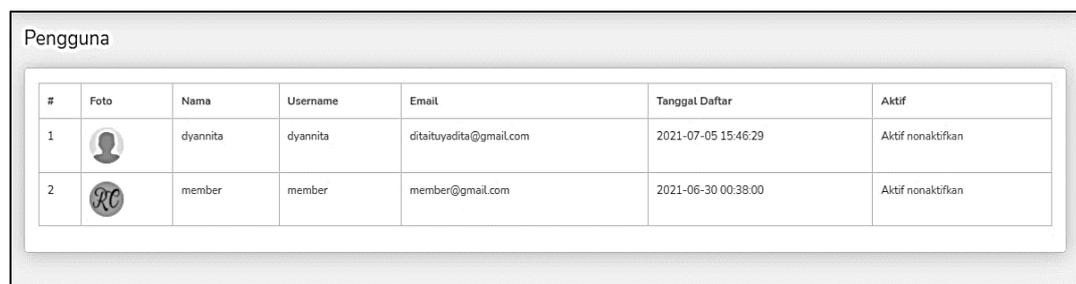
Pada halaman ini terdapat beberapa fungsi untuk membantu admin dalam melakukan pengolahan data produk, user dan transaksi. Admin juga dapat melihat laporan penjualana melalui dashboard Menu ini. Pada halaman home admin antara lain: Dashboard, Pengguna, Pesanan, Kirim Email, Kategori, Produk, Promo, Testimoni, Halaman, Pengaturan, Edit Profil, Loguot.



Gambar 3. Halaman Dashboard Admin

2. Halaman Data Pengguna

Pada halaman ini admin dapat melihat data pengguna/user yang berisikan Foto User, Nama, Username, Email, Tanggal pendaftaran dan bisa mengontrol user tersebut aktif atau tidak.



Gambar 4. Halaman Data Pengguna

3. Halaman Data Pesanan

Pada halaman ini admin dapat mengetahui nama, total pesanan, tanggal pesan, status order dan transaksi yang sudah dilakukan oleh user atau belum melakukan pembayaran.



Gambar 5. Halaman Data Pesanan

4. Halaman Kirim Email

Pada halaman ini guna untuk mem broadcast promo ataupun produk baru kepada user melalui email yang sudah terdaftar.



Gambar 6. Halaman Kirim Email

5. Halaman Data Kategori

Pada data kategori ini terdapat sebuah submenu pada tampilan dashboard yang berguna untuk memisahkan antara produk “gadget” dan “aksesoris”.

#	Icon	Nama	Slug	Aksi
1		Gadget	gadget	
2		Aksesoris	aksesoris	

Gambar 7. Halaman Data Kategori

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pengamatan selama pengumpulan data guna untuk membangun program CRM pada toko HP Rejo Cell di Tuban, dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain:

1. Aplikasi CRM (customer Relationship Management) yang dibuat ini akan mengelola data pelanggan yang ada di toko HP Rejo Cell Tuban dengan mudah.
2. Aplikasi ini akan menampilkan produk yang ada di toko/*offline* dengan cara memasarkan secara *Online* bisa di kenal banyak orang yang bukan kalangan sekitar saja.

5. SARAN

Berdasarkan penelitian tentang penerapan CRM yang telah dilakukan, masih terdapat banyak kekurangan dan adapun saran yang dapat dijadikan pertimbangan untuk pengembangan penelitian selanjutnya supaya menjadi lebih baik. Oleh karena itu, saran sangat dibutuhkan guna untuk pengembangan penelitian di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agunta, N., Mulyanto, A., & Suhada, S. (2017). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web Mobile pada Coffee Toffee. *Prosiding Seminar Nasional Teknik Electro (FORTEI 2017)*, 251–258.
- [2] Ari, 2020. Pengertian Customer Relationship Management (CRM) Menurut Ahli. Diambil dari <http://arriple.blogspot.com/2016/04/pengertian-crm- customer-relationship.html> Diakses pada tanggal 16 maret 2021.

- [3] Bangkit, T., Pinilih, S., Teknik, F., Nusantara, U., & Kediri, P. (2016). RANCANG BANGUN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI TOKO ANZIE MENGGUNAKAN METODE RAD (RAPID APPLICATION DEVELOPMENT). 1–11.
- [4] Fauzi, A., & Harli, E. (2017). Peningkatan Kualitas Pelayanan Melalui CRM dengan Metode RAD. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(1), 76. <https://doi.org/10.29207/resti.v1i1.16>
- [5] Humaira Aliya, 2021. Rapid Application Development, Metode Pengembangan Software yang Hemat Waktu diambil dari <https://glints.com/id/lowongan/rapid-application-development-adalah/#.YDn9JGgzbiW> Diakses pada tanggal 16 maret 2021.
- [6] Kosasi, S. (n.d.). Perancangan Sistem Electronic Customer Relationship Management Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan. April 2013, 92–102.
- [7] Lenawati, M., Saifulloh, & Hapsari, E. D. (2019). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Untuk Meningkatkan Pelayanan Pendidikan Pada Perguruan Tinggi (Studi Kasus : Universitas PGRI Madiun). *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi 2019*, 245–248.
- [8] Meriyanti, U., Safriadi, N., Irawan, D., Rahsel, Y., Udin, T., Yuthayotin, S., Haryono, Dedy, S. F. H., Marhamah, Sarip Hiadayahtulloh, A. I., Suci Lestari, Nurhayati, P. W. H., Nilasari, Martino, D., Sitorus, Z., Lupi, F. R. N., Liana, L., Saefullah, A., & Santoso, S. (2016). Rancang Bangun Website E-Commerce Penjualan Sparepart Handphone Cv. Indonesia Online Shop. *Sistem Informasi*, 6(1), 15.
- [9] Pontianak, S., Merdeka, J., & Pontianak, N. (2017). *Electronic Customer Relation Management*.