

IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA PENJUALAN DI KOPERASI MAWAR GARAWANGI

Indra Kurniawan¹, Agus Wahyuddin², Yati Nurhayati³

Sistem Informasi Universitas Kuningan

E-mail: ¹indrakurniawan.0606@gmail.com, ²agusfkom@gmail.com, ³yati.nurhayati@uniku.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi khususnya teknologi informasi memaksa pelaku bisnis untuk melibatkannya dalam proses bisnis dalam memenangkan kepuasan pelanggan. KOPERASI MAWAR yang terletak di Desa Garawangi merupakan Usaha Mandiri dalam bentuk sebuah rumah yang menjual beberapa macam perlengkapan keperluan rumah tangga, kue basah dan kue kering, akan tetapi belum adanya sistem yang dapat mengelola penjualan sehingga promosi penjualan masih dilakukan secara konvensional sehingga banyak mengeluarkan waktu dan biaya. Maka dibangun sistem informasi penjualan dengan pendekatan customer relationship management operasional dimana perancangannya menggunakan Data Flow Diagram (DFD) dan diterapkan kedalam bahasa pemrograman php dan mysql sebagai databasenya. Fasilitas CRM yang tersedia antara lain: chatting, promo produk dan point dan layanan konsumen. Dengan adanya sistem ini diharapkan akan lebih memudahkan perusahaan untuk mengelola barang dan penjualan serta meningkatkan pelayanan kepada pelanggan sehingga dapat mempertahankan pelanggan lama dan mendapatkan pelanggan baru untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.

Kata Kunci : implementasi customer relationship management pada penjualan

ABSTRAC

Technological developments, especially information technology, forces businesses to engage in business processes in winning customer satisfaction. MAWAR COOPERATION located in Garawangi Village is a Mandiri Business in the form of a house that sells several kinds of household utensils, wet cakes and pastries, but there is no system that can manage the sales so that sales promotion is still done conventionally so much time cost. So in the wake of sales information system with the approach of customer relationship management operational where the design using Data Flow Diagrams (DFD) and applied into the programming language php and mysql as its database. CRM facilities available include: chatting, product promo and point and customer service. By the existence of this system is expected to make it easier for companies to manage goods and sales and improve services to customers so as to maintain the old customers and get new customers to increase corporate profits.

Keywords: customer relationship management implementation on sales

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan teknologi khususnya teknologi informasi memaksa pelaku bisnis untuk melibatkannya dalam proses bisnis dalam memenangkan kepuasan pelanggan.

Semakin ketatnya persaingan bisnis di era globalisasi membuat banyak perusahaan baik dalam skala besar maupun kecil menuntut adanya sebuah strategi pemasaran yang mengacu pada tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas

pelanggan yang berdampak pada *profit* pendapatan suatu usaha.

Implementasi *CRM* diperlukan sebagai strategi pemasaran guna meningkatkan penjualan. *Customer Relationship Management (CRM)* menurut (Buttle,2007) yaitu “*CRM* adalah strategi inti dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi-fungsi *internal* dengan semua jaringan *eksternal* untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para konsumen sasaran secara profitabel”.*CRM Operasional* adalah pandangan untuk memberikan dukungan proses bisnis seperti penjualan, pemasaran, dan staf pelayanan.

KOPERASI MAWAR yang terletak di Desa Garawangi merupakan Usaha Mandiri dalam bentuk sebuah Rumah yang menjual beberapa macam perlengkapan keperluan rumah tangga, kue basah dan kue kering.

Akan tetapi belum adanya sistem yang yang dapat mengelola penjualan peralatan rumah tangga, kue basah dan kue kering sehingga promosi penjualan masih di lakukan secara konvensional, yaitu dilakukan melalui tatap muka antara anggota koperasi ke masyarakat umum. Kebanyakan pelanggan tidak mengetahui tentang perubahan harga dan diskon yang di berikan oleh KOPERASI MAWAR Desa Garawangi karena belum adanya pengelolaan manajemen pelanggan pada KOPERASI MAWAR Desa Garawangi, sehingga strategi penjualan belum optimal (belum adanya sistem yang dapat mempertahankan pelanggan supaya tidak berpaling ke koperasi lain).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji permasalahan tersebut dengan mengambil penelitian dengan judul “**IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA PENJUALAN DI KOPERASI MAWAR GARAWANGI**”

1.1. Identifikasi masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat di identifikasikan beberapa permasalahan yaitu sebagai berikut :

1. Promosi produk masih dilakukan secara konvensional, yaitu di lakukan melalui tatap muka antar anggota koperasi ke masyarakat

umum, sehingga banyak mengeluarkan waktu dan biaya.

2. Pada proses pendaftaran anggota baru masih dilakukan melalui media buku dan calon anggota baru harus datang langsung ke koperasi sehingga membutuhkan waktu yang lama dalam melakukan pengisian atau pencatatan data tersebut.
3. Pengelolaan transaksi penjualan serta pembuatan laporan bulanan masih dilakukan secara manual.
4. Kebanyakan pelanggan tidak mengetahui tentang perubahan harga atau bonus produk yang diberikan oleh KOPERASI MAWAR, dan pelanggan juga kesulitan melakukan komplek, sehingga berdampak pada penjualan.

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, maka perlu adanya batasan masalah sehingga permasalahan yang diteliti dapat terfokus, diantaranya :

1. Aplikasi yang dibangun menggunakan bahasa pemrograman PHP dan *Cascading Style Sheet (CSS)* untuk desain tampilannya dan *MYSQL* sebagai basis datanya.
2. Fasilitas *CRM Operasional* yang dibangun dalam aplikasi yaitu registrasi *member*, fasilitas *testimonials*, fasilitas informasi produk dan point.
3. Transaksi pembayaran di lakukan dengan cara online yang terverifikasi langsung oleh system yang terhubung dengan bank tertentu (simulasi program).
4. Metode pengiriman barang dilakukan dengan menggunakan jasa pengiriman JNE dan TIKI dengan tarif pengiriman sesuai dengan jarak antar kabupaten, kota, dan propinsi.
5. Laporan yang dihasilkan yaitu laporan penjualan, laporan pelanggan dan laporan stok.

1.2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan penelitian ini adalah:

1. Untuk mempermudah proses penjualan pada KOPERASI MAWAR Desa Garawangi.
2. Untuk meningkatkan penjualan serta mempertahankan pelanggan pada KOPERASI MAWAR Desa Garawangi.
3. Untuk mempermudah proses transaksi pembayaran, pemasaran produk, serta pengelolaan laporan bulanan pada KOPERASI MAWAR Desa Garawangi.

1.3 Manfaat Penelitian

Manfaat penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membantu pihak KOPERASI MAWAR Desa Garawangi dalam pengelolaan dan penyimpanan data produk, data pelanggan dan data promosi produk.
2. Meningkatkan daya jual bagi KOPERASI MAWAR Desa Garawangi.
3. Membantu KOPERASI MAWAR dalam menganalisa produk yang laris, produk yang banyak dicari, produk yang kurang di minati.
4. Memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi pembelian produk peralatan rumah tangga, kue kering dan kue basah.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Teknik pengumpulan data

Metode pengumpulan data dapat diperoleh secara langsung dari objek penelitian dan referensi-referensi yang telah diperoleh. Teknik yang digunakan untuk mendapatkan data adalah sebagai berikut :

1. Studi Lapangan

Studi lapangan adalah pengumpulan data yang dilakukan langsung di lokasi penelitian yaitu pada KOPERASI MAWAR Desa

Garawangi. Studi lapangan ini dilakukan dengan dua cara, yaitu:

a) Observasi

Merupakan metode pengumpulan data dengan mengadakan penelitian dan peninjauan langsung pada saat kegiatan penjualan di KOPERASI MAWAR Desa Garawangi.

b) Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan Tanya jawab secara langsung kepada kepala bagian penjualan KOPERASI MAWAR Desa Garawangi, dan masyarakat desa maupun luar desa sebagai pelanggan.

2. Studi literatur

Studi Literatur merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengumpulkan jurnal, *paper* dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

2.2 Metodologi pengembangan sistem

Model pengembangan sistem yang akan digunakan dalam penelitian adalah model *waterfall*, model tersebut merupakan model lama yang bersifat sistematis dalam membangun sebuah *software*.

3. LANDASAN TEORI

3.1 Relationship Management (CRM)

Buttle, Francis. 2009, menyatakan, CRM adalah sebuah strategi organisasi yang berfokus kepada pelanggan dan dipacu oleh pelanggan. Maksudnya, organisasi berkonsentrasi untuk memuaskan keinginan pelanggan dengan mengakses mengenai kebutuhan dari produk dan jasa yang digunakan pelanggan, kemudian menyediakan pelayanan dengan kualitas tinggi dan responsif.

Menurut Kotler dan Armstrong (2013:36) menyatakan bahwa Customer Relationship Management adalah konsep yang paling penting dalam pemasaran modern. Yang dalam arti lebih luas, CRM adalah keseluruhan proses membangun dan memelihara hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan mengantarkan nilai dan kepuasan pelanggan yang unggul.

“CRM adalah kombinasi dari strategi, proses, dan perubahan teknologi, dimana sebuah perusahaan menjadi lebih baik dalam mengatur perusahaan sendiri di sekitar informasi *customer*”. (Hair et al, 2008:6)

Jadi dapat disimpulkan bahwa CRM (*Customer Relationship Management*) adalah sebuah sistem informasi yang terintegrasi yang

digunakan untuk merencanakan, menjadwalkan serta mengendalikan aktivitas-aktivitas penjualan di dalam sebuah organisasi. CRM (*Customer Relationship Management*) meliputi semua aspek yang berhubungan dengan calon pelanggan dan pelanggan saat ini.

3.2 Pengertian Implementasi

Menurut Nurdin Usman (2009:70) “Implementasi adalah bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan atau adanya mekanisme suatu sistem. Implementasi bukan sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan”.

Menurut Hanifah Harsono (2008:67) “Implementasi adalah suatu proses untuk melaksanakan kebijakan menjadi tindakan kebijakan dari politik ke dalam administrasi. Pengembangan kebijakan dalam rangka penyempurnaan suatu program”.

Menurut Guntur Setiawan (2011:39) “Implementasi adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan proses interaksi antara tujuan dan tindakan untuk mencapainya serta memerlukan jaringan pelaksana, dan birokrasi yang efektif”.

Dari pengertian Implementasi yang dikemukakan diatas, maka dapat dikatakan bahwa implementasi yaitu merupakan proses untuk melaksanakan ide, gagasan atau seperangkat aktivitas baru dengan harapan orang lain dapat menerima dan melakukan penyesuaian dalam tubuh organisasi demi terciptanya suatu tujuan yang bisa tercapai dengan jaringan pelaksana yang dapat dipercaya.

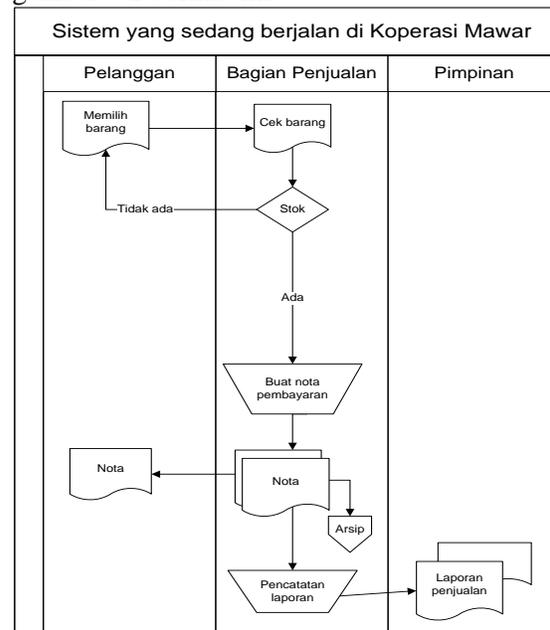
3.3 CRM Operasional

CRM Operasional adalah salah satu jenis CRM yang berfokus pada otomatisasi proses bisnis dalam kaitannya dengan upaya melayani pelanggan. Berbagai aplikasi perangkat lunak CRM memudahkan proses otomatisasi pemasaran (seperti segmentasi pasar, manajemen komunikasi pemasaran, *event-based-marketing*), penjualan (diantaranya lead manajemen, manajemen kontak pelanggan, dan konfigurasi produk), dan fungsi layanan pelanggan (contohnya operasi *callcenter*, *web based service* dan *fieldservice*).

4. ANALISIS DAN PERANCANGAN

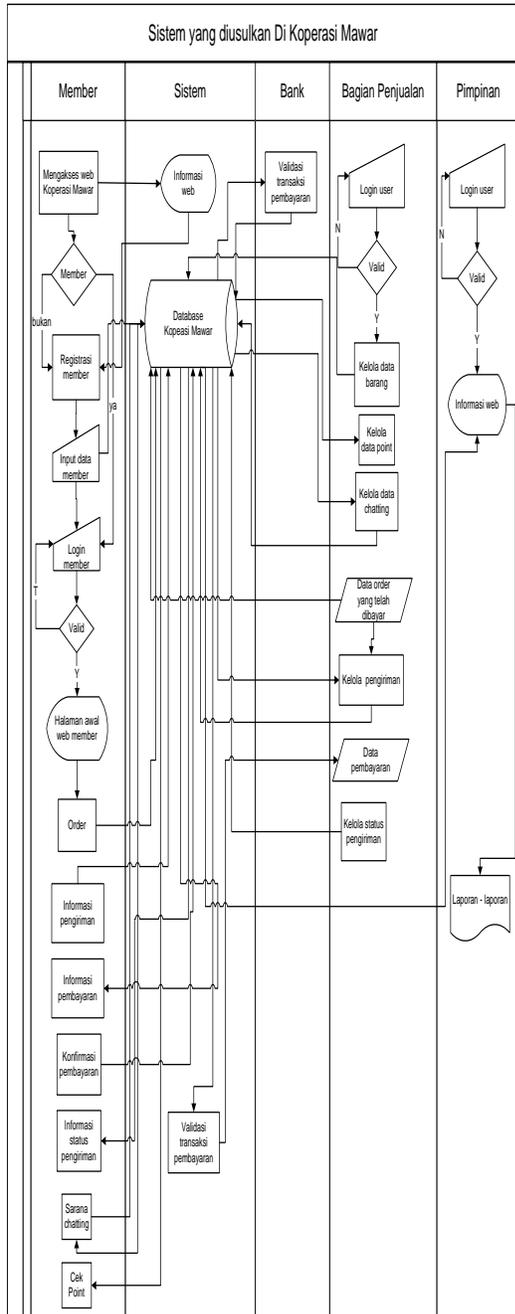
4.1 Analisis Sistem Yang Sedang Berjalan

Pada sistem yang sedang berjalan menunjukkan bahwa pengelolaan data di KOPERASI MAWAR masih dilakukan secara konvensional. Karyawan akan mencatat semua data dalam buku, untuk penjualan peralatan rumah tangga dan kue. Karyawan kemudian mengelola data-data tersebut menjadi laporan. Sistem yang sedang berjalan dapat dilihat pada gambar 3.2 berikut ini.



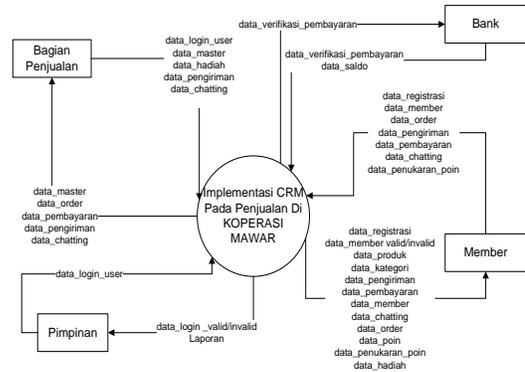
4.2 Analisis Sistem Yang Diusulkan

Dengan dibangunnya sistem baru ini proses penjualan di KOPERASI MAWAR menjadi lebih mudah dan efisien dimana pada proses penjualan dan pembayaran dilakukan secara *online*. Adapun *flowmap* proses penjualan yang diusulkan seperti pada gambar:



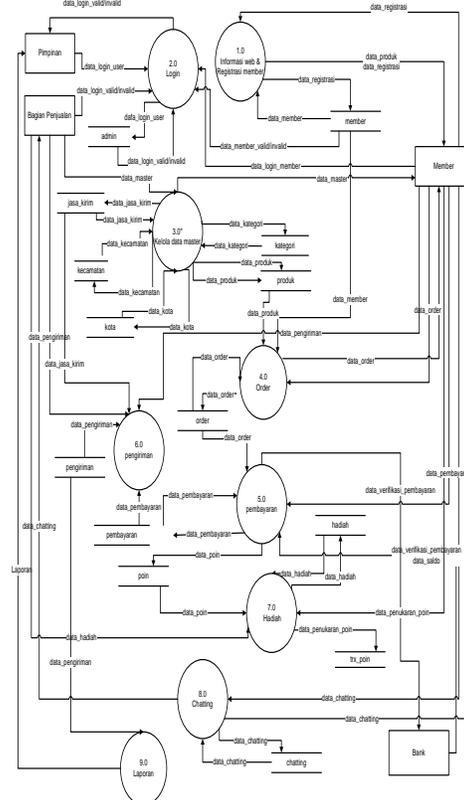
4.3 Diagram Konteks

Diagram konteks merupakan gambaran umum sistem yang akan dibuat dan berisi siapa saja yang memberikan data (*input*) ke sistem serta kepada siapa data informasi itu diberikan (melalui sistem). Berikut adalah gambaran diagram konteks yang akan dibuat :



4.1 Data Flow Diagram (DFD)

Data Flow Diagram dibuat untuk menggambarkan suatu sistem automat / komputerisasi, manual atau golongan dari keduanya, yang penggambarannya disusun dalam bentuk kumpulan komponen sistem yang saling berhubungan sesuai dengan aturan mainnya.



5. IMPLEMENTASI SISTEM

5.1 Form Halaman Home

Pada halaman ini terdapat beranda untuk menampilkan produk yang ditawarkan, kontak ,bantuan ,tentang , chatting, history, transaksi, penukaran poin, pesanan dan keluar.



5.2 Form PembayaranPesanan

Pada halaman ini member melakukan pembayaran sesuai dengan pesanan kemudian akan memilih bank untuk pembayaran.



5.3 Form DaftarTransaksi

Pada halaman ini member dapat melihat transaksi yang telah dilakukan serta status pengiriman barangnya.

No Transaksi	No Pesanan	Total Pembayaran	Tanggal Bayar	Tanggal Kirim	Tanggal Terima	Ops
8/6/201804737343740	8	40.000	2018-02-09	2018-02-09	2018-02-09	✓ Sukses
9/	9	40.000	2018-02-09	2018-02-09	2018-02-09	✓ Sukses
10/	10	100.000	2018-02-09	2018-02-09	2018-02-09	✓ Sukses
14/1747474737434	14	108.000	2018-02-09	2018-02-09	2018-02-09	✓ Sukses
18/1747474737434	18	40.000	2018-02-09	2018-02-09	2018-02-09	✓ Sukses
19/	19	148.000	2018-02-09	2018-02-09	2018-02-09	✓ Sukses
19/	19	40.000	0000-00-00	2018-02-09		✗ Tidak
20/	19	40.000	2018-02-09	2018-02-09		✗ Tidak
21/	20	128.000	0000-00-00			✗ Tidak
22/	21	40.000	0000-00-00			✗ Tidak
23/	22	408.000	0000-00-00			✗ Tidak
24/	23	182.000	2018-02-09			✗ Tidak
25/	24	93.000	0000-00-00			✗ Tidak
26/	25	108.000	2018-02-09			✗ Tidak

5.4 Pengujian Sistem

White box testing adalah pengujian yang didasarkan pada pengecekan terhadap detail perancangan, menggunakan struktur kontrol dari desain program secara prosedural untuk membagi pengujian ke dalam beberapa kasus pengujian. Secara sekilas dapat diambil kesimpulan white box testing merupakan petunjuk untuk mendapatkan program yang benar secara 100%.

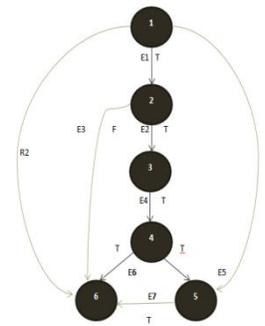
Langkah – langkah pengujian White box testing adalah sebagai berikut :

$$1. V(G) = E - N + 2 \text{ hasilnya sama}$$

$$\text{dengan } V(G) + P + 1$$

2. Flow graph mempunyai region yang sama dengan jumlah $V(G)$ maka sistem dikatan sudah terbukti efektif dan efisien.

Struktur program yang diuji dalam sintaks transaksi.php



1. Keterangan gambar :

Region (R) : 2

Node (N) : 8

Edge (E) : 8

T : True

F : False

2. Perhitungan

$$a. V(G) = E - N + 1$$

Dimana :

$$E = 7$$

$$N = 6$$

$$V(G) = 7 - 6 + 1 \\ = 2$$

b. $V(G) = P = 2$

Dimana :

$$P = 2$$

$$V(G) = 1 + 1 = 2$$

c. *Cyclomatic Complexity*

$$R1, R2 = 2$$

Jadi *Cyclomatic Complexity*
untuk *flow graph* ini = 2

3. Langkah Alur

Path 1 : 1 – 2 – 6

Path 2 : 1 – 2 – 3 – 4 – 5 - 6

Setelah melakukan langkah-langkah diatas dalam melakukan *white box testing*, berikut adalah hasil *white box testing* ada pada tabel 4.3.

6. Kesimpulan

Implementasi *CRM* Pada Koperasi Mawar Dengan Menggunakan PHP Dan Mysql ini berguna untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan karena dengan menggunakan system *CRM* ini maka data akan terolah dengan lebih baik serta informasi mudah untuk disampaikan secara *online* terhadap pelanggan. Adapun beberapa hal yang dapat disimpulkan antara lain :

1. Dalam suatu system ini diperlukan suatu model penjualan yang mempunyai kemudahan dalam transaksi serta model pelayanan yang dapat mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru.
2. System dengan menggunakan metode Metode *CRM* cukup efektif untuk membantu perusahaan yang bergerak dibidang penjualan ini karena efisiensi kegunaan metode yang spesifik dan tersistem dengan baik

7. SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan pada Skripsi diatas, maka penulis mencoba memberikan masukan-masukan atau saran-saran yang dapat dipertimbangkan oleh pihak Koperasi Mawar untuk perbaikan dan pengembangan sistem, diantaranya :

1. Jenis barang atau produk yang disediakan koperasi lebih diperbanyak lagi guna memberikan alternatif pembelian kepada konsumen serta meningkatkan daya jual koperasi .
2. Pembaruan system secara komputerisasi diperlukan agar mempermudah dan mempercepat pekerjaan sehingga dapat menekan biaya operasional
3. Peningkatan tenaga professional sangat diperlukan karena perkembangan dunia bisnis semakin ketat, dimana soft computing dalam pengolahan data akan membuat perusahaan dapat melihat pergerakan pasar secara realtime.

DAFTAR PUSTAKA

Anatasha Onna Carissa, Achmad Fauzi., & Srikandi Kumadji. 2014, "Penerapan *Customer Relationship Managment (CRM)* Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan". Jurnal Administrasi Bisnis <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/602/801>, 23 Februari 2017.

Buttle, Francis. 2007. *Customer Relationship Management* (Manajemen Hubungan Pelanggan). Terjemahan oleh Arief Subiyanto. Malang : Bayu Media Publishing

Moleong, Lexy J. 2000. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya

Sommerfille, Ian. 2011. *Software Engineering* (Rekayasa Perangkat Lunak). Jakarta : Erlangga.

Jurnal Ilmiah Teknologi dan Informasi ASIA (JITIKA) Vol.11, No.1, Februari 2017 ISSN: 0852-730X

Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA) Vol. 23, No.7, Agustus 2015 ISSN :2089-9033

Agus Saputra. 2012. Membuat Aplikasi Absensi Dan Kuesioner untuk Panduan Skripsi. PT. Elex Media Koputindo. Jakarta.8

A. S., Rosa dan Shalahuddin, M. 2013. Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur Dan Berorientasi Objek. Informatika. Bandung.

Buttle, Francis. 2009. *Customer Relationship Management Concepts and Technologies*. Oxford: Elsevier.

Francis Buttle, *Customer Relationship Management* (Manajemen Hubungan Pelanggan), Concepts and Tools, Elsier Ltd. 2009. Dialihbahasakan oleh Arief Subiyanto, Bayumedia Publishing, 2007.

Freddy Rangkuti. 2009. Strategi Promosi yang Kreatif. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Hair, Joseph F et al. 2008. *MultiVariate Data Analysis*. Fifth Edition. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta

Harsono, Hanifah. (2008). Implementasi Kebijakan dan Politik. Bandung: PT. Mutiara Sumber Widya

Jogiyanto, 2010. Analisis dan Desain Sistem Informasi, Edisi IV, Andi Offset, Yogyakarta.8

Madcoms, Litbang. 2011. Aplikasi Web Database dengan Dreamweaver dan php-MySQL. Yogyakarta: Andi.8

Pressman, R.S. (2011), *Software Engineering : a practitioner's approach*, McGraw-Hill, New York, 68.

Setiawan, Guntur. (2011). Implementasi Dalam Birokrasi Pembangunan. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.

Tata Sutabri. 2012. Analisis Sistem Informasi. Andi. Yogyakarta

Usman, Nurdin. (2009). Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum. Jakarta : PT. Raja rafindo Persada.

Laudon, (2012) *Implementasi Kebijakan dan Politik*. Jakarta: Grafindo Jaya, 2002

Dr. Yevis Marty Oesman, SE, M.P (2010:15). *Implementasi CRM Dalam Birokrasi Pembangunan*. Bandung : Remaja Rosdakarya Offset.

Lany sulitiyowati (2010:270) *Sistem Akuntansi Perusahaan Dagang*, Edisi ke-dua, Penerbit Grasindo, Jakarta

Andri Kristanto, (2010:29), *Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya*, Penerbit : Gava Media, Jakarta. 9

Riyanto 2010:1 H.M., Jogianto (2005). *Analisa dan Design Sistem Informasi*, Andi Offset: Yogyakarta.

Sibero (2011:11). *Membuat Aplikasi Web dengan PHP + Database MySQL*. Andi. Yogyakarta

Bunafit nugroho 2012. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Graha Ilmu. Yogyakarta.

AnggitaS, Ardhisn (2008:15) *implementasi dan jenis-jenis CRM* Bandung: Refika Aditama.