

PENERAPAN STRATEGI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* PADA PENJUALAN KERAJINAN TANGAN

Zulika Maduri¹, Jeperson Hutahaean^{2*}, Sri Rezki Maulina Azmi³

¹Sistem Informasi, STMIK Royal Kisaran

³Manajemen Informatika, STMIK Royal Kisaran

**email: jepersonhutahaean@royal.ac.id*

Abstract: This research aims to manage sales data of various handicraft products online and improve customer service at Fahraz Glass Store using Customer Relationship Management (CRM) method. The research method used in this research is qualitative method. The application is built using php programming language and Mysql database. The implementation of Customer Relationship Management method at Fahraz Glass Store makes it easy for customers to get the latest product information and make product purchase transactions quickly. In addition, with the facilities of comments, customers can do product testimonials, submit questions, criticisms and suggestions and get answers directly from the admin so as to improve service to customers.

Keywords: Customer Relationship Management, Handicraft Products, Member

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengelola data penjualan berbagai macam produk kerajinan tangan secara online dan meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan pada Toko Glass Fahraz menggunakan metode Customer Relationship Management (CRM). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Aplikasi dibangun menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database Mysql. Hasil implementasi penerapan metode Customer Relationship Management pada Toko Glass Fahraz memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk mendapatkan informasi produk terbaru dan melakukan transaksi pembelian produk secara cepat. Selain itu dengan adanya fasilitas komentar maka pelanggan dapat melakukan testimoni produk, menyampaikan pertanyaan, kritik maupun saran dan memperoleh jawaban langsung dari admin sehingga dapat meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan.

Kata Kunci: Customer Relationship Management, Kerajinan Tangan, Pelanggan

PENDAHULUAN

Kehadiran internet mengubah cara-cara perusahaan dalam menghubungkan dirinya dengan pelanggan mereka. Pelanggan biasanya membuka *website* perusahaan untuk melihat informasi produk yang ditawarkan. Selanjutnya pelanggan akan melakukan transaksi pembelian produk secara *online*. Untuk itu, perusahaan harus lebih inovatif dan kreatif dalam menjalankan proses bisnisnya, serta perlu adanya suatu

strategi khusus untuk mendapatkan pelanggan baru maupun mempertahankan pelanggan lama.

Penelitian ini dilakukan pada Toko Glass Fahraz yang berlokasi di daerah Tanjung Balai. Toko Glass Fahraz merupakan toko yang menjual berbagai macam produk kerajinan tangan yang terbuat dari kerang dan siput, yang tentu saja hal tersebut terkait dengan ciri khas kota Tanjungbalai yang terkenal sebagai kota kerang. Produk kerajinan tangan yang dijual pada Toko Glass Fahraz banyak disenangi oleh masyarakatsekitar Tanjung balai khususnya Pematang Pasir.

Namun, saat ini Toko Glass Fahraz belum memiliki strategi khusus dalam penjualan produk dan pelayanan terhadap pelanggan. Penjualan produk kerajinan tangandilakukan dengan cara memajang produk pada toko. Pelanggan harus datang ke Toko untuk melakukan pembelian produk. Transaksi dilakukan dengan mencatat data pembelian produk pada nota pembelian, kemudian secara berkala nota tersebut akan direkap untuk pembuatan laporan. Selain itu, proses pemasaran produk hanya disampaikan dari mulut ke mulut, sehingga area pemasaran produk yang dijual terbatas.

Untuk itu perlu dilakukan perbaikan terhadap sistem yang sedang berjalan di Toko Glass Fahraz agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan menerapkan metode *Customer Relationship Management* (CRM). CRM merupakan suatu strategi perusahaan yang digunakan untuk memanjakan pelanggan agar tidak berpaling kepada pesaing [1]. CRM merupakan sebuah filosofi bisnis yang menggambarkan suatu strategi penempatan client sebagai pusat proses, aktivitas dan budaya [2]. CRM merupakan usaha yang melibatkan semua sumber daya perusahaan dalam menjalin, mengelola, dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan yang ada, serta mengetahui apa yang menjadi minat pelanggan [3]. CRM mampu menghasilkan suatu strategi yang lebih baik dengan cara mengimplementasikan suatu produk teknologi komunikasi informasi yang dapat membantu usaha ini menjadi lebih efektif dalam meningkatkan layanan *marketing* dan *customer support* [4].

METODE

Kerangka kerja penelitian digunakan dengan tujuan mempermudah dalam melaksnakan penelitian ini. Adapun kerangka kerja penelitian adalah : (1) Identifikasi Masalah, Menentukan judul dan melakukan identifikasi permasalahan yang ada., (2) Studi literatur, Untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi di Toko Glass Fahraz maka dilakukan pencarian literatur yang diperoleh dari berbagai sumber seperti buku dan jurnal yang berkaitan dengan penerapan metode CRM pada strategi pemasaran penjualan dan pelayanan terhadap pelanggan., (3) Pengumpulan Data, Pengumpulan data yang digunakan sebagai bahan pendukung dalam penelitian ini yaitu dengan cara melakukan observasi dan wawancara yang dilakukan di Toko Glass Fahraz sehingga memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan., (4) Pendekatan Metode, Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Customer Relationship Management.*, (5) Perancangan Sistem, Perancangan Sistem pemodelan data menggunakan *flowmap*, UML. Kemudian dilakukan perancangan *database* dan *user interface.*, (6) Pengujian Sistem, Pengujian dilakukan untuk menilai apakah yang telah

dirancang tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan. Pengujian yang dilakukan terhadap sistem yaitu menggunakan metode *Black Box*, (7) Implementasi Sistem, Implementasi sistem dilakukan dengan penerjemahan hasil dari analisis dan perancangan kedalam bahasa pemrograman. Kemudian menerapkan sistem tersebut.

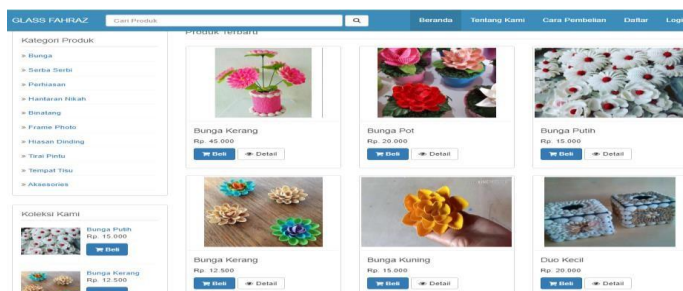
HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Metode *Customer Relationship Management* (CRM) dalam penjualankerajinan tangan pada Toko Glass Fahraz dapat memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi karena dapat membantu dalam pemasaran penjualan kerang, menjaga hubungan dengan pelanggan, meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan, serta memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam melakukan transaksi pembelian. Implementasi sistem ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu implementasi antarmuka konsumen, *member* dan admin.

Implementasi antarmuka konsumen terdiri dari beberapa menu antara lain beranda, tentang kami, cara pembelian, daftar, login. Implementasi antarmuka member terdiri dari menu yang sama dengan konsumen, ditambah dengan *member* bisa melakukan pembelian barang, konfirmasi pembayaran dan memberikan komentar terhadap produk. Berikut adalah tampilan implementasi antarmuka konsumen dan *member*.

Tampilan Halaman beranda

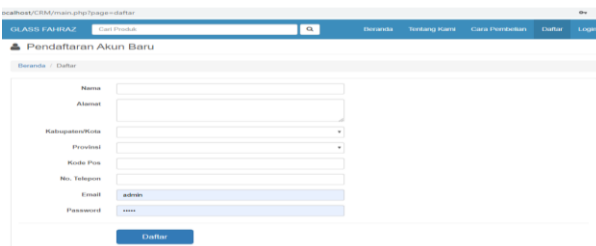
Halaman beranda merupakan halaman awal yang dijumpai setelah konsumen masuk ke dalam *website* Toko Glass Fahraz.



Gambar 1. Halaman Beranda

Halaman Daftar

Pada saat konsumen hendak melakukan pembelian produk maka konsumen harus melakukan pendaftaran akun terlebih dahulu.

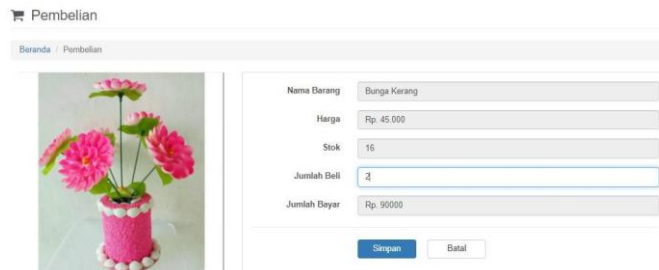


Gambar 2 Halaman Daftar *Member*

Halaman Pembelian Produk Member

Setelah *login* ke dalam sistem, maka akan ditampilkan halaman beranda *member*

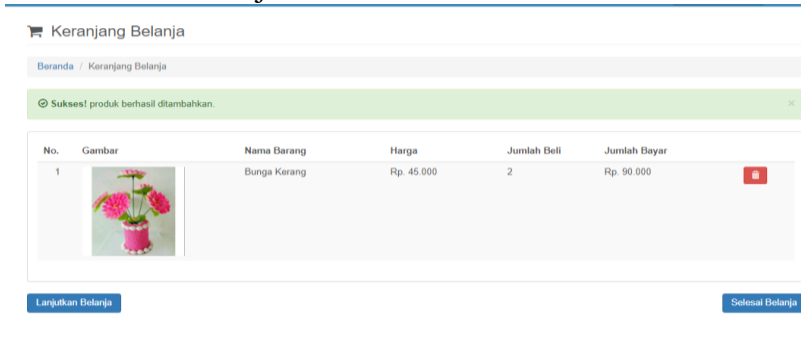
dimana *member* bisa melakukan pembelian produk.



Gambar 3 Halaman Pembelian Produk *Member*

Tampilan Halaman Keranjang Belanja *Member*

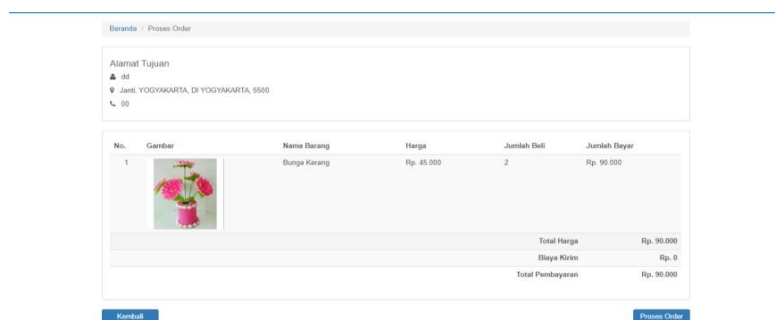
Setelah selesai mengisi jumlah produk yang akan dibeli, selanjutnya tekan tombol simpan maka akan ditampilkan halaman keranjang belanja *member*. Jika *member* belum selesai belanja maka klik tombol lanjutkan belanja, jika *member* sudah selesai klik tombol selesai belanja.



Gambar 4. Halaman Keranjang Belanja *Member*

Tampilan Halaman Proses Order *Member*

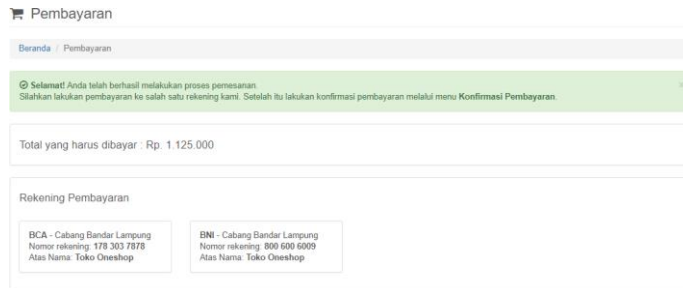
Selanjutnya sistem akan menampilkan halaman proses order yang telah dilakukan *member*. Klik tombol proses order untuk melakukan pemesanan produk.



Gambar 5. Halaman Keranjang Belanja *Member*

Tampilan Halaman Pembayaran

Kemudian akan ditampilkan halaman untuk melakukan pembayaran dengan caratransfer melalui rekening yang sudah tertera dihalaman pembayaran.



Gambar 6. Halaman Pembayaran

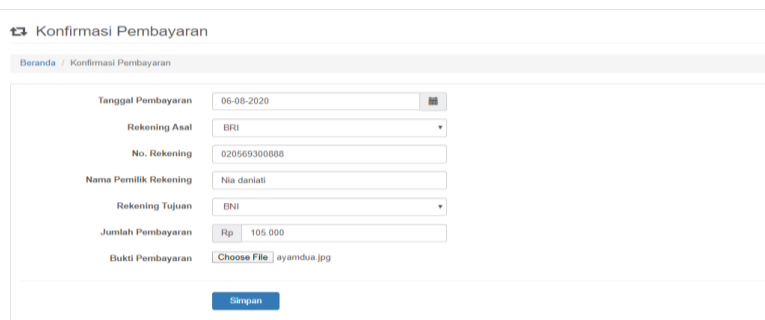
Tampilan Halaman Konfirmasi Pembayaran

Setelah member melakukan pembayaran selanjutnya klik sub menu pembelian dan pilih konfirmasi pembayaran.



Gambar 7. Halaman Pilih Konfirmasi

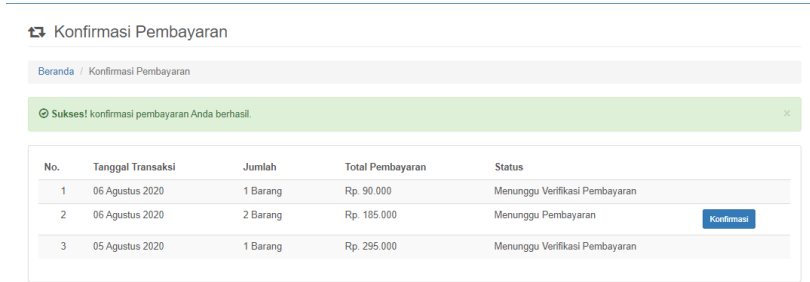
Setelah di klik tombol konfirmasi selanjutnya sistem akan menampilkan *form* untuk melakukan konfirmasi pembayaran.



Gambar 8. Halaman Konfirmasi Pembayaran

Tampilan halamans status Pembayaran diterima

Selanjutnya ada pesan konfirmasi pembayaran berhasil ditampilkan. *Member* menunggu admin menerima status pembayaran. Setelah admin menerima status pembayaran maka status akan berubah dari menunggu menjadi pembayaran diterima.



Gambar 9. Halaman Konfirmasi Pembayaran

Tampilan halaman Komentar

Member bisa memberikan komentar atau testimoni terhadap produk yang sudah di beli dan pelayanan dari Toko Mode Fashion terhadap member. Selanjutnya admin akan membalas komentar tersebut dan muncul dihalaman publik.



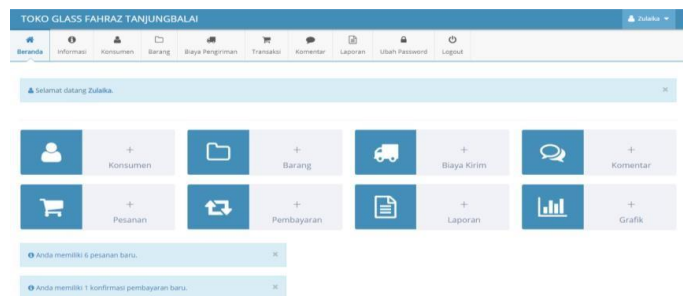
Gambar 10. Halaman Komentar

Implementasi antarmuka admin terdiri dari beranda, informasi, konsumen, barang, biaya pengiriman, transaksi, komentar, laporan, ubah password dan logout.

Berikut adalah tampilan implementasi antar muka admin.

Tampilan Halaman Beranda Admin

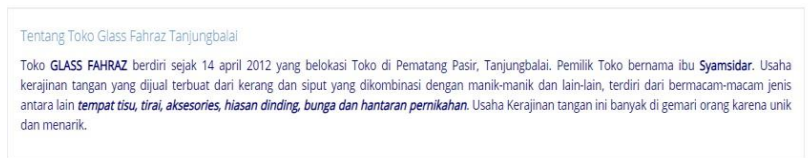
Halaman beranda merupakan halaman awal setelah admin memasuki website Toko Glass Fahraz, tampilan halaman beranda admin dapat dilihat pada gambar berikut:



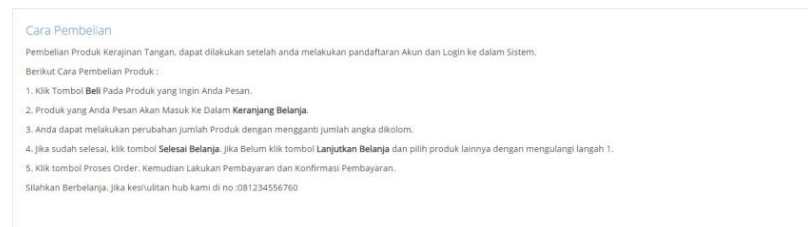
Gambar 11. Tampilan Halaman Beranda Admin

Tampilan Halaman Informasi

Pada menu informasi terdapat dua sub menu yaitu tentang kami dan cara pembelian. Tentang kami berisi profil Toko Glass Fahraz Tanjung balai, sedangkan menu cara pembelian merupakan halaman petunjuk cara melakukan pembelian produk. Pada halaman ini admin dapat melakukan pengelolaan data yaitu ubah data.



Gambar 12. Tampilan Halaman Informasi



Gambar 13. Tampilan Halaman Cara Pembelian

Tampilan Halaman Konsumen

Pada menu konsumen terdapat data semua konsumen yang sudah melakukan pendaftaran sebagai *member* pada *website* Toko Glass Fahraz. Admin dapat melihat semua data *member* tersebut.

No.	Nama konsumen	Alamat	Telepon	Email	Tanggal Daftar
1	saya	jakarta barat, JAKARTA BARAT, DKI JAKARTA, Kode Pos 2333	22	saya@gmail.com	06-08-2020
2	ff	ff, ACEH BESAR, BANTEN, Kode Pos 0	0	ff@gmail.com	05-08-2020
3	dd	Janti, YOGYAKARTA, DI YOGYAKARTA, Kode Pos 5500	00	dd@gmail.com	05-08-2020
4	mia	kisaran, YOGYAKARTA, DI YOGYAKARTA, Kode Pos 55000	081234345121	mia@gmail.com	29-07-2020

Gambar 14. Tampilan Halaman Cara Konsumen

Tampilan Halaman Barang

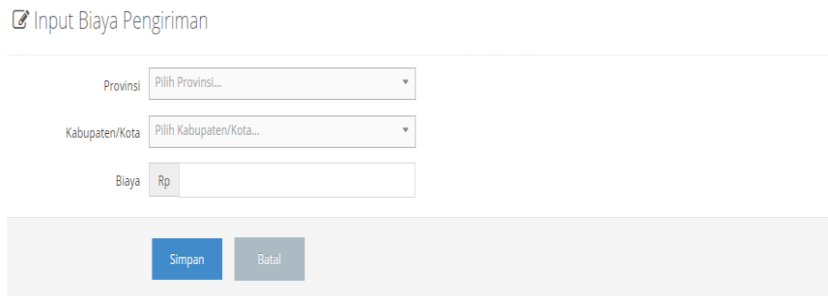
Pada menu barang terdapat dua sub menu yaitu produk dan kategori produk. Pada halaman ini admin dapat melakukan pengelolaan data produk yaitu tambah, ubah dan hapus produk maupun kategori produk sekaligus proses pencarian data.

No.	Gambar	Nama Barang	Harga	Stok	Tanggal Masuk
1		Bunga Kerang	Rp. 45.000	14	10-04-2020
2		Bunga Pot	Rp. 20.000	6	21-09-2019

Gambar 15. Tampilan Halaman Barang

Tampilan Halaman Biaya Pengiriman

Pada menu biaya pengiriman, admin dapat melakukan pengelolaan data biaya pengiriman, seperti menambah, mengubah maupun menghapus data biaya pengiriman.



Gambar 16. Tampilan Halaman Biaya Pengiriman

Tampilan Halaman Transaksi

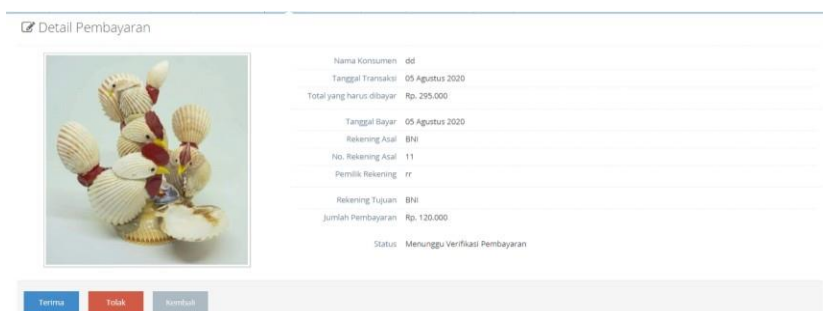
Pada menu transaksi, terdapat dua sub menu yaitu pesanan dan konfirmasi pembayaran. Admin dapat melihat data pesanan/order yang telah dilakukan *member*.



No.	Tanggal Transaksi	Konsumen	Jumlah	Total Pembayaran	Status
1	06 Agustus 2020	dd	1 barang	Rp. 90.000	Proses Pengiriman
2	06 Agustus 2020	saya	2 barang	Rp. 102.500	Transaksi Selesai
3	06 Agustus 2020	dd	2 barang	Rp. 185.000	Menunggu Pembayaran
4	05 Agustus 2020	dd	1 barang	Rp. 295.000	Menunggu Verifikasi Pembayaran
5	05 Agustus 2020	mia	1 barang	Rp. 120.000	Menunggu Pembayaran
6	05 Agustus 2020	mia	1 barang	Rp. 135.000	Transaksi Selesai

Gambar 17. Tampilan Halaman Transaksi

Selanjutnya dari halaman transaksi, admin memilih konfirmasi pembayaran. Admin memverifikasi status pembayaran dengan menekan tombol Terima.



Gambar 18. Tampilan Halaman Konfirmasi Pembayaran

Tampilan Halaman Komentar

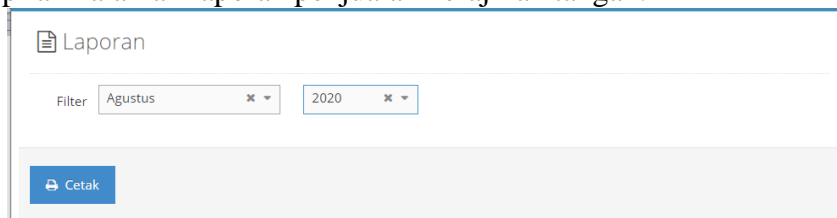
Pada halaman komentar, admin dapat melihat komentar yang diberikan oleh *member* dan membalas komentar tersebut.

No.	Barang	Nama	Email	Komentar	Tanggal
1	Bunga Kerang	saya	saya@gmail.com	terimakasih, pengiriman baik, packing barang rapi	06-08-2020 10:38:00
2	Bunga Kerang	mia	mia@gmail.com	Produk bagus, pengiriman cepat, terimakasih...	04-08-2020 23:33:15

Gambar 19. Tampilan Halaman Halaman Komentar

Tampilan Halaman Laporan

Pada halaman laporan, terdapat dua sub menu yaitu laporan dan grafik. Berikut tampilan halaman laporan penjualan kerajinan tangan:



Gambar 20. Tampilan Halaman Laporan

Admin dapat memilih grafik dan melihat grafik penjualan kerajinan tangan. Berikut tampilan grafik penjualan kerajinan tangan.



Gambar 21. Tampilan Halaman Grafik

SIMPULAN

Berdasarkan implementasi dan pengujian yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan : (1) Penerapan metode *Customer Relationship Management* (CRM) dalam sistem informasi penjualan pada Toko Glass Fahraz dapat memberikan informasi produk terbaru, diskon dan penawaran lainnya serta memberikan fasilitas komentar bagi pelanggan., (2) Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) dalam sistem informasi penjualan kerajinan tangan pada Toko Glass Fahraz dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk melakukan transaksi pembelian produk secara *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Carissa, O. A., Fauzi, A., & Kumadji, S. 2014. “Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Bandung Sport Distro Malang)”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.15, No.1, h.1-11 (Online).
- [2] Fardhani, K. F., Rachmawati, I., & Prabowo, F. S. 2016. Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan English First Samarinda The Effect Of Customer Relationship Management (CRM) On Customer ' S Loyalty Of English First Samarinda. *E-Proceeding Of Management*, 3(2), 986–989
- [3] Malawat, S.M., Harwini, D., Mulyani, N., Hutahaean, J. 2018. "E-Commerce Penjualan Menggunakan metode Customer Relationship Management(CRM)". *Jurnal Mantik Penusa* Vol. 2, No. 2 Desember 2018, pp. 98-104.
- [4] Rosinta, E., Hasibuan, D. 2018. "Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada Aplikasi Penjualan Berbasis Web PT. Buana Telekomindo". *Jurnal TIMES* Volume VII No 1, Juni 2018 hal. 8 – 14