

PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA PENJUALAN TAS TOKO VANIASHOP BERBASIS WEB

Heru Saputro, Nia Zuliyana

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara
herusaputro@unisnu.ac.id, zuliyania@unisnu.ac.id

Abstract

Kudus Regency is known as kretek city which is one of the regencies in Central Java province. Apart from being a city of clove, there are also religious tourism to culinary tourism as well as creative industries making bags that are sold in stores. Micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Kudus have sprung up because of the potential that can bring benefits. Various kinds of information and technology are growing rapidly, especially for business activities, industry and others. Therefore, online marketing and direct communication are needed. Online marketing is used to support consumers and sellers in the process of buying and selling transactions, promotions, customer loyalty, and communication so that it can be established in realtime and not limited by time and distance, by utilizing an internet connection. With online marketing, customers do not have to come to the store and make payments on the spot, so it requires a process that requires a lot of time. The research objective is to build an online marketing system with Customer Relationship Management. The model used for the development of online marketing is a waterfall model whose scope starts from analysis to maintenance. So with online marketing with Customer Relationship Management, consumers are expected to easily use it.

Keywords: *Customer, Relationship, Management, buying, selling*

Abstrak

Kabupaten Kudus dikenal sebagai kota kretek yang merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah. Selain sebagai kota kretek, terdapat juga wisata religi hingga wisata kuliner maupun industri kreatif pembuatan tas yang dijual ditoko. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kudus banyak bermunculan karena adanya potensi yang bisa mendatangkan keuntungan. Berbagai macam informasi dan teknologi semakin berkembang pesat terutama untuk kegiatan bisnis, industri maupun lainnya. Oleh karena itu, diperlukan adanya online marketing serta komunikasi secara langsung. Online marketing digunakan untuk mendukung konsumen dan penjual dalam proses transaksi jual beli, promosi, loyalitas konsumen, serta komunikasi sehingga bisa terjalin secara realtime dan tidak terbatas waktu dan jarak, dengan memanfaatkan koneksi internet. Dengan adanya online marketing maka konsumen tidak harus datang ke toko serta melakukan pembayaran di tempat, sehingga membutuhkan proses yang membutuhkan banyak waktu. Tujuan penelitian membangun sistem online marketing dengan Customer Relationship Management. Model yang digunakan untuk pengembangan online marketing ini dengan model waterfall yang cakupannya mulai dari analisis, sampai perawatan. Jadi dengan adanya online marketing dengan Customer Relationship Management diharapkan konsumen dengan mudah memanfaatkannya.

Kata kunci: Customer, Relationship, Management, jual, beli

PENDAHULUAN

Kota Kudus terkenal sebagai kota kretek yang merupakan bagian dari provinsi Jawa Tengah. Menurut informasi dari Badan Pusat Statistik kota Kudus luasnya mencapai 425,6 Km² dengan jumlah 9 kecamatan dan 124 desa. Selain sebagai kota kretek, ada juga wisata religi hingga wisata kuliner maupun industri kreatif pembuatan tas yang dijual di toko. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kudus banyak bermunculan karena adanya potensi yang bisa mendatangkan keuntungan. Mayoritas pelaku UMKM khususnya penjual produk tas belum memiliki web penjualan produk secara online. Pemanfaatan teknologi ialah pemecahan periset buat menanggulangi perihal tersebut, yakni membangun web penjualan online berbasis CRM dengan tujuan bisa dimanfaatkan UMKM eksklusifnya penjual tas dan selaku brand buat mempermudah pembeli ataupun pengunjung memperoleh data yang akurat serta realtime khususnya buat tingkatan pelayanan ke pelanggan yang baik.

Ketentuan minimum pemakaian web penjualan tas ini yaitu hanya membutuhkan koneksi internet serta aplikasi web browser salah satunya google chrome. Website ini mudah digunakan dengan perangkat mobile karena dari bentuk *interface* pengguna bisa mengakses dengan mudah dan nyaman.

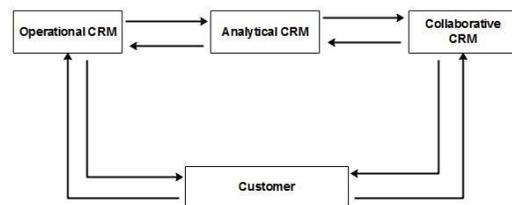
Penelitian ini membahas tentang Penerapan Customer Relationship Management Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Penjualan Tas Toko Vaniashop Berbasis Web dengan tujuan pemasaran produk, transaksi penjualan sehingga dapat berjalan efektif dengan tujuan meningkatkan hubungan bisnis.

TINJAUAN PUSTAKA

Sistem adalah sekelompok bagian yang berhubungan dan mempengaruhi didalam satu lingkungan tertentu (Arquitectura *et al.*, 2015). Manajemen adalah bagaimana

sebuah aktivitas dapat berjalan teratur berdasar prosedur serta proses (Arquitectura *et al.*, 2015). Data merupakan hasil suatu proses informasi yang didapatkan dari sistem tersebut jadi suatu wujud yang gampang dimengerti serta diperlukan uraian kenyataan yang ada (Arquitectura *et al.*, 2015). Pelanggan adalah semua orang yang menuntu perusahaan guna memenuhi standar kualitas tertentu, serta memberi pengaruh kinerja perusahaan (Arquitectura *et al.*, 2015). Kepuasan Pelanggan yaitu tanggapan atas terpenuhinya kebutuhannya (Arquitectura *et al.*, 2015). Loyalitas adalah sebuah konsep subyektif, yang baik untuk didefinisikan pelanggan sendiri antara lain waktu, dan hubungan pelanggan dengan perusahaan (Arquitectura *et al.*, 2015). Definisi Customer Relationship Management (CRM) adalah suatu filosofi pemasaran yang menempatkan pelanggan sebagai sasaran utama (Arquitectura *et al.*, 2015). Sedangkan kerangka komponen CRM dikelompokkan jadi tiga (Dyantina *et al.*, 2012):

1. Operasional CRM
2. Analitikal CRM
3. Collaborative CRM



Gambar 1. Kerangka Customer Relationship Management (CRM)

Fase CRM (Arquitectura *et al.*, 2015)

Terdapat tiga fase, antara lain :

1. Mendapatkan pelanggan baru
2. Meningkatkan kemampuan untuk mendapatkan keuntungan dari pelanggan.
3. Mempertahankan pelanggan yang telah menguntungkan kelangsungan hidup.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data sekunder sebagai sumber data utama. Data sekunder yaitu sebuah data yang sudah diolah dari sebuah data primer dan nantinya disajikan dengan baik (Amrin, 2016).

Pengumpulan Data

Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah sebuah cara pengumpulan data dengan menggunakan dokumen yang berkaitan dengan data atau penelitian tentang variabel atau hal-hal berupa transkrip, catatan, legger, notulen, rapat agenda dan lain-lain. (Wardana, 2015)

Penelusuran Data

Teknik dokumentasi dipakai guna untuk mengumpulkan data. Dokumentasi yaitu suatu cara pengumpulan informasi dengan memakai dokumen yang berhubungan dengan riset. Informasi yang diperlukan dalam dokumentasi ini merupakan hal-hal ataupun variabel berbentuk catatan, transkrip, novel, pesan berita, dan lain sebagainya (Wardana, 2015).

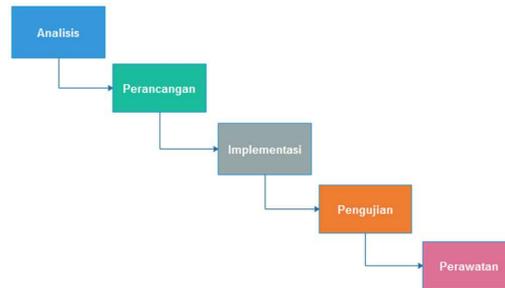
Kuesioner

Kuesioner ialah metode pengumpulan informasi yang dicoba dengan mengadakan komunikasi dengan sumber informasi. Teknik pengumpulan data ini dilakukan setelah tahap perancangan website selesai. Tekniknya berupa daftar pertanyaan kuesioner yang disebarkan kepada responden tentang pengaruh profesional auditor (Risanty & Sopiyan, 2017).

Data observasi dari hasil non participant observasi diperoleh langsung dengan tahap wawancara ke pihak produksi maupun penjual tas vaniashop serta mencari arsip ke Dinas Perindustrian Serta Perdagangan Kudus.

Model yang digunakan buat meningkatkan website ini adalah website berbasis php dan mysql. Dengan terdapatnya

ambahan aplikasi mylivechat, memakai model waterfall pada Gambar 2 dan fitur CRM yang diimplementasikan pada websitenya dengan tujuan menciptakan web yang bisa menaikkan pelayanan ke pelanggan (Khambali *et al.*, 2017).



Gambar 2. Tahapan model waterfall

Sebagian tahapan bentuk desain waterfall didalam pengembangan sistem yang hendak dibuat meliputi:

- a. Analisis
Tahap ini melakukan analisa kepada objek penelitian. Dengan tujuan menganalisa kebutuhan informasi dan data, serta kebutuhan sistem.
- b. Perancangan
Tahap ini merupakan inti dari proses perancangan. Perihal ini dicoba guna menyusun web dengan CRM Implementasi Sesi ini menggambarkan penyelesaian bentuk desain sebuah sistem yang sudah dirancang.
- c. Implementasi
Tahap ini merupakan penyelesaian bentuk desain dari sistem yang sudah dirancang. Dengan tujuan desain sistem telah berakhir dirancang.
- d. Pengujian
Sesi ini dicoba pengujian oleh sebagian sample user terhadap web dengan tujuan web berjalan mudah.
- e. Perawatan
Tahap ini adalah melakukan update data tiap waktu setelah website publish, serta

melakukan perbaikan jika ada masalah dengan websitenya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan Aplikasi

Perancangan website ini diberi nama website vania-shop dengan fasilitas mylivechat menggunakan CRM dengan model waterfall yaitu dengan tahapan analisis, perancangan, implementasi, pengujian, perawatan. Pelaksanaan keseluruhan prosedur secara terperinci sebagai berikut :

Requirement Gathering

Website ini difungsikan untuk user atau pembeli sebagian besar tidak mengetahui tentang adanya penjualan tas yang diproduksi UMKM Kudus

Analisis

a. Analisis kebutuhan Informasi serta data

Menganalisa kebutuhan informasi serta data dari pengolah informasi yang telah terdapat, dan kebutuhan aplikasi yang dipakai dalam pembuatan model dan sistem.

b. Analisis kebutuhan perlengkapan alat serta bahan

Beberapa bagian hardware serta aplikasi yang dipakai dalam membangun web yaitu laptop serta program php untuk pembuatan websitenya.

Spesifikasi minimal hardware sebagai berikut :

- 1) Processor : intel(R) core(TM) i3 CPU 2.4GHz
- 2) Memory : 4096MB RAM
- 3) Hardisk : 250GB

Spesifikasi *software* yang digunakan antara lain:

- 1) Windows 8 64 bit
- 2) Xampp 7.2.8
- 3) Web Browser Mozilla
- 4) Adobe Photoshop CS3
- 5) Adobe dreamweaver CS3
- 6) Sublime Text 3

File tambahan yang dibutuhkan untuk menjalankan website vania-shop yaitu:

- 1) Data informasi produk tas

- 2) Data pemilik toko tas vania-shop (admin)
- 3) Data pembeli
- c. Analisis kebutuhan fungsionalitas sistem
Kebutuhan yang disediakan website vania-shop bagi pengguna(*user*) antara lain :
 - 1) Pengguna dapat informasi terhadap produk maupun langkah-langkah pembelian
 - 2) Pengguna dapat memberi komentarnya terhadap website
 - 3) Pengguna dapat melakukan komunikasi lewat *chat* dengan pemilik toko vania-shop (admin)
- d. Analisis kebutuhan non fungsionalitas sistem

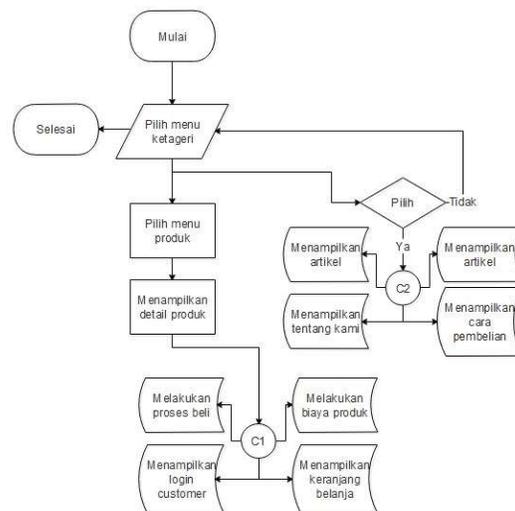
Analisa ini ialah kebutuhan tidak langsung yang berhubungan dengan spesifikasi sistem, antara lain:

- 1) Web hendak berjalan maksimal jika dijalankan pada laptop minimal ada aplikasi webbrowser google chrome
- 2) Website ini juga responsive jika dibuka dengan handphone dengan syarat terkoneksi internet serta terinstal webbrowser google chrome.

Desain

a. Deskripsi sistem

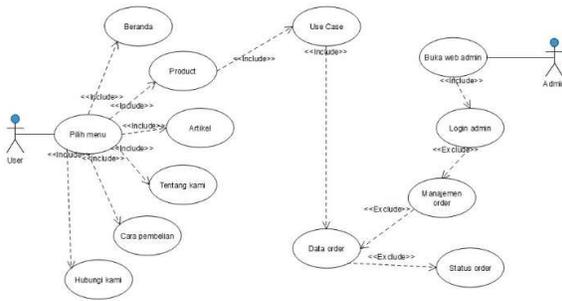
Deskripsi sistem website vania-shop dapat dijelaskan pada Gambar 3.



Gambar 3. Deskripsi sistem

b. Use case diagram

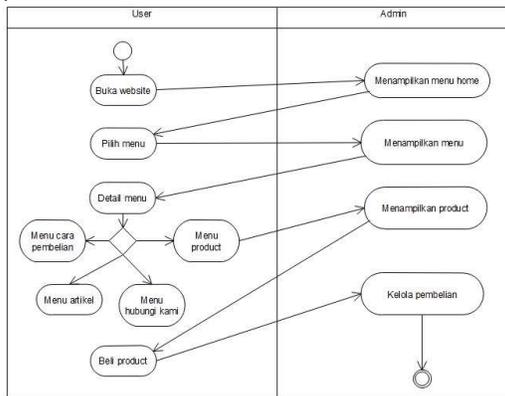
Use case diagram menunjukkan adanya hubungan antara sistem dengan user, yang mana user sebagai pengguna sedangkan sistem sebagai website vania-shop. Use case dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Use case diagram

c. Activity diagram

Activity diagram menjelaskan user dalam mengakses website vania-shop, yang nantinya akan menampilkan menu beranda, product, artikel, tentang kami, cara pembelian, hubungi kami. Activity diagram dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Activity diagram

d. Interfaces (Perancangan antar muka)

Dalam melakukan perancangan tampilan website dilakukan sebelum tahap implementasi diterapkan agar hasilnya nanti maksimal. Rancangan tampilan website terdiri dari halaman menu : beranda, produk, artikel, tentang kami, cara pembelian dan hubungi kami.

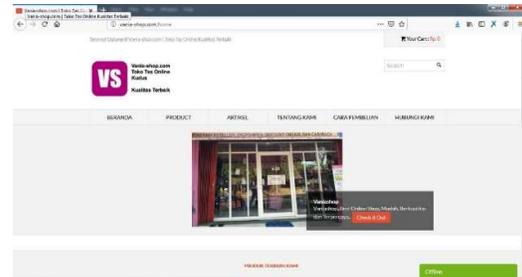
Pengembangan

a. Implementasi Sistem

Tampilan implementasi website saat dibuka dengan laptop secara langsung menggunakan laptop Lenovo AMD A8 G40.

1) Halaman beranda

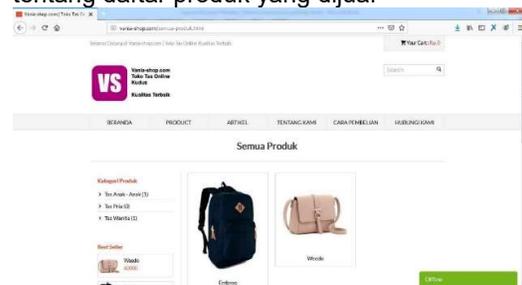
Halaman beranda menampilkan website pertama kali diakses.



Gambar 6. Halaman beranda

2) Halaman produk

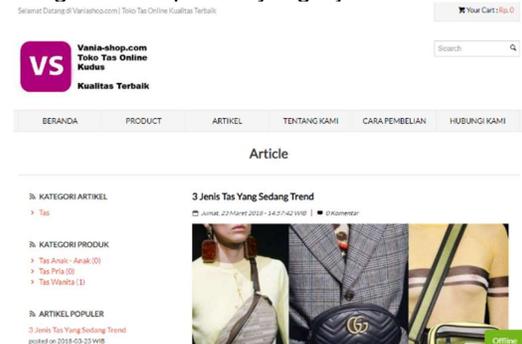
Halaman produk menginformasikan tentang daftar produk yang dijual



Gambar 7. Halaman produk

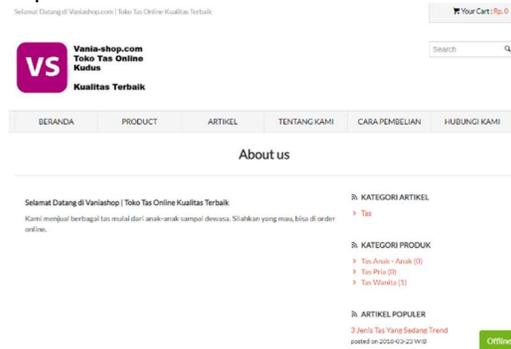
3) Halaman artikel

Halaman artikel menginformasikan tentang artikel-artikel yang berhubungan dengan daftar produk yang dijual.



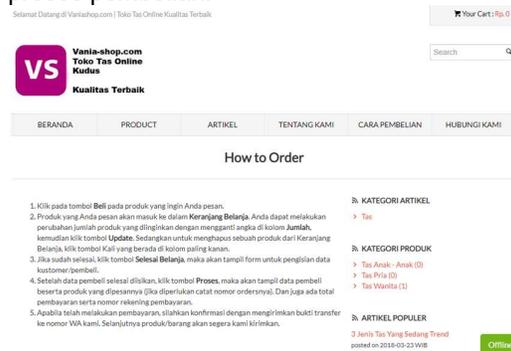
Gambar 8. Halaman artikel

- 4) Halaman tentang kami
 Halaman tentang kami menginformasikan seputar toko.



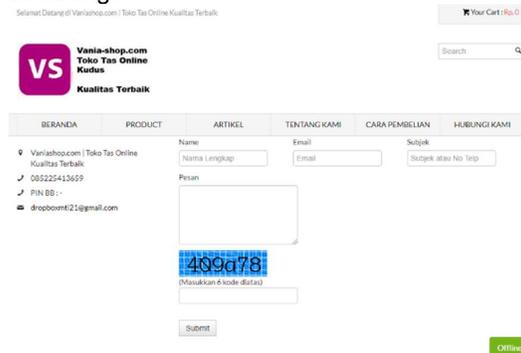
Gambar 9. Halaman tentang kami

- 5) Halaman cara pembelian
 Halaman cara pembelian menginformasikan tentang langkah-langkah proses pembelian.



Gambar 10. Halaman cara pembelian

- 6) Halaman hubungi kami
 Halaman hubungi kami menginformasikan tentang daftar kontak penjual yang bisa dihubungi.



Gambar 11. Halaman hubungi kami

Deployment

Kuesioner dibagikan ke empat puluh orang responden dengan tujuan mendapatkan informasi tentang kekurangan atau kelebihan dari website Vaniashop. Para responden diminta guna memberi masukan kuesioner tentang kelayakan website tersebut

SIMPULAN

Penerapan Customer Relationship Management dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada penjualan tas Toko Vaniashop berbasis web di Kabupaten Kudus telah berhasil dibangun dan dapat dipakai sebagai media informasi jual beli ke masyarakat. Website ini dapat dijalankan di laptop dengan web browser mozilla firefox ataupun web browser lainnya dengan syarat terkoneksi internet. Website ini dapat menampilkan informasi seputar produk tas, proses jual beli, serta disediakan chat. Website ini juga memberi info tentang artikel terkait, dan yang penting adalah peningkatan mutu pelayanan ke pelanggan. Dalam pengembangan website agar lebih baik antara lain website selanjutnya bisa dikembangkan ke penjualan produk umkm lain, seperti sepatu, sandal dan lain-lain. Serta pengembangan website Vaniashop alangkah baiknya dikembangkan ke sistem operasi berbasis android.

DAFTAR PUSTAKA

Amrin, A. (2016). Data Mining Dengan Regresi Linier Berganda Untuk Peramalan Tingkat Inflasi. *None*, 13(1), 74–79.

Arquitectura, E. Y., Introducci, T. I., 赫晓霞, Iv, T., Teatinas, L. A. S., Conclusiones, T. V. I. I., Contemporáneo, P. D. E. U. S. O., Evaluaci, T. V, Ai, F., Jakubiec, J. A., Weeks, D. P. C. C. L. E. Y. N. to K. in 20, Mu, A., Inan, T., Sierra Garriga, C., Library, P. Y., Hom, H., Kong, H., Castilla, N., Uzaimi, A., ... Waldenström, L. (2015). No Title. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae*

- Brunensis*, 53(9), 1689–1699.
<http://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/245180/245180.pdf>
<https://hdl.handle.net/20.500.12380/245180>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jsames.2011.03.003>
<https://doi.org/10.1016/j.gr.2017.08.001>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.precamres.2014.12.0>
- Dyantina, O., Afrina, M., & Ibrahim, A. (2012). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN) 1,2,3. *Sistem Informasi*, 4(2), 516–529. <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/index>
- Khambali, M., Aplikasi, P., Data, P., Rohayah, S., Somantri, O., Elektro, J. T., Semarang, P. N., Komputer, J. T., Bersama, H., Informatika, J. T., & Soedarto, J. H. (2017). Pembangunan Aplikasi Pengolahan Data Unsur Cuaca Pada Stasiun Meteorologi Kota Tegal Dengan Model Waterfall. *Jurnal Pengembangan IT (JPIT) SH. Tembalang Semarang*, 2(2), 37–41.
- Risanty, R. D., & Sopiyan, A. (2017). Pembuatan Aplikasi Kuesioner Evaluasi Belajar Mengajar Menggunakan Bot Telegram Pada Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Jakarta (Ft-Umj) Dengan Metode Polling. p-ISSN: 2407-1846, e-ISSN: 2460-8416. Jakarta: *Jurnal.Umj.Ac.Id/Index.Php/Semnastek*, November, 1–9. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnastek/article/view/2071/1712>
- Wardana, D. (2015). Pengaruh Motivasi, Insentif, dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Telkomsel Grapari Pemuda Surabaya. *E-Jurnal Ilmu Manajemen Magistra*, 1(2), 2442–4315.