

E-CRM Untuk Mendorong Loyalitas Pelanggan Di Toko Buah Bunda

Dea Natasya¹, Risnawati², Yori Apridonan M^{3*}

¹ Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Royal
¹deanatasya172@gmail.com, ²risnawati716@gmail.com, ^{3*}yori.apridonal@gmail.com

Article History:

Received Mei 23th, 2023

Revised Mei 24th, 2023

Accepted Mei 26th, 2023

Abstrak

Toko Buah Bunda adalah salah satu toko yang bergerak dibidang penjualan pakaian yang menjual beberapa macam jenis produk seperti gamis, oneset, tunik, dress, dan rok. Pada operasionalnya, Toko Buah Bunda mengalami penurunan jumlah penjualan pakaian sejak 2 tahun belakangan yang sangat berdampak pada pendapatan yang diperoleh. Selain itu, pencatatan penjualan masih dilakukan menggunakan Microsoft Excel, saat transaksi jual beli perhitungan jumlah produk dan harga masih menggunakan media kalkulator sehingga terdapat resiko terjadinya kesalahan dan memakan cukup banyak waktu. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Dengan menerapkan sistem e-CRM yang dibuat menggunakan bahasa pemrograman framework codeigniter dan MySQL sebagai database server maka dapat mendorong loyalitas pelanggan di dan membantu Toko Buah Bunda mendapatkan pelanggan yang lebih banyak sekaligus mempertahankan pelanggan dengan berbagai fitur dan promo yang tersedia.

Kata Kunci : e-CRM, Loyalitas Pelanggan, Toko Buah Bunda

Abstract

Toko Buah Bunda is a shop engaged in the sale of clothing that sells several types of products such as robes, onesets, tunics, dresses and skirts. In its operations, Toko Buah Bunda has experienced a decline in the number of clothing sales since the last 2 years which has had a huge impact on the income earned. In addition, sales records are still carried out using Microsoft Excel, when buying and selling transactions, the calculation of the number of products and prices is still using a calculator, so there is a risk of errors and it takes a lot of time. The method used in this study is a qualitative method. By implementing a e-CRM system created using the codeigniter framework programming language and MySQL as a database server, it can encourage customer loyalty at and help Toko Buah Bunda get more customers while retaining customers with the various features and promos available.

Keyword : e-CRM, Loyalty, Buah Bunda Store

1. PENDAHULUAN

Seiring memasuki era revolusi industri 4.0 saat ini teknologi yang terintegrasi dengan koneksi internet kini membuat teknologi mengalami kemajuan dengan sangat pesat dan memberikan dampak serta manfaat yang besar dalam melakukan berbagai bidang profesi mulai dari bidang pendidikan, hiburan, bisnis, kesehatan, olahraga dan lain sebagainya. Dengan adanya teknologi informasi saat ini, kita dapat dengan mudah berkomunikasi dan mencari informasi yang dibutuhkan melalui *website* dengan mudah meskipun dilakukan dari jarak yang jauh.

Customer Relationship Management (CRM) merupakan kebijakan suatu perusahaan dengan memanfaatkan teknologi informasi untuk membantu perusahaan dalam menarik dan mempertahankan hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan [1] [2]. Selain itu, CRM sebagai strategi marketing yang dirancang untuk menciptakan loyalitas pelanggan yang dapat menjamin kelanggengan hidup perusahaan dalam jangka panjang [3] [4] [5]. CRM menekankan membangun hubungan yang sangat dekat dengan pelanggan [6] [7]. Manfaat Customer Relationship Management (CRM) adalah mendorong loyalitas pelanggan, mengurangi biaya, meningkatkan efisiensi operasional, peningkatan time to market dan peningkatan pendapatan [8] [9].

Loyalitas pelanggan merupakan perilaku yang dipegang teguh untuk berlangganan dengan produk atau jasa yang disukai secara konsisten dimasa yang akan datang. Mengakibatkan pembelian ulang merek yang sama secara terus menerus di masa mendatang, meskipun situasional influence dan trik pemasaran dapat memicu perilaku berpindah merek [10]. Terbentuknya loyalitas dikarenakan adanya pengalaman dalam menggunakan suatu barang atau jasa [11]. Pelanggan yang merasa puas cenderung tetap loyal lebih lama, membeli lebih sering ketika perusahaan memperkenalkan produk baru atau meng-upgrade produk yang sudah ada, dan pelanggan akan berbicara lebih positif tentang perusahaan dan produknya, mengabaikan pesaing, dan tidak peka terhadap harga serta menawarkan produk atau jasa perusahaan kepada orang lain [12].

Saat ini sudah banyak bisnis maupun toko kecil telah menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi sebagai alat bantu penjualan dan promosi untuk menghasilkan keuntungan. Toko Buah Bunda yang beralamat di Jalan Sisingamangaraja No. 77, Kecamatan Kota Kisaran Timur, Kabupaten Asahan, provinsi Sumatera Utara adalah salah satu toko yang bergerak dibidang penjualan pakaian yang menjual beberapa macam jenis produk seperti dress, gamis, tunik, rok tutu serta oneset. Semua produk yang dijual di Toko Buah Bunda diproduksi dari usaha rumahan (Home Industri) di Bukit Tinggi, Provinsi Sumatera Barat. Dalam sebulan sekali pemilik Toko Buah Bunda belanja langsung ke Bukit Tinggi untuk menyediakan produk terbaru di tokonya.

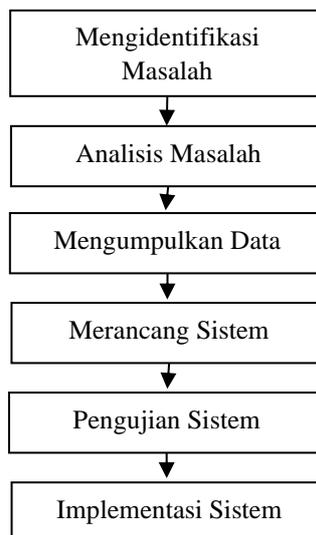
Dengan kondisi usaha dagang pada saat ini, semakin banyak toko yang menjual pakaian. Persaingan bisnis yang semakin ketat membuat pelanggan mudah beralih ke toko lain. Hal ini membuat pemilik Toko Buah Bunda harus rela bersaing dengan kompetitornya untuk menarik pelanggan baru sebanyak-banyaknya dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Dengan menerapkan CRM memungkinkan perusahaan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, karena kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada strategi pengelolaan hubungan pelanggan yang tepat.

Berdasarkan permasalahan diatas yang telah dijelaskan, maka dibutuhkan sebuah sistem untuk mendukung promosi dan mengelola penjualan yang dapat memfasilitasi pelanggan untuk mendapatkan informasi barang atau produk baru dan dapat melihat detail dari produk yang ditawarkan serta dapat melakukan pembelian secara online pada Toko Buah Bunda. Salah satu usaha dalam peningkatan layanan adalah dengan penerapan konsep Customer Relationship Management (CRM). Karena dalam bisnis penjualan, loyalitas pelanggan adalah salah satu hal yang diutamakan agar mendapatkan keuntungan. Maka dari itu diperlukan peran Customer Relationship Management agar pihak Toko Buah Bunda dapat menjembatani hubungan antara perusahaan dan pelanggan sehingga loyalitas pelanggan dapat terjaga.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

Tahapan pada penelitian ini adalah



Gambar 1. Tahapan Penelitian

2.2 Penjelasan Tahapan Penelitian

1. Mengidentifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah pelanggan tidak mengetahui tentang informasi barang baru atau promo yang ada, menurunnya jumlah penjualan dikarenakan pelanggan berpindah langganan yang sangat berdampak pada pendapatan Toko Buah Bunda, pencatatan penjualan masih dilakukan menggunakan Microsoft Excel.

2. Analisis Masalah

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang telah dilakukan, maka selanjutnya dilakukan analisis masalah. Bertujuan untuk mengetahui informasi mengenai kendala-kendala maupun permasalahan yang terjadi pada proses peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan sehingga peneliti dapat mencari solusi dari permasalahan tersebut.

3. Mengumpulkan Data

Untuk mengumpulkan data pada penelitian ini yaitu data kategori produk dan data produk yang dilakukan dengan tiga teknik, yaitu wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka.

4. Merancang Sistem

Tahapan dimana peneliti membentuk sistem yang akan dibuat. Sistem ini dirancang dengan menggunakan bahasa pemrograman framework codeigniter dan database MySQL. Dan mendesain sistem yaitu dari memulai penyusunan basis data, analisis sistem yang akan dibuat serta perancangan interface dari sistem agar sistem mudah dipakai oleh pengguna baik yang sudah profesional maupun yang masih awam.

5. Pengujian Sistem

Pengujian sistem dilakukan untuk mengetahui kekurangan sistem yang telah dibuat berjalan dengan baik dan memastikan bahwa input yang dibatasi akan memberikan hasil aktual yang sesuai dengan hasil yang dibutuhkan.

6. Implementasi Sistem

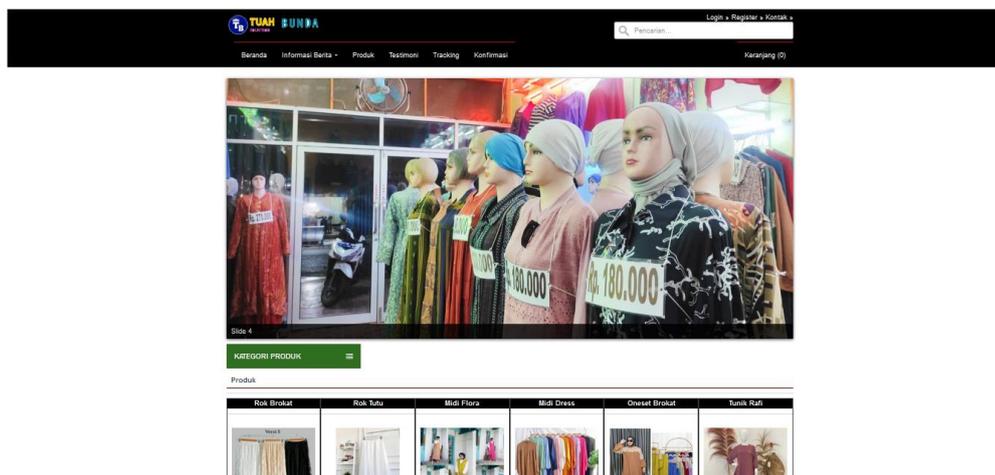
Pada Tahap ini peneliti melakukan prosedur untuk menyelesaikan desain yang ada dalam dokumen yaitu desain sistem yang disetujui dan menguji, menginstal, memulai serta menggunakan sistem yang baru atau sistem yang diperbaiki.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah hasil implementasi dari aplikasi e-CRM pada Toko Buah Bunda.

3.1 Halaman Utama

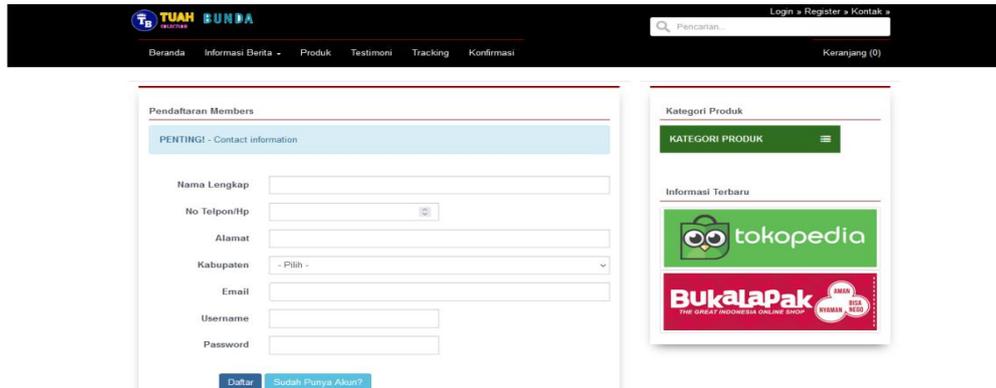
Halaman utama merupakan halaman pertama saat pengunjung maupun pelanggan melihat website.



Gambar 2. Halaman Utama

3.2 Halaman Registrasi

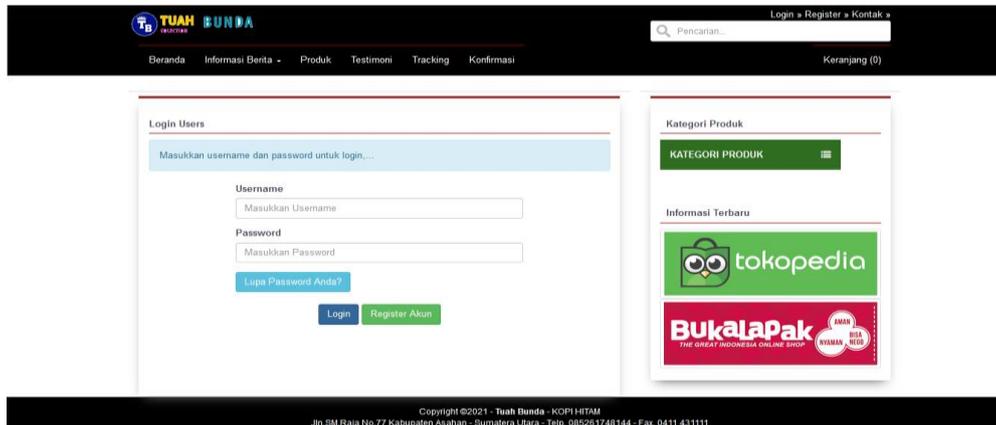
Halaman registrasi merupakan halaman yang digunakan oleh pelanggan untuk melakukan pendaftaran ke e-CRM Toko Buah Bunda.



Gambar 3. Halaman Registrasi

3.3 Halaman Login Pelanggan

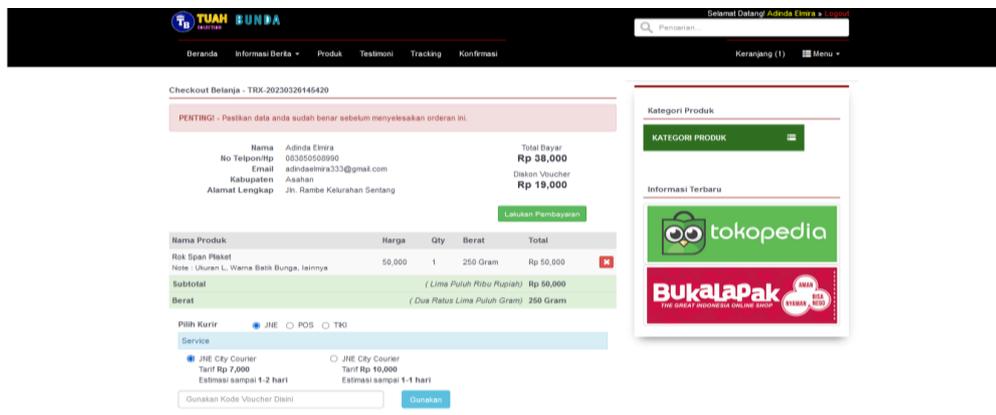
Halaman login pelanggan merupakan halaman yang digunakan oleh pelanggan yang telah melakukan registrasi untuk dapat masuk ke e-CRM Toko Buah Bunda.



Gambar 4. Halaman Login Pelanggan

3.4 Halaman Check Out

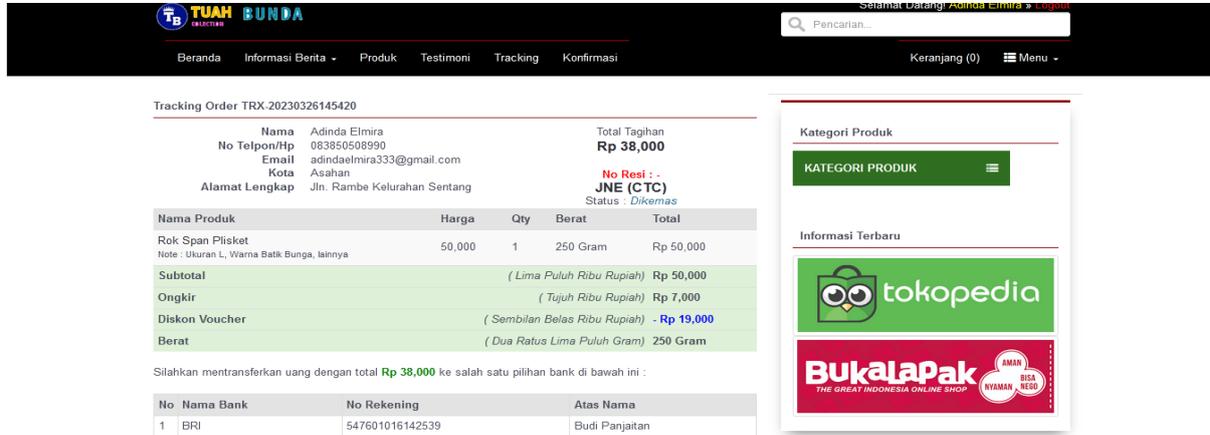
Halaman check out merupakan halaman yang digunakan pelanggan untuk melakukan proses pembayaran produk yang telah dipilih sebelumnya.



Gambar 5. Halaman Check Out

3.5 Halaman Tracking

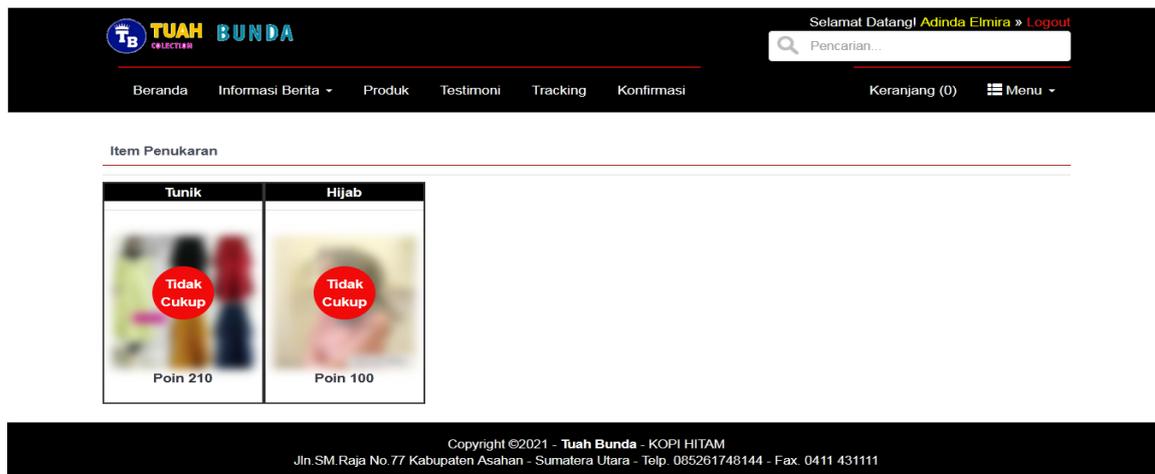
Halaman tracking merupakan halaman yang digunakan oleh pelanggan untuk melihat sampai sejauh mana proses pengiriman barang yang sudah di pesan.



Gambar 6. Halaman Tracking

3.6 Halaman Penukaran Point

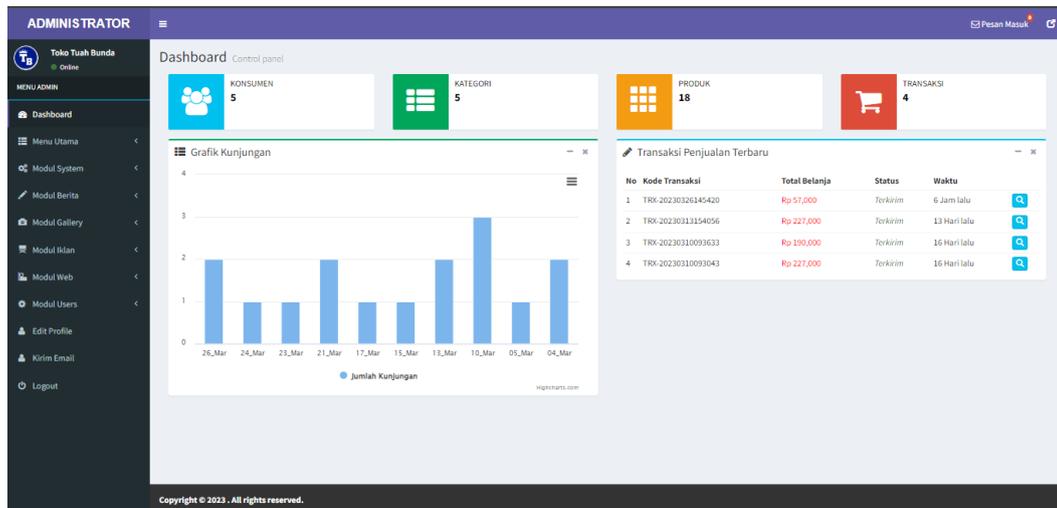
Halaman penukaran point merupakan halaman yang digunakan oleh pelanggan untuk melihat dan menukarkan jumlah point belanja yang sudah didapat.



Gambar 7. Halaman Penukaran Point

3.7 Halaman Administrator dan Pemilik

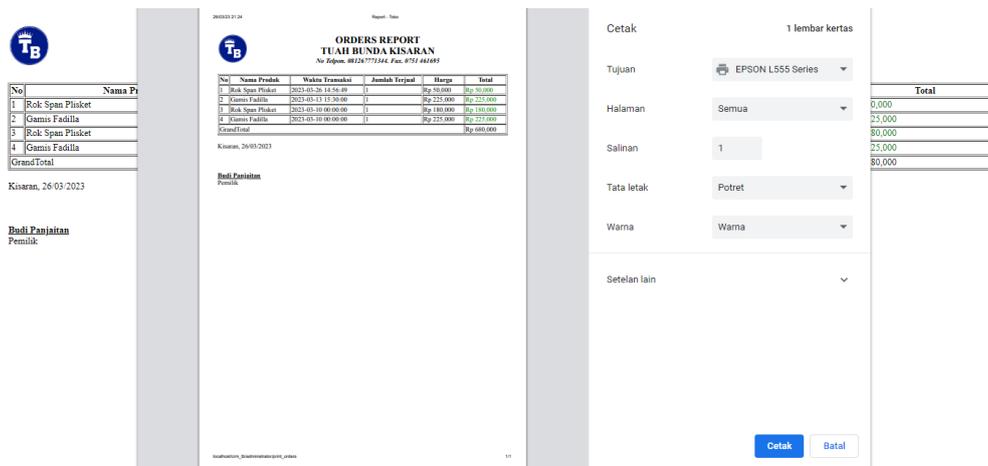
Halaman ini merupakan halaman yang digunakan oleh admin dan pemilik untuk mengelola e-CRM Toko Tuah Bunda.



Gambar 8. Halaman Utama Admin dan Pemilik

3.8 Halaman Cetak Laporan Penjualan

Halaman ini merupakan halaman untuk melihat data penjualan yang dapat dipilih berdasarkan hari, tanggal bulan dan tahun serta dapat mencetak laporan penjualan barang.



Gambar 9. Halaman Cetak Laporan Penjualan

4. KESIMPULAN

Dengan merancang aplikasi e-CRM pada Toko Buah Bunda maka dapat disimpulkan berapa hal yaitu : (1) Dengan adanya sistem Customer Relationship Management yang memiliki fitur penukaran poin dan adanya keterangan tentang diskon dapat mendorong loyalitas pelanggan di Toko Buah Bunda. (2) Dengan sistem Customer Relationship Management yang memiliki fitur program member dan layanan live chat dapat membantu serta memudahkan Toko Buah Bunda untuk mendapatkan pelanggan yang lebih banyak sekaligus mempertahankan pelanggan dan (3) Dengan adanya sistem Customer Relationship Management dapat membuat media promosi untuk penjualan produk pakaian secara online Toko Buah Bunda.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. Makmur and W. Semarang, "Analisis Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan CV. Cipta Adhi Nugraha Creative," *J. Ekon. Bisnis dan Akunt.*, vol. 1, no. 3, pp. 1–9, 2021.
- [2] D. Pranasari, S. Sihotang, D. Prastuti, P. Hermastuti, E. S. Saodah, and S. Harini, "Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Masa Pandemi," *J. Manaj. dan Bisnis VISIONIDA*, vol. 8, no. 1, pp. 34–49, 2019.
- [3] M. S. Auliaurrahman and K. Kusumahadi, "Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan Bahan Peledak Komersial PT . Pindad (Persero) Di Bandung The Effect Of Customer Relationship Management (CRM) On Customer Loyalty Of PT . Pindad Commercial Explosives (Per," *e- Proceeding Manag.*, vol. 9, no. 5, pp. 2816–2823, 2022.
- [4] M. T. Parinsi, A. Mewengkang, and T. Rantung, "Perancangan Sistem Informasi Sekolah Di Sekolah Menengah Kejuruan," *Eduetik J. Pendidik. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 1, no. 3, pp. 227–240, 2021.
- [5] F. Fariyanto and F. Ulum, "Perancangan Aplikasi Pemilihan Kepala Desa Dengan Metode Ux Design Thinking (Studi Kasus: Kampung Kuripan)," *J. Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 2, no. 2, pp. 52–60, 2021.
- [6] Anneke Wangkar, "Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan, Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada PT.Willian Makmur Perkasa Manado)," 2019.
- [7] M. R. Alfajri and A. Wardhana, "Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan Tiket.Com," vol. 7, no. 2, pp. 6325–6332, 2020.
- [8] I. Khasani and R. Guntoro, "Perancangan Desain Media Promosi Untuk UMKM Bebek Tjandu Di Kota Bandar Lampung," pp. 151–158, 2022.
- [9] A. Sidik, S. Rahayu, and F. F. Setiawan, "Sistem Informasi Hasil Target Produksi Berbasis Web Menggunakan Metode SDLC Studi Kasus PT Victory Chingluh Indonesia," *Acad. J. Comput. Sci. Res.*, vol. 4, no. 1, pp. 17–21, 2022.
- [10] D. Mallisza, H. S. Hadi, and A. T. Aulia, "Implementasi Model Waterfall Dalam Perancangan Sistem Surat Perintah Perjalanan Dinas Berbasis Website Dengan Metode SDLC," *J. Tek. Komputer, Agroteknologi Dan Sains*, vol. 1, no. 1, pp. 24–35, 2022.
- [11] D. F. W. Pratama and A. F. Daru, "Penerapan Metode Waterfall untuk Pengembangan Sistem Informasi Perpustakaan Berbasis Web Menggunakan Framework Code Igniter," *Inf. Sci. Libr.*, vol. 3, no. 1, pp. 55–63, 2022.
- [12] I. Nurul Susilo, "Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Wendys Cake," 2022.