JURNAL

OPERASIONAL CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI TOKO MADU JAYA KEDIRI

OPERATIONAL CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT IN STORE "MADU JAYA" KEDIRI

Oleh:

WAHYU BAGUS YULIANTO

12.1.03.03.0251

Dibimbing oleh :

1. **Resty wulanningrum, M.KOM.**
2. **Arie Nugroho, S.KOM., M.M**

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Wahyu Bagus Yulianto
NPM	: 12.1.03.03.0251
Telepun/HP	: 085645277666
Alamat Surel (Email)	: Baguswahyu20@gmail.com
Judul Artikel	:Operasional customer relationship management di toko Madu Jaya Kediri
Fakultas – Program Studi	: Teknik – sistem informasi
Nama Perguruan Tinggi	: UN PGRI KEDIRI
Alamat Perguruan Tinggi	: Jl. K.H. Ahmad Dahlan No. 76, Mojoroto, Kediri, Jawa Timur 64112

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri 20-1-2017
Pembimbing I Resty Wulanningrum, M.KOM NIDN.0719068702	Pembimbing II Arie Nugroho, S.Kom., M.M NIDN.0712108103	Penulis, Wahyu Bagus Yulianto NPM.12.1.03.03.0251

OPERASIONAL CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI TOKO MADU JAYA KEDIRI

Wahyu Bagus Yulianto
12.1.03.03.0251
Fakultas Teknik– Prodi Sistem Informasi
Baguswahyu20@gmail.com
Resty Wulanningrum, M.Kom dan Arie Nugroho, S.Kom., M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Wahyu Bagus Yulianto : Operasional *Customer Relationship Management* Di Toko Madu Jaya KEDIRI, Skripsi, Sistem Informasi, FT UNP Kediri, 2017.

Penelitian ini dilatar belakangi hasil pengamatan dan pengalaman peneliti, bahwa strategi bisnis yang terdapat pada toko Madu Jaya Kediri belum berjalan dengan baik. Akibatnya penjualan tidak dapat tersalurkan secara maksimal. Selain itu, konsumen cenderung pasif dan bahkan memutuskan beralih ke toko Madu yang lain.

Permasalahan penelitian ini adalah (1) Bagaimana CRM toko Madu Jaya dapat melayani pelanggan dengan baik dalam bidang pemasaran dan penjualan?
(2) Bagaimana operasional dalam CRM di toko Madu Jaya Kediri?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan strategi bisnis CRM (*Customer Relationship Management*), diamana strategi ini dapat mendatangkan banyak keuntungan terutama untuk peningkatan penjualan dan pelanggan. Hasil implementasi dari penelitian ini berupa sistem berbasis *web* dan yang langsung bisa diakses admin kepada konsumen toko Madu Jaya.

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah (1) Dengan toko madu online ini sangat memungkinkan bisa membantu pemilik toko Madu Jaya mempermudah memasarkan madunya. (2) Memudahkan bagi konsumen untuk mendapatkan madu yang di inginkan dengan cepat, praktis, menghemat banyak waktu.

Berdasarkan simpulan hasil penelitian ini, direkomendasikan: (1) Dari penelitian ini diharapkan nantinya toko *online* yang akan dibuat oleh peneliti dapat membantu dan berguna bagi toko Madu Jaya serta customer yang ingin mengetahui informasi madu terbaru dan terlaris. (2) Penulis berharap agar toko online yang dibuat dapat berjalan sesuai dengan harapan penulis. Penulis berharap masukan dan kritikan maupun saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Kata Kunci : Operasional, *Customer Relationship Management, Web, Madu*

I. LATAR BELAKANG

Seiring dengan berkembangnya sistem informasi saat ini, banyak sistem informasi pada organisasi yang ingin mencapai tahap sistem informasi secara cepat, relevan dan akurat. Pesatnya pertumbuhan ilmu pengetahuan teknologi khususnya di bidang komputer disetiap aspek kehidupan dan penggunaan teknologi komputer dan teknologi komunikasi yang menghasilkan sebuah penggabungan sistem informasi yang saat ini mudah untuk di akses tanpa adanya batasan waktu dan jarak dengan menggunakan jaringan internet. Model penjualan atau bisnis ikut terpengaruh dari perkembangan ilmu pengetahuan teknologi tersebut, terlebihnya dengan pesatnya pertumbuhan pengguna internet di berbagai belahaan dunia khususnya negara berkembang. Salah satu bisnis yang menjadi trend terbaru di masyarakat ini adalah dalam bidang belanja online (Supardiansyah, 2013).

Madu merupakan bahan makanan yang istimewa karena rasa, nilai gizi dan khasiatnya yang tinggi. Karena itu madu dipuja oleh banyak orang sebagai jenis makanan yang unik sekaligus bersifat obat serta sanggup memberikan tambahan tenaga dalam. Madu mempunyai sesuatu yang lezat, nikmat dan sangat berkhasiat. Telah berabad-abad lamanya madu memiliki peranan penting bukan saja sebagai bahan makanan dan pemanis, tapi juga sebagai penangkal berbagai penyaKarena nilai gizinya yang tinggi, madu bagus untuk dikonsumsi, baik oleh anak-anak maupun orang dewasa, malahan bagi orang-orang yang telah lanjut usia, madu banyak menolong agar tetap sehat dan panjang usia. Oleh karena itu, secara tradisional, madu telah lama digunakan untuk tujuan medis dan therapis, serta perawatan kecantikan dan keperluan industri (Winarno, 2001).

Customer Relationship Management (CRM) merupakan strategi pemasaran yang membangun relasi yang erat antara perusahaan dengan para pelanggannya. Perusahaaan dapat memanjakan pelanggan dan mengikatnya dalam sebuah persahabatan jika telah mengetahui kebutuhan dan harapan dari pelanggan tersebut. Strategi ini menganjurkan agar perusahaan membuka saluran-saluran komunikasi semudah mungkin dengan tingkat respon yang tinggi respon yang tinggi, agar pelanggan merasakan kedekatan dengan pihak perusahaan. Komunikasi yang tidak lancar, dapat menumbuhkan keraguan pelanggan. Relasi

antara perusahaan dan pelanggan yang terjalin sangat erat akan membuat pelanggan merasa ikut memiliki perusahaan. Loyalitasnya terhadap perusahaan sedikit demi sedikit akan tumbuh dan berkembang. dengan demikian perusahaan akan memperoleh manfaat dari penerapan CRM ini. Yakni memliki pelanggan yang loyal (Oetomo, 2003). Selama ini Madu jaya mempunyai kendala dalam memasarkan produk yaitu dari komplain pelanggan yaitu dalam hal keaslian madu, tanya jawab pelanggan yang dimaksud adalah masih banyak pelanggan yang belum mengerti khasiat dan manfaat madu, dalam pemesanan madu di toko Madu jaya masih manual. Madu jaya adalah perusahaan ternak lebah menyediakan berbagai macam -macam yang dihasilkan lebah peternak seperti madu, royall jelly, tepung sari. Dari kendala di atas yaitu dalam segi komplain, tanya jawab, dan pemesanan di toko Madu jaya. Maka diperluakan aplikasi CRM ini. Untuk mempermudah pelanggan dalam membeli produk, melihat stok produk. dari permasalahan tersebut di atas maka penulis memlilih judul : "**Operasional Customer Relationship Management (Crm) Di Toko Madu Jaya Kediri"**

II. METODE

A.Sistem yang Sedang Berjalan

Manual: toko ini masih menggunakan sistem yang manual, toko Madu Jaya Kediri, pencatatan dan pengolahan data barang, jumlah serta harga barang, data transaksi penjualan dan data transaksi pembelian masih dilakukan secara konvensional (pencatatan manual). Dokumentasi transaksi hanya berupa penulisan di buku besar. Hal ini membuat kualitas informasi yang didapatkan tidak maksimal, kurang efisien dan tentunya kemungkinan terjadinya kesalahan informasi cukup besar. Banyaknya jumlah barang yang dijual dan tingkat keramaian pembeli juga bisa mengakibatkan penjual mengalami kesulitan untuk mengelola dan menghitung transaksi penjualan secara cepat.

Toko Madu Jaya Kediri masih mengandalkan media sosial saja, bila hanya dengan menggunakan media sosial proses bisnis masih terhambat karena terkadang media sosial mengalami gangguan yang sangat merugikan banyak pelanggan pada saat banyaknya order yang diterima.

B.Sistem yang Diajukan

Sistem Baru : permasalahan di sistem yang lama memberi solusi supaya lebih memudahkan pemilik toko dan pelanggan, sistem baru ini memiliki kelebihan yaitu :

1. Dari pemilik toko dapat dengan mudah mengetahui jumlah stok barang yang ada di toko.
2. Dari pemilik toko dapat dengan mudah mengetahui detail penjualan barang yang terjual, serta dapat dengan mudah mengolah data barang yang baru.
3. Dari pelanggan dapat mencari madu yang diinginkan lebih cepat.
4. Dari pelanggan dapat mengetahui stok madu yang ada di toko.
5. Dari pelanggan dapat mengetahui harga madu dengan mudah tanpa harus datang ke toko .

Media *facebook* digunakan untuk memasarkan alamat *website* toko Madu Jaya dengan media *facebook* ini memungkinkan *website* Madu Jaya dikunjungi para pelanggan baru yang belum mengetahui tentang *website* toko Madu jaya. Toko Madu jaya akan mengandalkan pengemasan yang berbeda dari toko madu yang lain toko madu yang lain hanya menggunakan botol biasa yang kurang menarik, untuk itu toko madu jaya akan membuat kemasan madu yang menarik supaya dapat memberikan kesan menarik terhadap pelanggan.

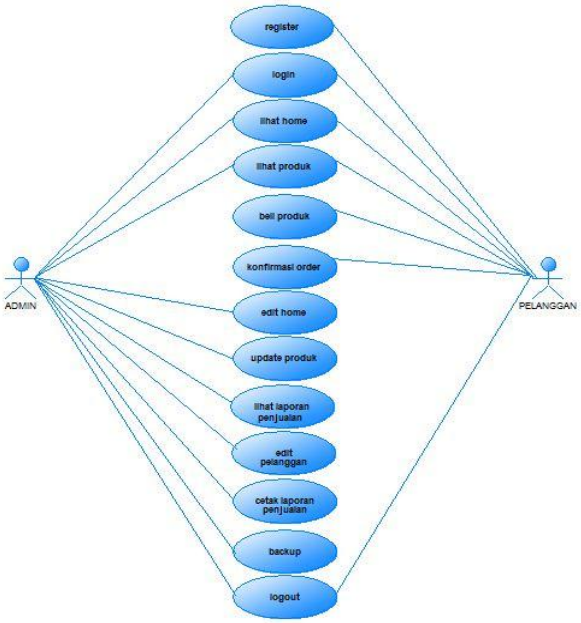
Kondisi perangkat lunak pada toko Madu jaya ini belum memadai dalam melakukan strategi bisnis, oleh sebab itu perlu adanya sistem yang menggunakan CRM (*Customer Relationship Management*) dapat menambah konsumen dan memudahkan dalam membeli madu.

C.Desain sistem

1. Desain proses

a. Use case diagram

Use case diagram digunakan untuk menggambarkan interaksi-interaksi antara *actor* dengan *sistem* untuk melakukan pekerjaan tertentu. Diagram *use case sistem* yang terdapat dalam strategi CRM dapat digambarkan sebagai berikut.



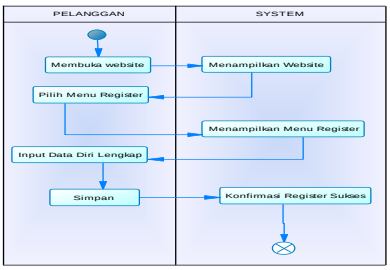
Gambar 4.1 *Use case* Diagram toko Madu Jaya

Dari gambar 3.1 *Usecase* di atas dapat diketahui:

1. Admin dan pelanggan merupakan aktor.
2. Pelanggan harus melakukan registrasi dahulu baru bisa login agar dapat melihat halaman aplikasi CRM madu jaya dan melihat produk.
3. Setelah itu pelanggan bisa membeli produk dan konfirmasi order.
4. Untuk admin sebelum memasuki form untuk mengelola data pada aplikasi CRM tersebut harus melakukan login sebagai *Admin* terlebih dahulu.
5. Setelah itu admin dapat melihat form halaman .
6. Admin bisa mengolah edit halaman.
7. Admin bisa update produk
8. Admin bisa lihat laporan penjualan
9. Admin bisa edit pelanggan apabila lupa kata username & password
10. Admin bisa cetak laporan penjualan
11. Admin bisa backup semua data

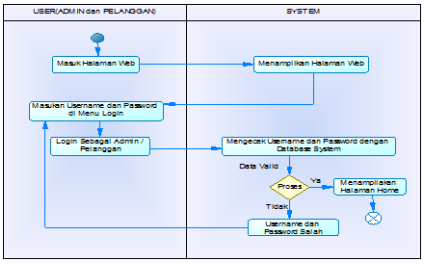
b. Activity Diagram

Activity Diagram digunakan untuk mengilustrasikan aliran fungsional dalam sebuah sistem, dalam *business modeling*, *activity diagram* berguna untuk menggambarkan aliran bisnis atau *business workflow*. Berikut adalah beberapa aktivitas dari sistem CRM toko Madu Jaya .



Gambar 4.2 *Activity Diagram Register*

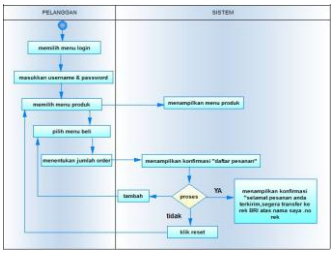
Aktivitas pada gambar 4.2. di atas, pelanggan diwajibkan untuk melakukan register/pendaftaran dengan cara menginputkan data diri secara lengkap. Setelah data diinputkan simpan data sampai ada konfirmasi “sukses register”, sehingga data pelanggan dapat tersimpan.



Gambar 4.3.*Activity Diagram Login*

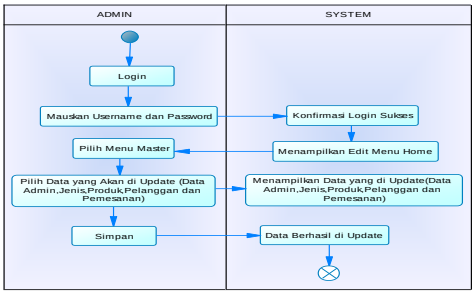
Aktivitas pada gambar 3.3.di atas ini, dilakukan oleh admin dan pelanggan.

Aktivitas login ini digunakan agar admin maupun pelanggan dapat masuk kedalam halaman sistem masing – masing, yaitu dengan menginputkan *username* dan *password* yang telah dibuat. Jika *username* dan *password* salah akan ada peringatan dan kembali ke menu *login*, sebaliknya jika benar sistem akan masuk ke halaman menu utama (*home*) dan menu – menu lainnya



Gambar 4.4.*Activity* Diagram Penjualan

Pada gambar 3.4. di atas, merupakan proses penjualan dimana pelanggan harus melakukan login terlebih dahulu, kemudian pelanggan melihat dan memilih produk yang tersedia. Jika pelanggan sudah memilih produk yang diinginkan, kemudian klik menu beli, tentukan jumlah *order* dan *klik order*. Setelah itu, akan muncul konfirmasi berupa daftar pesanan. Jika (tidak) jadi pesan klik "reset" dan kembali ke menu paket. Jika (ya) jadi pesan klik "selesai" dan otomatis akan muncul konfirmasi untuk transfer ke nama bank dan rekening yang telah ada.



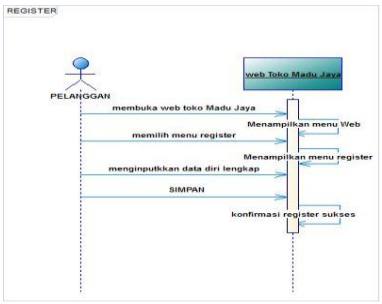
Gambar 4.5.*Activity Diagram Update*

Aktifitas pada gambar 4.5 di atas ini, adalah meng*update* data-data yang dilakukan oleh admin pada sistem pertama. Pertama admin harus melakukan *login*, setelah *login* "sukses" , admin akan masuk halaman menu master, didalam menu master terdapat data – data seperti (admin, jenis, produk, pelanggan dan pemesanan). Admin dapat mengedit, menambah dan menghapus data didalamnya. Jika selesai mengupdate klik "Simpan" dan secara otomatis data tersebut berhasil ter*update*.

c. Sequence diagram

Sequence diagram menjelaskan interaksi objek yang disusun dalam suatu urutan tertentu. *Sequence diagram* memperlihatkan tahap demi tahap apa yang seharusnya terjadi untuk menghasilkan sesuatu di dalam *use case*. Berikut ini adalah *sequence diagram* yang

ada pada CRM (*Customer Relationship Management*) Toko Madu Jaya

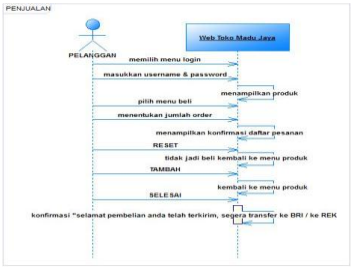


Gambar 4.6 *Suquence Diagram Register*

Gambar 4.6. *sequence* di atas ini, menggambarkan interaksi antara pelanggan dan sistem dalam melakukan proses *register*. Proses tersebut dilakukan dengan cara menginputkan data diri secara lengkap termasuk *username* dan *password.*

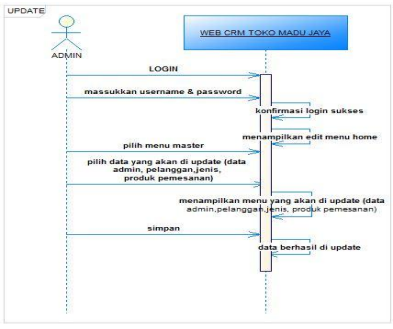
Gambar 4.7. *Sequence Diagram Login*

Gambar 4.21. *sequence* di atas, menggambarkan interaksi antara admin/pelanggan dan sistem saat login/masuk ke dalam sistem. Proses tersebut dilakukan dengan cara memasukkan *username* dan *password* yang telah dibuat.



Gambar 4.8. *Sequence Diagram Penjualan*

Gambar 4.8. *sequence* di atas ini, menggambarkan interaksi antara pelanggan dan sistem dalam melakukan proses pemesanan produk. Proses tersebut dilakukan dengan cara login kedalam sistem / *web*, kemudian pilih produk, tentukan jumlah order, apabila menambah produk pilih tambah, sampai proses selesai dan akan ada konfirmasi tentang transaksi a/n. rekening dan no.rekening, untuk pembayarannya.



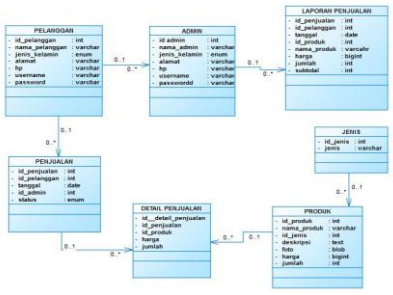
Gambar 4.9. *Sequence Diagram Update*

Gambar 4.9. *sequence* di atas ini, menggambarkan interaksi antara admin dan sistem yang melakukan proses *update* data. Proses *update* data tersebut dapat

dilakukan dengan cara mengedit, menambah, atau menghapus beberapa data yang dibutuhkan. Data laporan tersebut yaitu: data admin, data jenis, data paket, dan data pelanggan.

b. Class Diagram

Class diagram menjelaskan hubungan antara *class* yang terdapat pada rancang bangun CRM Toko Madu Jaya. *Class* tersebut dibentuk oleh *entity/object* yang mempunyai atribut dan operasi. Dari *class* tersebut dapat terbentuk sebuah tabel yang dapat berasosiasi dengan tabel lainnya dan membentuk sebuah *database*. Berikut adalah *class diagram* / relasi antar tabel pada Toko Madu Jaya



Gambar 4.10. *Class Diagram* Toko Madu Jaya

Dari gambar 3.6 class diagram di atas dapat diketahui sebagai berikut:

1. Dalam class diagram di atas ada 7 class
2. Class admin tidak akan ada jika tidak ada class pelanggan
3. Class pelanggan tidak akan ada jika tidak ada class penjualan
4. Dan class detail penjualan tidak bisa berdiri sendiri tanpa ada class penjualan dan class produk
5. Class produk tidak akan ada jika tidak ada class jenis.
6. Dan class laporan penjualan tidak akan ada jika tidak ada class Admin.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

A. Implementasi Sistem

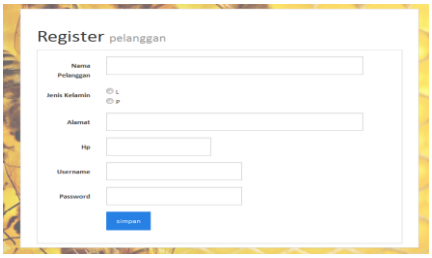
Berikut ini adalah implementasi halaman operasional *customer relationship management* di toko Madu Jaya Kediri yang telah dibuat berdasarkan rancangan tampilan (interface) yang telah dibuat.

1. Halaman Utama

Gambar 5.1 Halaman Utama

Gambar 5.1 di atas, halaman utama ini tampilan untuk *user* umum yang terdiri dari home, profil, produk, Tanya jawab ,login dan register. Agar bisa membeli produk pelanggan harus medaftar di form register yang telah disediakan.

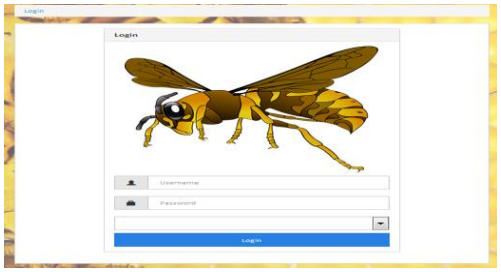
2. Halaman register



Gambar 5.2 Halaman *register*

Pada gambar 5.2 halaman *register*, pelanggan apabila ingin membeli produk di toko Madu Jaya harus melakukan *register* terlebih dahulu dengan isian nama, jenis kelamin, alamat, hp, *Username* dan *password* untuk login di halaman web toko Madu Jaya.

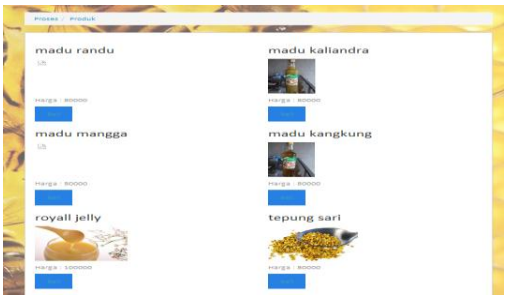
3. Halaman login



Gambar 5.3 halaman login

Gambar 5.3 diatas ini merupakan halaman login ada form username dan password dan login dan pilih login untuk pelanggan. Isi Username dan password yang telah didaftarkan di form register

4. Halaman produk



Gambar 5.4 halaman produk

Gambar 5.4 diatas merukan halaman produk ada form beli jika membeli produk

5. Halaman admin

Gambar 5.5 halaman admin

Pada gambar 5.5 diatas ini merupakan, halaman admin berisi form produk , Tanya jawab, master, laporan, backup, dimenu master ada edit untuk produk, menu penjualan dan menu pelanggan untuk edit pelanggan ,dan form backup untuk membackup semua laporan di web toko Madu Jaya

6. Halaman laporan

Gambar 5.6 halaman laporan

Gambar 5.6 diatas ini merupakan, halaman laporan berisi menu produk, pelanggan, penjualan. Untuk menu produk mengetahui stock barang, dan untuk menu pelanggan mengetahui pelanggan yang baru mendaftar, dan untuk menu penjulan untuk mengetahui laporan pembelian per periode.

B. KESIMPULAN

Dari keseluruhan uraian dalam skripsi ini maka dapat diambil kesimpulan yang merupakan gambaran menyeluruh dari hasil pembahasan, yang dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Dengan toko Madu *online* ini sangat memungkinkan bisa membantu pemilik toko Madu Jaya mempermudah memasarkan produk madunya.
2. Dengan operasional *customer relationship management ini* dapat mudahkan bagi konsumen untuk mendapatkan Madu yang diinginkan dengan cepat, praktis, menghemat banyak waktu.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Adelia dan Setiawan J , 2011. *Implementasi Customer Relationship Management (CRM) pada Sistem Reservasi Hotel berbasis Website dan Desktop*. Bandung.

Suprijono, Agus. 2012. *Cooperatif Learning Teori Dan Aplikasi Palkem*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Andreani, Fransisca 2007. *Customer Relationship Management (CRM) dan Aplikasinya Dalam Industri Manufaktur dan Jasa.* Jurnal Management Pemasaran, 2, (2):59-65. http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/ mar/article/viewFile/17004/16982.

Anonim. 2010. *Madu Makanan Yang Lengkap Menjadi Obat Untuk Berbagai Jenis Penyakit*. Tanggal Akses 22 November 2012. http://nayaz.com/vco-bermadu.html

Dharmmesta, Bashu, Swastha. 1999. "*Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti*", Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol. 14, No.3Elex Media Komputindo, Jakarta.

Fauzia, 2011. *Analisis dan Perancangan Aplikasi SMS Gateway untuk Nilai*

Siswa membuat SMS Gateway yang diperuntukkan untuk orangtua siswa. Yogyakarta.

Gunawan, 2004. *"pengertian madu*". Tersedia dalam : <http://riorusandii.blogspot.com/2013/11/teknik-budidaya-lebah-maduapis-indica.html/>[di akses pada tanggal April 2014].

HM, Jogiyanto, 1999, "*Analisis dan Desain Sistem Informasi : Pendekatan*

http://yahooglee.blogspot.com/2013/04/MembedakanMadu.html

Kalakota, R. dan Robinson, M. 2001, *E-Business 2.0 Roadmap for Success, Massachusetts:* Addsion Wesley Longman Inc,

Kurniawan, 2009. *Kerangka komponen CRM.* yogyakerta. Penerbit : mediakom.

Mado, Theresia Wihelmina , 2013. *Rancang bangun sistem informasi paroki habi – keuskupan maumere penyampaian informasi melalui sms gateway.* S2 thesis, UAJY.

Munawar. 2005, Pemodelan Visual dengan UML, Graha Ilmu, Yogyakarta, 17-100.

Nugroho, Hendro, 2008. *Tesis Magister Program Studi Magister Informatika*, Institut Teknologi Bandung. Indonesia

Purbaya, J.R. 2007. *Mengenal dan Memanfaatkan Khasiat Madu Alami*. Bandung : Penerbit Pinonir Jaya.

Saputra,Agus. 2011. Pemrograman CSS Untuk Pemula. Jakarta : PT. Gramedia.

Sarwono B. 2001. *Kiat Mengatasi Permasalahan Praktis Lebah Madu*. Cetakan Pertama. Jakarta : PT . Agro Media Pustaka.

Sihombing, D. T. H., 1997, *Ilmu Ternak Lebah Madu*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.

Wicaksono, Yogi 2008. "*Membangun Bisnis Online dg Mambo++ CD*". PT. *Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis*", ANDI: Yogyakarta.

www.gosyenland.com/front/index.php/artikel-dan-berita/madu-dan-lebah/18-sejarah-madu

Kustiyahningsih, yeni.2011. *Pemograman Basis Data Berbasis Web*

Menggunakan PHP & MySQL.
Graha Ilmu : Yogyakarta.