## **ARTIKEL**

# IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA SISTEM INFORMASIPENJUALAN BIJI KOPI

## IMPLEMENTATION OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT IN INFORMATION SYSTEM COFFEE SEED SALES



## Oleh:

## 12.1.03.03.0145

## Dibimbing oleh:

- 1. Rini Indriati, S.Kom,. M.Kom
- 2. Nisa Miftachurrahmah, S.Kom,. M.Kom

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI TAHUN 2017





Artikel Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri

## SURAT PERNYATAAN ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

## Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap

: Lutfi Lilo Wijaya

NPM

: 12.1.03.03.0145

Telepun/HP

: 085655595412

Alamat Surel (Email)

: lutfililo91@gmail.com

Judul Artikel

: IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP

MANAGEMENT (CRM) PADA SISTEM INFORMASI

PENJUALAN BIJI KOPI

Fakultas – Program Studi

: Teknik - Sistem Informasi

Nama Perguruan Tinggi

: UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

Alamat Perguruan Tinggi

: JL. KH. Ahmad dahlan No. 76 Kediri

## 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, 1 Agustus 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Rim Indriani, S.Kom, M.Kom 0723057003	Nisa Miffachuralimah, S.Kom, M.Si 0724048902	LUTFI LILO WIJAYA 12.1.03.03.0145

LUTFI LILO WIJAYA | 12.1.03.03.0145 Teknik - Sistem Informasi

simki.unpkediri.ac.id



#### I. LATAR BELAKANG

Indonesia adalah penghasil terbesar ke empat di dunia setelah Brasil, Columbia dan Vietnam dengan sentra produksi daerah Sumatera Utara. Sumatera Selatan, Bengkulu, Aceh. Lampung, Jawa Timur, Nusa Tenggara Timur dan Sulawesi Selatan. Jenis kopi yang dihasilkan terdiri atas ± 71% kopi Robusta dan ± 29 % Arabika. Indonesia menyumbang 23,6% kopi Robusta yang merupakan penghasil kopi Robusta terbesar di dunia dalam perdagangan dunia. Kopi Merupakan bahan Minuman yang terkait dengan aspek kenikmatan dan estetika. Sebagai bahan minuman, kopi memiliki ciri khas, karena dapat memberikan 2 nilai kepuasan bagi yang meminumnya, melalui cita rasa proses fisiologis dan psikologis. (AEKI, 2008).

Banyaknya pengaruh teknologi pada kehidupan sehari-hari manusia saat ini memberi dampak yang sangat besar dalam tiap aktivitasnya. Salah satu teknologi yang ramai dibicarakan saat ini adalah internet. Internet menjadi kebutuhan sehari-hari sifatnya mempermudah karena yang seseorang dalam berkomunikasi melalui e-mail (surat elektronik), chatting (berbicara dengan satu banyak atau langsung), lain orang secara dan lainnya.

Toko 5K Coffee merupakan usaha dagang yang memproduksi dan menjual biji kopi. Toko ini juga menerima pesanan berbagai jenis biji kopi dan jenis bubuk kopi yang sudah digiling. Dalam pengembangan bisnisnya, Toko 5K Coffee terus berusaha untuk memperluas target pasarnya sampai luar kota bahkan seluruh Indonesia. Untuk mencapai tujuannya, Toko 5K Coffee memerlukan website yang menghubungkan penjual dan dapat pembeli yang berbeda tempat dan tidak akan menjadi kendala dalam melakukan transaksi. Calon pembeli dapat mengetahui informasi mengenai Produk yang dijual.

meningkatnya Dengan kebutuhan customer maka dibuatlah sistem informasi web dengan metode CRM yang dapat memberikan informasi-informasi terbaru, menampung semua permintaan customer dan menjalin hubungan dengan customer demi terciptanya sebuah loyalitas. CRM yang dibangun akan memiliki fasilitas penawaran khusus yang nantinya akan dijadikan sarana promosi bagi Toko 5K Coffee Sistem CRM ini sudah responsive, artinya baik website front-end dan backend sudah dapat diakses dari berbagai media. Untuk mempermudah transaksi, sistem CRM akan didukung dengan layanan transaksi online seperti i-banking dan *m-banking*.



#### II. Metode

CRM bukan hanya sebuah konsep atau projek, melainkan strategi bisnis dengan tujuan untuk memahami, mengantisipasi dan mengelola kebutuhan dari organisasi dan pelanggan yang berpotensial (Brown, Stanley W, 2000). CRM adalah "strategi penjualan, pemasaran dan pelayanan terintegrasi yang bergantung pada aksi terkoordinasi seluruh perusahaan" (Kalakota. dkk, 2001).

Manajemen Hubungan Pelanggan (Customer Relationship *Management*) adalah suatu jenis manajemen yang secara khusus membahas teori mengenai penanganan hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan di mata pelanggannya. Pengertian lain para mengatakan bahwa CRM adalah sebuah sistem informasi yang terintegrasi yang digunakan untuk merencanakan, menjadwalkan, dan mengendalikan aktivitas-aktivitas pra-penjualan dan pascapenjualan dalam sebuah organisasi. CRM melingkupi semua aspek yang berhubungan dengan calon pelanggan dan pelanggan saat ini. Kunci proses-proses di dalam CRM adalah sebagai berikut:

### a. *Marketing* (Pemasaran):

proses pemasaran melibatkan keputusan yang menunju kepada pelanggan dan target, bagaimana memberikan target kepada konsumen, produk apa yang ditawarkan, bagaimana harga produknya, dan bagaimana untuk memanajemen kampanye secara langsung yang menargekan kepada pelanggan. Penyedia software yang berhasil dalam area pemasaran dengan menyediakan CRM analisis yang meningkatkan keputusan pemasaran dalam pemberian harga, keuntungan produk, dan keuntungan konsumen, di antara berbagai fungsi yang lain.

#### b. Penjualan:

penjualan berfokus proses pada penjualan langsung kepada seorang konsumen dibandingkan dengan pemasaran dimana proses tersebut lebuh berfokus kepada menyediakan tenaga penjualan dengan informasi yang mereka butuhkan dalam melaksanakan penjualan dan melakukan penjualan secara langsung. Melakukan penjualan membutuhkan tenaga penjualan (salesman) atau kepada pelanggan untuk membangun dan menata pesanan dengan memilih di antara beberapa pilihan dan fitur yang ada. Proses penjualan juga membutuhkan beberapa fungsionalitas sebagai kemampuan untuk memberikan perjanjian dan akses terhadap informasi yang berhubungan dengan pesanan pelanggan. Penyedia software yang berhasil memiliki tenaga



penjualan yang ditarget secara otomatis, penataan dan personalisasi untuk meningkatkan proses penjualan.

## c. Manajemen Pemesanan:

proses dari mengatur pesanan dalam berjalan pelanggan sebuah perusahaan adalah sangat penting bagi konsumen untuk melacak pesanannya dan untuk perusahaan adalah untuk merencanakan dan memenuhi pesanan tersebut. Proses ini terikat bersamaan kebutuhan dari dengan pelanggan dengan penyaluran/pendistribusian dari tersebut. perusahaan *Software* manajemen pemesanan secara tradisional ditangani dengan sistem Baru-Baru legacy. ini sistem manajemen pemesanan yang baru telah dimunculkan dengan tambahan fungsioanalis mengijinkan yang visibilitas pesanan melalui sistem manajemen pemesanan yang banyak terdapat pada perusahaan.

#### d. Call/Service Center:

sebuah service center atau call center (pusat pengaduan) biasanya sebagai poin utama dari kontak antara perusahaan dengan pelanggan. Sebuah Call/Service Center membantu pelanggan untuk pemesanan, penyaranan produk, memecahkan masalah dan menyediakan informasi terhadap status pesanan.

Seperti yang dijelaskan sebelumnya proses CRM merupakan hal yang sangat krusial atau penting dalam rantai penyaluran/pendistribusian sebagaimana hal tersebut menjangkau interaksi yang sangat banyak antara sebuah perusahaan dan pelanggannya. Pelanggan harus menjadi poin awal ketika mencoba untuk meningkatkan surplus rantai penyaluran atau pendistribusian dikarenakan semua pemesanan, dan oleh pendapatan biasanya muncul dari hal itu. Hubungan dengan pelanggan semakin lama akan menjadi janji strategi utama dalam memimpin perusahaan. Sementara pelayanan tradisional pelanggan fokus pada pencapaian standar kerja internal, rantai penyediaan gerakan-hubungan yang sebenarnya fokus pada pembangunan keberhasilan pelanggan. Secara tidak langsung perusahaankemungkinan besar perusahaan ikut serta dalam rantai penyediaan multi untuk membantu pelanggan yang berbeda-beda

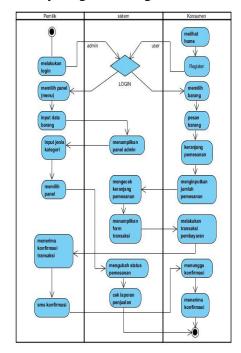
#### III. HASIL DAN KESIMPULAN

## A. Hasil

Untuk menggambarkan proses yang terdapat dalam sistem



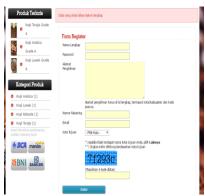
penjualan online dilakukan secara terstruktur dari proses, proses tersebut disajukan dalam bentuk activity diagram sebagai berikut :



Gambar 3.1 Activity Diagram

Dan hasil implementasinya sebagai berikut :

### 1. Halaman register



Gambar 3.2 halaman *register* user

## 2. Login



Gambar 3.3 Halaman Login

## 3. Keranjang belanja



Gambar 3.4 keranjang belanja

## 4. Selesai belanja



Gambar 3.5 Selesai belanja

## 5. Login Admin



Gambar 3.6 Login admin simki.unpkediri.ac.id



## 6. Halaman Utama admin.



Gambar 3.6 halaman utama admin

7. Halaman admin untuk edit, tambah, hapus produk.



Gambar 3.7 edit produk

8. Halaman admin order harian masuk.



Gambar 3.8 list order harian masuk.

9. Halaman admin ubah transaksi



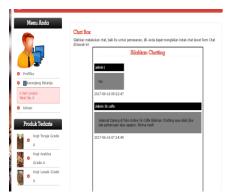
Gambar 3.9 halaman ubah transaksi

10. Halaman laporan penjualan harian.



Gambar 3.10 halaman laporan penjualan

11. Halaman chatting user antar user atau user dengan admin.



Gambar 3.11 halaman chatting

### **B. KESIMPULAN**



Kesimpulan yang dapat diambil dari pada penelitian dan penjelasan masing – masing bab :

- Menghasilkan web penjualan yang dapat merespon konsumen lebih baik dengan fitur chatting.
- Mengimplementasikan CRM yaitu dengan cara menjalin hubungan yang sangat baik dengan konsumen
- Dengan adanya sistem ini maka
   admin dapat dengan mudah
   mempromosikan barang baru ke
   konsumen
- 4. Menu chatting sangat membantu admin dalam menerima kritik, saran, masukan ataupun sekedar tanya tanya daru semua konsumen.

## IV. DAFTAR PUSTAKA

- AEKI.2008. Tentang Kopi Indonesia dan Sejarah AEKI.http://aeki-aice.org/pagetentang-kami/id
- Arifin, E. Zaenal, 2006, Dasar-dasar Penulisan Karya Ilmiah (Edisi Revisi), Jakarta:PT.Grasindo, 2006
- Arief, M.Rudianto. 2011. Pemrograman

  Web Dinamis Menggunakan Php

  dan Mysql. Yogyakarta: ANDI

Brown, Stanley W, 2000, *Customer Relationship Management*, John Wiley and Sons, Canada,Ltd. Singapore, ch. Preface.

Gaffar, Vanessa. 2007. *CRM dan MPR Hotel*. Bandung: Alfabeta.

Griffin, Jill. 2003. Customer Loyalty. Terjemahan oleh Dwi Kartini Yahya, Jakarta: Erlangga

https://bukubukubekas.wordpress.com/ 2013/12/12/e-zaenal-arifin-dasar-dasarpenulisan-karangan-ilmiah/

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

Kendall, J.E. & Kendall, K.E.2010. Analisis dan PerancanganSistem. Jakarta: Indeks.

Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan oleh Hendra Teguh dan Ronny Antonius. Edisi Bahasa Indonesia Jilid 1.Jakarta: PT.Prenhallindo.

Kundre, wisnubadhra, suselo, 2013. membuat "Penyusunan sekripsi tentang penerapan *CRM* dengan dukungan teknologi informasi" pada PO.Chelsy. Martin Fowler, *Unfied Modelling Language(UML)*, http://elib.unikom.ac.i

Hendri (2008:5) tentang jenis-jenis diagram uml pada http://santika.ilearning.me/2-2-1-



- konsep-dasar-uml-unified modelinglanguage/
- Hendri (2008:6) pada

  <a href="http://santika.ilearning.me/2-2-1-">http://santika.ilearning.me/2-2-1-</a>
  <a href="konsep">konsep</a> dasar- uml- unifiedmodeling-language/</a>
- Junaedi, Fajar. 2005. Panduan Lengkap
  Pemrograman PHP untuk
  Membuat WEB Dinamis.
  Yogyakarta:PD. Anindya
- Munawar, 2005. Pemodelan Visual Dengan UML. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Nugroho, Adi. (2008) pemetaan (mapping)

  Unified Modeling

  Language(UML) Retrieved

  september 20, 2011, from

  shvoong.com:
  - http://www.id.shvoong.com
- Nugroho, Adi. (2008) Retrieved september 20, 2011, from shvoong.com: <a href="http://www.id.shvoong.com">http://www.id.shvoong.com</a>
- Nugroho.Adi. 2009. Rekayasa Perangkat

  Lunak Menggunakan UML & Java.

  Yogyakarta: Andi Offset.
- Nugraha & komara, 2014. tentang

  perangkat lunak berbasis web

  dengan menggunakan metode CRM

  (customer relationship

  managemen)
- Nore, 2013. membuat "perancangan sistem informasi penjualandan pemesanan produk berbasis *web*" pada CV.Richnes development.

- Prabowo Pudjo Widodo, Oktober 2011
  Tentang Penggunaan UML jumlah
  halaman 230.
- Sulhan, Mohammad.2007. Pengembangan

  Aplikasi Berbasis Web dengan

  PH & ASP. Yogyakarta: Gava

  Media.
- Widjaja, Tunggal Amin. 2008. Dasar-dasar Customer Relationship
  Management. Jakarta: Harvarindo.