

Sistem Penjualan Logam Pada PT. Semarang Jaya Makmur Dengan Metode *Customer Relationship Management* (CRM)

Alek Sergius Romansyah¹, Fatkhul Amin²

^{1,2}Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang, Indonesia

Email : alexsergius58@gmail.com¹, Fatkhulamin@edu.unisbank.ac.id²

Abstract

Customer Relationship Management (CRM) is a marketing strategy that seeks to create good relationships for provider companies with consumers and potential customers, which is expected to make consumers loyal and loyal to the company. To help prospects in the sales sector, convert them into consumers and retain pre-existing customers, satisfied and loyal consumers will lead to a relationship that lasts not only between sellers and buyers, but rather a partner relationship. Customer Relationship Management (CRM) is a method used to plan, schedule, and control activities before sales and after sales within the company. allows companies to manage budgets very well, as well as affordable sales and services. Make operational activities more efficient. The existence of this CRM method increases the service felt by consumers increased to 85% compared to before the implementation of this method, which was 55% and consumers became more satisfied and the company is also increasingly known in many other large companies.

Keywords: CRM, Sales System, Web,, PT. Semarang Jaya Makmur

Abstrak

Customer Relationship Management (CRM) sebuah strategi pemasaran yang berupaya menciptakan hubungan baik bagi perusahaan penyedia dengan konsumen maupun calon konsumen, yang diharapkan bisa membuat konsumen menjadi setia serta loyal terhadap perusahaan. Untuk membantu prospek pada sektor penjualan, mengubahnya menjadi konsumen serta mempertahankan konsumen yang sudah ada sebelumnya, konsumen yang puas dan loyal akan menyebabkan hubungan yang berlangsung bukan hanya antara penjual dan pembeli, namun lebih ke suatu hubungan mitra. Customer Relationship Management (CRM) adalah sebuah metode yang dimanfaatkan untuk perencanaan, penjadwalkan, dan pengendalian aktivitas sebelum penjualan dan setelah penjualan yang ada didalam perusahaan. memungkinkan perusahaan untuk proses pengelolaan anggaran dengan sangat baik, serta penjualan dan pelayanan yang terjangkau. Membuat aktivitas operasional menjadi lebih efisien. Adanya metode CRM ini peningkatan layanan yang dirasakan para konsumen meningkat menjadi 85% dibanding sebelum diterapkannya metode ini yaitu sebesar 55% dan konsumen menjadi semakin puas serta perusahaan yang juga semakin dikenal dibanyak perusahaan besar lainnya.

Kata kunci: CRM, Sistem Penjualan, Web, PT. Semarang Jaya Makmur

1. PENDAHULUAN

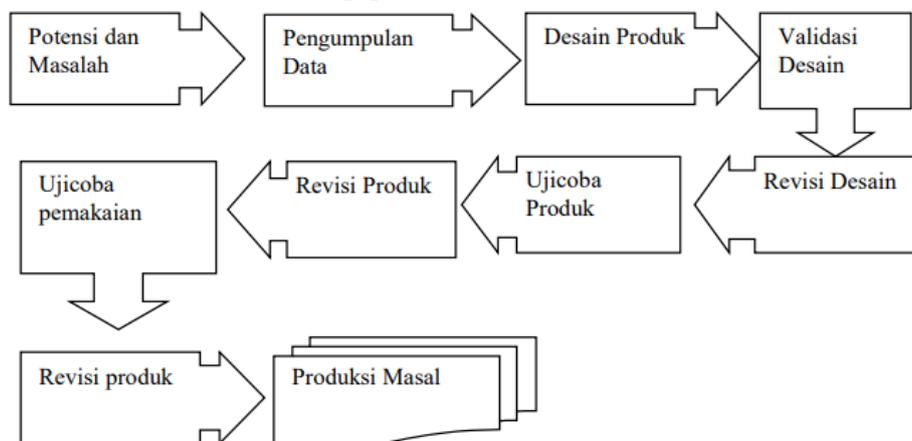
Customer Relationship Management (CRM) merupakan strategi pemasaran yang berupaya menciptakan hubungan baik bagi perusahaan penyedia dengan konsumen maupun calon konsumen, yang diharapkan bisa membuat konsumen menjadi setia serta loyal terhadap perusahaan[1]. Untuk membantu prospek pada sektor penjualan, mengubahnya menjadi konsumen serta mempertahankan konsumen yang sudah ada sebelumnya, konsumen yang puas dan loyal akan menyebabkan hubungan yang berlangsung bukan hanya antara penjual dan pembeli, namun lebih ke suatu hubungan mitra[3]. Customer Relationship

Management (CRM) merupakan sebuah metode yang dimanfaatkan untuk merencanakan, menjadwalkan, dan mengendalikan aktivitas sebelum penjualan dan setelah penjualan yang ada didalam perusahaan[4]. Manfaat *Customer Relationship Management* (CRM) yang lain yaitu, memungkinkan perusahaan untuk proses pengelolaan anggaran dengan sangat baik, serta penjualan dan pelayanan yang terjangkau dalam aturan program pemasaran yang spesifik ke konsumen yang tepat serta pada waktu yang tepat juga. Membuat aktivitas operasional menjadi lebih efisien, Time to Market jadi meningkat karena mampu mengumpulkan data trend pembelian serta informasi dari konsumen yang akan membuat produk masuk ke pasar dan juga pendapatan yang dapat meningkat juga.

Dalam hal ini PT. Semarang Jaya Makmur dalam strategi penjualan masih menggunakan cara manual, belum terdigitalisasi, yang dimana perusahaan harus mengirimkan sample produk ke konsumen. Data penjualan di catat pada nota penjualan untuk di rekap menjadi sebuah laporan penjualan. Sistem pada PT. Semarang Jaya Makmur ini perlu diperbaiki guna memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen[2]. Maka dari itu PT. Semarang Jaya Makmur membutuhkan sistem yang mendukung proses penjualan suatu produk ke konsumen dengan Metode *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web. Yang diharapkan dengan adanya sistem ini mampu mempromosikan produk, menjaga hubungan baik dengan konsumen, meningkatkan loyalitas, dan kemudahan kepada konsumen untuk mengakses produk yang ditawarkan[5]. Maka dari permasalahan tersebut disusunlah tugas akhir dengan judul “Sistem Penjualan Logam Pada PT. Semarang Jaya Makmur dengan Menggunakan Metode *Customer Relationship Management* (CRM)”.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, *Research and Development (R&D)*. Menurut Sukmadinata (2008) R&D adalah pendekatan penelitian untuk menghasilkan produk baru atau menyempurnakan produk yang sudah ada. Berikut alur dari R&D[6].



Gambar 1. Gambar 1. Bagan Alur Model Pengembangan R&D

2.1. Metode Pengembangan Sistem

Metode pengembangan sistem menggunakan *Prototyping*. Metode *Prototyping* adalah metode pengembangan sistem yang memberikan gambaran tentang cara kerja sistem yang akan dibuat.

Menurut Ogedebe (2012) Ada langkah-langkah dalam penerapan prototyping[7].

- a) Pengumpulan kebutuhan
- b) Proses desain yang tepat
- c) Membangun prototipe
- d) Evaluasi dan perbaikan

2.2. Pengumpulan Data

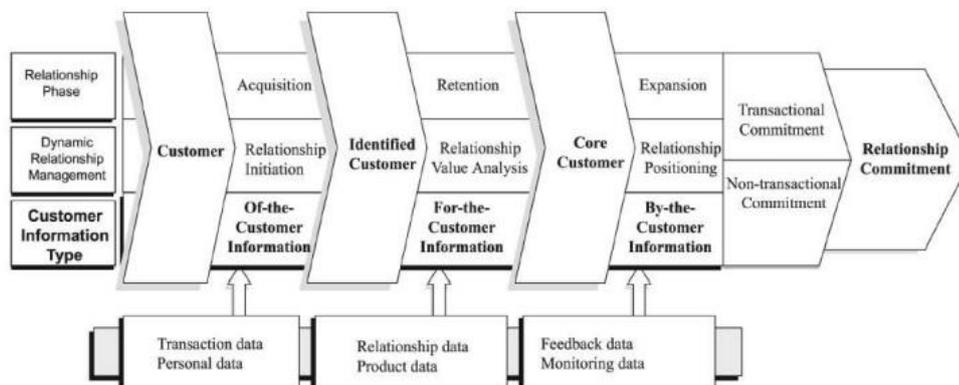
Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode :

- a) Observasi
Pengambilan data secara langsung pada PT. Semarang Jaya Makmur dengan Human Recource Department (HRD) untuk segera dilakukan riset.
- b) Wawancara
Pengambilan data dengan cara memberikan pertanyaan secara langsung dengan Human Recource Department (HRD) PT. Semarang Jaya Makmur.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Customer Relationship Mmanagement adalah kegiatan operasional antara perusahaan dengan customer yang diharapkan mampu menjaga hubungan baik bersama customer supaya aktivitas negosiasi yang berlangsung dapat berlanjut.

Menurut Newell (terapibisnis.com 2009) bahwa CRM merupakan pembelajaran tabiat konsumen dari waktu ke waktu, pelayanan ke pelanggan dan membangun kekuatan terhadap konsumen dan penyedia[8] . Kotler dan Keller (2009) mengungkap CRM ialah sebuah prosedur pengelolaan data yang rinci mengenai konsumen individu serta secara teliti menata semua konsumen demi meningkatkan kesetiaan pelanggan[9].



Gambar 2. Siklus CRM

Gambar 2 merupakan siklus CRM yang terdiri dari 3 proses atau fase, yakni : Acquisition – Retention – Expansion, proses diatas mampu diuraikan sebagai berikut[10]:

a) Aquisition

Proses ini berfungsi mendapatkan konsumen baru yang diterapkan dengan berbagai langkah. Keyword yang berhubungan dengan fase ini yaitu perbedaan, inovasi, serta kenyamanan.

b) Retention

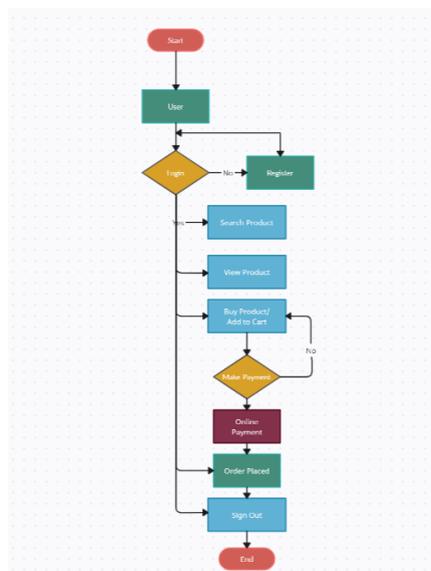
Proses dimana perusahaan mengambil langkah untuk mempertahankan konsumen dengan cara meningkatkan layanan yang baik ke konsumen. Proses ini begitu penting untuk perusahaan karena pilihan bagi konsumen menjadi lebih banyak. Keyword yang dikaitkan dalam tahap ini yaitu adaptability, listening, serta responship

c) Expansion

Proses dimana merawat ikatan baik dengan konsumen, dengan selalu memperhatikan keinginan konsumen serta melayaninya dengan sangat baik, maka terbentuknya konsumen yang loyal terhadap perusahaan. Keyword yang dikaitkan dalam tahap ini yaitu loyalty, reduce cost, serta customer service

3.1. Sistem Yang Dibuat

Sistem yang dibuat ialah aplikasi basis web yang mampu dipakai untuk memesan tembaga atau logam lainnya. Customer dapat dengan mudah mengetahui jenis atau kategori tembaga, alumunium, ataupun logam yang dijual, serta harga per kilogramnya. Sistem ini juga akan selalu mengupdate harga di setiap kategori barang yang dijual secara berkala. Sistem ini mempunyai kelebihan yakni customer tidak perlu memikirkan biaya pengiriman, karena biaya pengiriman ditanggung oleh seller.



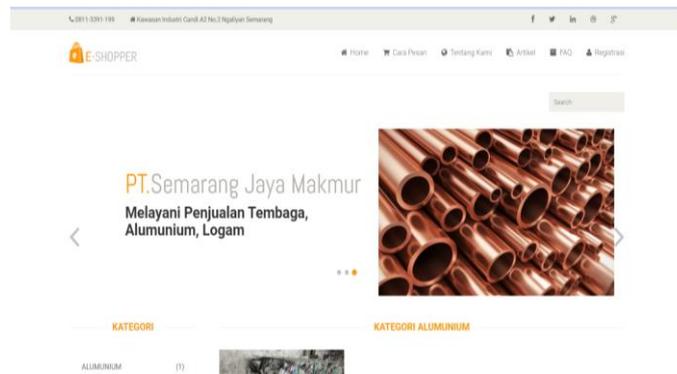
Gambar 3. Flowchart alur pembelian

3.2. Implementasi

3.2.1. Halaman Untuk Customer

1. Halaman Utama

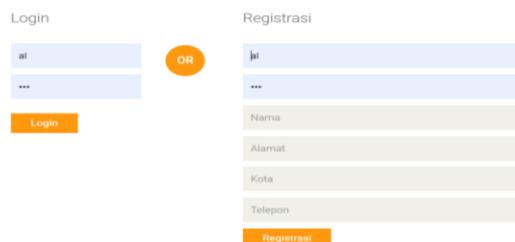
Halaman Utama merupakan halaman yang pertama kali muncul ketika user/pelanggan mengakses website. Gambar 4 menunjukkan gambar halaman utama.



Gambar 4. Halaman Awal

2. Halaman Login/ Registrasi

Halama Login/ Registrasi disini user atau pelanggan bisa melakukan login atau registrasi atau daftar user baru untuk bisa mengakses konten yang ada didalam e-commerce. Gambar 5 menunjukkan halaman login atau registrasi untuk pelanggan



Gambar 5. Halaman Login

3. Halaman Checkout

Setelah memilih produk / barang, user dapat menentukan tonase yang ingin dibeli lalu klik checkout now. Gambar 6 merupakan halaman checkout atau keranjang.



Gambar 6. Halaman Checkout

4. Halaman Konfirmasi Pembayaran

Halaman Konfirmasi Pembayaran untuk memberitahu admin bahwa user sudah melunasi pembayaran atas barang yang dibeli disertai bukti transfer. Gambar 7 merupakan halaman untuk mengkonfirmasi pembayaran.

Nama : Alex
 Nomor Transaksi : TR-2306-0003
 Tanggal Transfer : 06-06-2023
 Jam Transfer : 05.58
 Bank Asal : BCA
 No Rekening : 3754215845
 Atas Nama : Alex sergius romansa
 Jumlah Transfer : 270000
 Bank Tujuan : BCA 2465350308
 Bukti Transfer : No file chosen

Gambar 7. Halaman Konfirmasi Pembayaran

3.2.2. Halaman Untuk Admin

Halaman order memungkinkan admin untuk mengetahui siapa / perusahaan apa saja yang sedang order, disini admin juga mampu mengisi nomor resi ke orderan tersebut lalu memprosesnya. Gambar 8 merupakan gambar halaman untuk melihat orderan yang masuk.

No.	No Order	Tanggal	Barang	Pelanggan	Status	Konfirmasi	Proses
1	TR-2306-0007	07-06-2023	1 B0003 TS Rp. 123.750 jml : 1 Kg Grand Total : 123.750	Alex login : sergiusalex9@gmail.com	Pending		
2	TR-2306-0006	07-06-2023	1 B0002 TEMBAGA PIPA Rp. 270.000 jml : 1 Kg Grand Total : 270.000	Alex login : sergiusalex9@gmail.com	Pending		
3	TR-2306-0005	07-06-2023	1 B0003 TS Rp. 123.750 jml : 100 Kg Grand Total : 12.375.000	Alex login : sergiusalex9@gmail.com	Pending	1 Sudah transfer untuk pembayaran order ID TR-2306-0005, sebesar Rp 12375000, ke Bank BCA 2465350308, dari Bank BCA 3754215845, A/N Alex sergius romansa. Transfer tanggal 06-06-2023	

Gambar 8. Halaman Order Untuk Admin

Halaman Laporan Barang ini memungkinkan admin untuk mengetahui jumlah stock yang masih tersedia. Gambar 9 merupakan halaman untuk melihat jumlah stock tersedia.



MASTER ORDER ARTIKEL FAQ PENGGUNA LAPORAN LOGOUT						
LAPORAN BARANG						
No.	KODE BARANG	NAMA BARANG	KATEGORI	HARGA	STOK	PIC
1	B0003	TS	Tembaga	125.000	43	
2	B0002	Tembaga Pipa	Tembaga	300.000	93	
3	B0004	SKB	Aluminium	26.000	30.000	

Semarang, 08-06-2023
Pimpinan
(.....)

Gambar 9. Halaman Laporan Barang

Halaman laporan penjualan berisikan laporan penjualan setiap bulan, disini admin juga bisa mengecek nomor transaksi, tanggal transaksi, kekurangan pembayaran, dan lain-lain. Gambar 10 merupakan halaman laporan penjualan

LAPORAN PENJUALAN						
No.	NO TRANSAKSI	TANGGAL	DETAIL TRANSAKSI	PELANGGAN	KEKURANGAN	KONFIRMASI
1	TR-2306-0004	07-06-2023	1 B0003 TS Rp. 123.750ml : 1 Kg Grand Total : 123.750	Alex login : sergiusalex9@gmail.com Alamat Pengiriman Jl.kaki trohudo nganjuk Telepon 082236855892	0	1 Sudah transfer untuk pembayaran order ID TR-2306-0004, sebesar Rp 123750, ke Bank BCA 2485350308, dari Bank BCA 3754215845, A/N Alex sergius romansa. Transfer tanggal 06-06-2023 jam 11:29 
2	TR-2306-0005	07-06-2023	1 B0003 TS Rp. 123.750ml : 100 Kg Grand Total : 12.375.000	Alex login : sergiusalex9@gmail.com Alamat Pengiriman Jl.kaki trohudo nganjuk Telepon 082236855892	0	1 Sudah transfer untuk pembayaran order ID TR-2306-0005, sebesar Rp 12375000, ke Bank BCA 2485350308, dari Bank BCA 3754215845, A/N Alex sergius romansa. Transfer tanggal 06-06-2023 jam 05:58 
3	TR-2306-0003	07-06-2023	1 B0003 TS Rp. 123.750ml : 1 Kg Grand Total : 123.750	Alex login : sergiusalex9@gmail.com Alamat Pengiriman Jl.kaki trohudo nganjuk Telepon 082236855892	0	1 Sudah transfer untuk pembayaran order ID TR-2306-0003, sebesar Rp 123750, ke Bank BCA 2485350308, dari Bank BCA 3754215845, A/N Alex sergius romansa. Transfer 

Gambar 10. Halaman Laporan Penjualan

Berdasarkan pada beberapa pengujian yang dilakukan, grafik yang ada pada aplikasi ini mampu memantau atau mendeteksi produk apa saja yang paling sering dibeli oleh konsumen. Dengan demikian diharapkan perusahaan mampu meningkatkan kualitas produk untuk semakin ditingkatkan guna untuk meningkatkan rasa kepercayaan dan kesetiaan konsumen pada perusahaan. Gambar 11 menunjukkan grafik dari hasil penjualan selama satu bulan.



Gambar 11. Grafik Penjualan

4. SIMPULAN

Adapun kesimpulan dari penelitian bahwa aplikasi yang dibuat mampu meningkatkan layanan sebesar 85% untuk konsumen yang sebelumnya hanya 55%. Sehingga diharapkan perusahaan mampu dikenal di kalangan perusahaan besar lainnya. Aplikasi membuat Konsumen mudah memesan produk yang ingin dibeli dan bisa meningkatkan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rusliyawati, Damayanti, & Sefrizal, N. P. (2020). Implementasi Metode Saw Dalam Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Model *Social Customer Relationship Management*. *Jurnal Ilmiah Edutic*, 13-17.
- [2] Muh, S. M., Dewi, H., Neni, M., & Jepersen, H. (2018). E-Commerce Penjualan Menggunakan Metode *Customer Relationship Management (Crm)*. *Jurnal Mantik Penusa*, 98-104.
- [3] Alexandra, C. H., Felicia, G., & Astra, Y. (2020). Analisa Manfaat *Customer Relationship Management* Pt. Euroauto Trans Pratama. *Jurnal E-Komunikasi*, 2-8.
- [4] Siregar, D. N. P., Cahyani, W., & Chaniago, A. U. (2020). Pengaruh *Customer Relationship Management (Crm)* Terhadap Loyalitas Pengguna Irian Card (I-Card) Pada Irian Dept Store & Supermarket Medan Marelan. *Jurnal Saintikom (Jurnal Sains Manajemen Informatika Dan Komputer)*, 19(1), 17-23.
- [5] Siallagan, Y. O., Saragih, N. F., & Hutapea, J. M. (2020). Implementasi *Customer Relationship Management (Crm)* Pada Toko Roti Ganda Berbasis Web. *Methodika: Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 6(1), 6-13.
- [6] Asifuddin, A., Huda, H. I., & Mustofa, Z. (2021). Sistem Informasi Akuntansi Penyusutan Aktiva Tetap Dengan Metode Garis Lurus Pada Smk Muhammadiyah 1 Weleri Berbasis Web. *Elkom: Jurnal Elektronika Dan Komputer*, 14(2), 216-223.
- [7] Purnomo, D. (2017). Model Prototyping Pada Pengembangan Sistem Informasi. *Jimp (Jurnal Informatika Merdeka Pasuruan)*, 2(2).
- [8] Tibrani, T., Anggraini, D., & Tamrin, F. C. (2021). Pengaruh *Customer Relationship Management*, Nilai Nasabah, Kepercayaan Nasabah Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt Bank Bukopin Cabang Batam. *Equilibiria*, 8(1).
- [9] Santosa, S., & Febriadi, Y. (2022). Pengaruh *Customer Relationship Management (Crm)* Terhadap Loyalitas Pelanggan Korporat Pada Penggunaan Layanan Pengiriman Surat Dan Paket Di Kantor Pos Bengkulu 38000. *Pro Mark*, 12(1).
- [10] Nugraha, K. A., & Widianti, U. D. (2019). Sistem Penanganan Keluhan Dan Pengembangan Produk Di Mutiara Packaging Menggunakan Pendekatan *Crm*. *Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 8(2), 69-76.