

Aplikasi Operational *Customer Relationship Management* Pemasaran Keripik Jamur Bu Sayom

Arfiani Nur Khusna
Teknik Informatika
Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta
arfiani.khusna@tif.uad.ac.id

Abstrak—*Customer Relationship Management (CRM)* adalah sebuah konsep yang membantu perusahaan mengelola semua aspek hubungan pelanggan, termasuk pemasaran, penjualan, purna jual, dan program pelanggan retainment. Tujuan dari pelaksanaan CRM adalah untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam rangka mempertahankan loyalitas pelanggan kepada perusahaan. Saat ini Keripik Jamur Bu Sayom tidak memiliki sistem yang mendukung pemasaran *online*, pemasaran yang saat ini dilakukan hanya melalui pemasaran *offline* dan belum adanya upaya pemasaran produk yang lebih jauh dan lebih luas padahal tingkat persaingan pemasaran *offline* yang tinggi menyebabkan kesulitan dalam memasarkan produk sehingga menyebabkan penjualan produk jamur stagnan dan tidak ada peningkatan penjualan yang signifikan. Penerapan konsep CRM dilakukan dengan merancang sistem untuk Keripik Jamur Bu Sayom. Konsep CRM yang diterapkan berfokus pada Operasional CRM berbasis *website* dengan menggunakan aplikasi google map yaitu pelanggan dengan mudah mendapatkan produk keripik jamur dan mendapatkan informasi akurat mengenai tersedianya stok yang tersedia pada masing-masing toko. Sistem ini diuji menggunakan pengujian fungsional secara *black-box* dan *user testing*. Berdasarkan pengujian fungsional secara *black-box*, sistem sudah dapat berjalan dengan baik, dengan ditandai bahwa tiap-tiap fungsi sistem dapat dijalankan tanpa kesalahan. Sedangkan hasil pengujian *user testing* dari sudut pandang pelanggan cenderung positif, mayoritas berpendapat setuju dalam kemudahan sistem maupun dalam manfaat sistem. Ini menunjukkan bahwa sistem telah mampu menjalankan fungsi utamanya serta memberikan kemudahan dan potensi manfaat bagi pelanggan Keripik Jamur Bu Sayom.

Kata kunci—*operational; customer relationship management; pemasaran*

I. PENDAHULUAN

Customer Relationship Management (CRM) adalah suatu usaha yang mendukung suatu perusahaan untuk berusaha agar hubungan dengan konsumen tetap terjaga. Tujuan utama dari CRM adalah menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggan secara efektif dan efisien dengan melalui berbagai macam teknik metode dan teknologi. CRM akan mengolah dan menganalisis data kemudian dipergunakan untuk berinteraksi dengan pelanggan, dengan demikian diharapkan dapat mengembangkan hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Dengan semakin cepatnya alur informasi yang berada pada saat ini dan perkembangan zaman yang begitu cepat, maka pemanfaatan teknologi dan informasi sangat dibutuhkan oleh

semua orang terutama perusahaan-perusahaan yang ingin cepat mengembangkan sayapnya dan serta dapat bersaing dalam era globalisasi saat ini.

Customer Relationship Management (CRM) menjadi istilah yang pada beberapa tahun terakhir ini semakin populer. Ditambah dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin merambah berbagai aplikasi bisnis, CRM menjadi salah satu proses bisnis yang menarik untuk diperbincangkan. *Customer Relationship Management (CRM)* meliputi semua aspek yang berkenaan dengan interaksi suatu perusahaan dengan pelanggannya. Hal ini bisa berupa penjualan jasa ataupun barang. Semuanya berawal dari kegiatan marketing terhadap pelanggan. Kegiatan marketing mengelola seluruh aspek dari daur hidup pelanggan, mulai dari *sales, acquisition, fulfillment*, hingga *retention*.

Keripik jamur bu sayom merupakan pelopor dan produsen keripik jamur di wilayah Ngaglik Sleman, keripik jamur yang diproduksi hanya dipasarkan di toko dan rumah makan terdekat. Wilayah Ngaglik Sleman merupakan daerah produsen jamur dan sebagian besar warganya menjadikan bertanam jamur sebagai mata pencahariannya. Tingkat persaingan yang tinggi menyebabkan keripik jamur bu sayom kesulitan dalam memasarkan produk sehingga penjualan produk jamur bu sayom stagnan dan tidak ada peningkatan penjualan yang signifikan.

Perkembangan dunia saat ini sudah menuju arah sistem informasi menggunakan aplikasi google map, dimana kebanyakan pengguna *smartphone* dengan mudah menemukan suatu tempat tanpa harus mengenal daerah yang baru didatanginya. Adanya aplikasi goggle map juga memudahkan orang-orang untuk menemukan tempat yang dicari tanpa harus terjun ke lapangan untuk berkeliling mencari tempat yang dituju.

Teknologi informasi berbasis web saat ini berkembang sangat cepat. Hal tersebut terjadi karena didorong oleh banyaknya kebutuhan akan informasi yang cepat dan akurat. Karena itu aplikasi CRM berbasis web menjadi salah satu solusi untuk membantu pemasaran produk jamur bu sayom karena dapat memberikan informasi yang cepat dan akurat.

II. LANDASAN TEORI

A. Customer Relationship Management

Dalam perkembangannya, CRM adalah sebuah istilah industri TI untuk metodologi, strategi, perangkat lunak (*software*) atau aplikasi berbasis web yang mampu membantu sebuah perusahaan untuk mengelola hubungannya dengan para pelanggan. CRM adalah Metode yang memaparkan katagori pada konsep, *tools* dan proses penetapan, pengembangan, pemeliharaan dan optimisasi dari hubungan yang berharga satu sama lain dalam jangka panjang antara konsumen dan organisasi [2].

CRM adalah kombinasi dari proses bisnis dan teknologi untuk memperoleh informasi agar dapat memahami pelanggan-pelanggan perusahaan dari berbagai sudut pandang: siapa mereka, apa yang mereka lakukan, dan apa yang mereka suka [1].

Kerangka komponen CRM diklasifikasikan menjadi tiga: [1]

1. Operasional CRM

CRM operasional dikenal sebagai *front office* perusahaan. Aplikasi CRM ini berperan dalam interaksi dengan pelanggan. CRM operasional mencakup proses otomatisasi yang terintegrasi dari keseluruhan proses bisnis, seperti otomatisasi pemasaran, dan pelayanan. Salah satu penerapan CRM yang termasuk dalam kategori operasional CRM adalah dalam bentuk aplikasi web. Melalui web, suatu perusahaan dapat memberikan pelayanan kepada pelanggan.

2. Analitik CRM

CRM analitik dikenal sebagai *back office* perusahaan. Aplikasi CRM ini berperan dalam memahami kebutuhan pelanggan. CRM analitik berperan dalam melaksanakan analisis pelanggan dan pasar, seperti analisis trend pasar dan analisis perilaku pelanggan. Data yang digunakan pada CRM analitik adalah data yang berasal dari CRM operasional.

3. Collaborative CRM

Aplikasi kolaborasi yang meliputi e-mail, *personalized publishing*, *e-communities*, dan sejenisnya yang dirancang untuk interaksi antara pelanggan dan organisasi. Tujuan utamanya adalah menyemangati dan menyebarkan loyalitas pelanggan ke pelanggan lain yang masih belum berada di level kesetiaan pelanggan. *Collaborative CRM* juga mencakup pemahaman atau kesadaran bahwa pelanggan yang setia dapat menjadi magnet bagi pelanggan lain.

B. Google Maps API

Google Maps API (Application Programming Interface) adalah layanan gratis yang diberikan oleh Google dan sangat populer. *Google Maps* adalah suatu peta dunia yang dapat kita gunakan untuk melihat suatu daerah. Dengan kata lain, *Google Maps* merupakan suatu peta yang dapat dilihat dengan menggunakan suatu *browser*. Kita dapat menambahkan fitur *Google Maps* dalam web yang telah kita buat atau pada blog kita yang berbayar maupun gratis sekalipun dengan *Google Maps API*. [4]

Pada *Google Maps API* terdapat 4 jenis pilihan model peta yang disediakan oleh Google, yaitu: [4]

1. *Roadmap*, untuk menampilkan peta biasa 2 dimensi.
2. *Satellite*, untuk menampilkan foto satelit.

3. *Terrain*, untuk menunjukkan relief fisik permukaan bumi dan menunjukkan seberapa tingginya suatu lokasi, contohnya akan menunjukkan gunung dan sungai.

4. *Hybrid*, akan menunjukkan foto satelit yang diatasnya tergambar pula apa yang tampil pada roadmap (jalan dan nama kota).

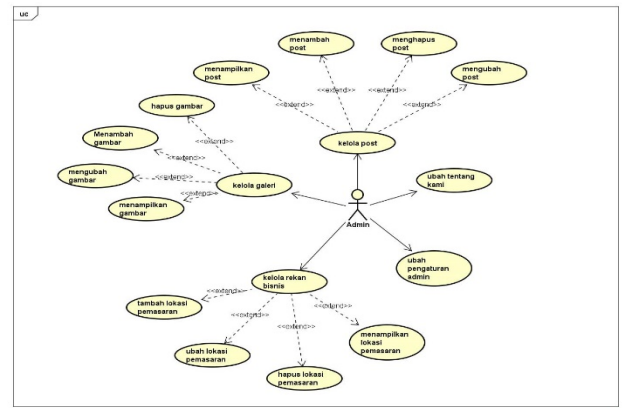
III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap yang melakukan analisa terhadap sistem yang telah berjalan dan sistem yang akan dibuat berkaitan dengan proses yang berjalan di keripik jamur bu sayom. Berdasarkan data yang berhasil dikumpulkan maka diperoleh data atau informasi yang akan digunakan dalam menganalisis dan merancang sistem informasi yang akan dibuat.

A. Analisa Kebutuhan User

Analisa kebutuhan user dibagi menjadi dua yaitu admin dan pengunjung

1. Admin

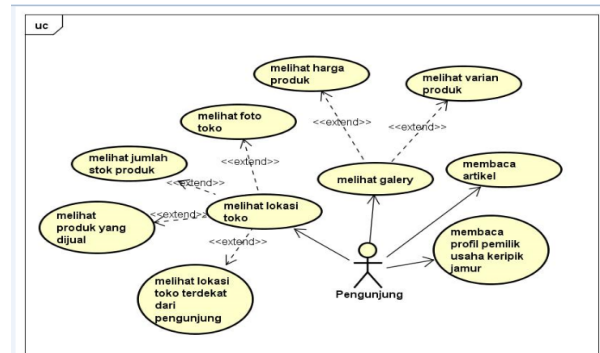


Gambar 1. Diagram Use Case Admin Website

Admin bertugas dalam pengelolaan website. Kebutuhan sistem yang diharapkan antara lain :

- a. Mengelola artikel.
- b. Mengelola galeri.
- c. Mengelola rekan bisnis.
- d. Mengubah pengaturan admin.
- e. Mengelola tentang kami

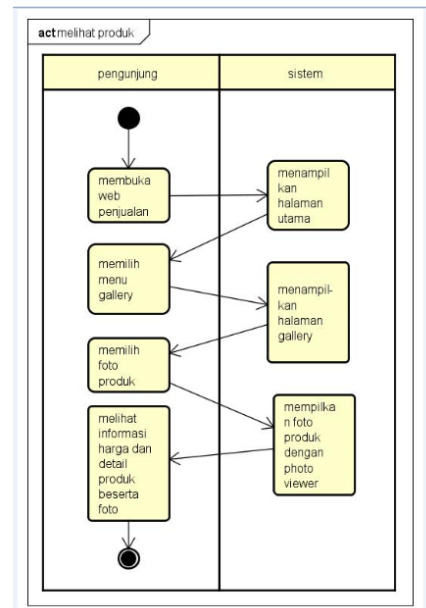
2. User



Gambar 2. Diagram Use Case pengunjung Website

- Pengunjung dapat mengakses website, antara lain:
- Melihat lokasi toko. Informasi yang didapat berupa pin-pin yang tercantum dalam *google map*. sehingga pengunjung dapat mengetahui lokasi toko penjualan keripik jamur yang terdekat dari lokasi pengunjung tersebut, melihat stok produk dari masing-masing toko dan melihat foto produk yang dijual.
 - Membaca profil pemilik usaha keripik jamur. Informasi yang didapat berupa sejarah singkat usaha keripik jamur, dan beberapa standar kelayakan produksi di paparkan untuk meyakinkan pengunjung akan keunggulan dari keripik jamur ini.
 - Melihat galeri. Berisi foto foto produk keripik jamur beserta keterangan harga guna memberi informasi harga jual keripik jamur sayom sejati di pasaran.
 - Membaca artikel. Pengunjung dapat membaca artikel yang kaitannya dengan manfaat jamur, berita terbaru tentang jamur dan informasi yang layak di posting agar pengunjung dapat mengetahui manfaat jamur.

2. Alur melihat produk



Gambar 4. Alur melihat produk

Gambar 4 menunjukkan aktifitas melihat produk oleh pengunjung dimulai dengan membuka web penjualan kemudian memilih menu gallery, memilih foto produk dan melihat informasi harga dan detail produk.

C. Implementasi

Aplikasi Operational CRM berbasis website ini dapat melihat informasi produk dan wilayah pemasaran Keripik jamur Bu Sayom. Terdapat pula menu-menu untuk menuju ke halaman-halaman berikutnya.



Gambar 6. Website pemasaran

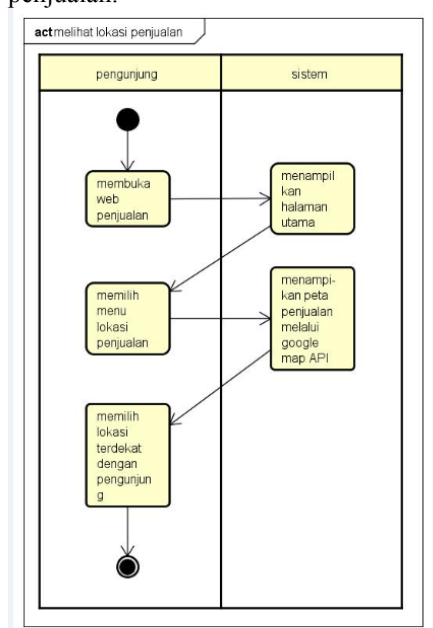
D. Pengujian dan Analisa Hasil

- Pengujian operasional secara Black Box
Berdasarkan hasil pengujian dengan metode *black-box*, semua fungsi di dalam sistem telah dapat dijalankan dengan baik, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa aplikasi operational CRM pemasaran keripik jamur Bu Sayom berjalan sesuai dengan yang diharapkan.
- Pengujian User Testing
 - Variabel Kemudahan Customer

B. Perancangan alur sistem

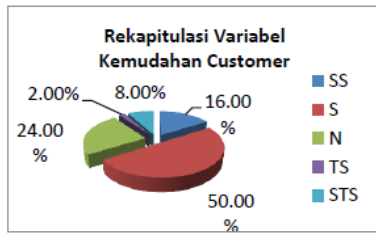
1. Alur melihat lokasi penjualan

Perancangan alur sistem untuk proses melihat lokasi penjualan.



Gambar 3. Alur melihat lokasi penjualan

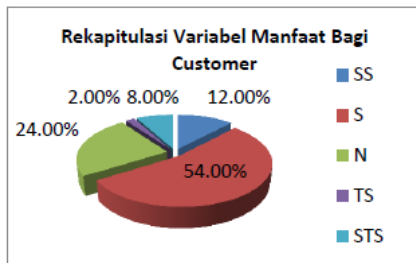
Aktivitas melihat lokasi penjualan oleh pengunjung dimulai dari pengunjung membuka web penjualan, sistem menampilkan halaman utama, pengunjung memilih menu lokasi penjualan kemudian sistem menampilkan peta penjualan termasuk informasi toko dan stok produk masing-masing toko kemudian pengunjung memilih lokasi toko terdekat.



Gambar 7. Hasil *User Testing* Variabel Kemudahan *Customer*

Untuk seluruh pernyataan kemudahan, *Customer* yang menjawab Sangat Tidak Setuju=8%, Tidak Setuju=2%, Netral=24%, Setuju=50%, dan Sangat Setuju=16%. Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa tanggapan responden terbanyak untuk variabel kemudahan adalah cenderung setuju yaitu sebesar 50%. Dari hasil ini dapat diinterpretasikan, bahwa dengan menggunakan aplikasi *Operational CRM* untuk pemasaran dari sudut pandang *Customer* cenderung mudah untuk dioperasikan (*user friendly*).

b. Variabel Manfaat *Customer*



Gambar 8. Hasil *User Testing* Variabel Manfaat *Customer*

Untuk seluruh pernyataan manfaat, yang menjawab Sangat Tidak Setuju=8%, Tidak Setuju=2%, Netral=24%, Setuju=54%, dan Sangat Setuju=12%.

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa tanggapan responden terbanyak untuk variabel manfaat adalah cenderung setuju yaitu sebesar 54%.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan aplikasi dan pengujian hasil, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Aplikasi *Operational Customer Relationship Management (CRM)* yang dibangun sesuai dengan analisa dan perancangan sistem yang telah dilakukan dan telah memenuhi kebutuhan pengguna yang didefinisikan berdasarkan analisis kebutuhan yang dilakukan.
2. Berdasarkan hasil pengujian fungsional secara *black-box*, sistem sudah dapat berjalan dengan baik.

3. Hasil pengujian *user testing* dari sudut pandang customer cenderung positif, sebesar 50% berpendapat setuju dan 16% sangat setuju dalam variabel kemudahan sistem. Selain itu, 54% berpendapat setuju dan 12% sangat setuju dalam variabel manfaat sistem. Maka, kesimpulan dari pelanggan adalah sistem mudah digunakan, dan sistem juga bermanfaat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjaga hubungan pelanggan dengan produsen.
4. Aplikasi yang dibuat sudah memenuhi standar penerapan *Operational CRM* berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dengan hasil manfaat meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan efektifitas pelayanan produsen sesuai dengan tujuan CRM menurut dasar teori yang ada.
5. Melalui aplikasi pemasaran keripik jamur Bu Sayom ini, maka masyarakat semakin banyak yang mengetahui produk keripik jamur ini yang berdampak meningkatnya penjualan keripik jamur serta meningkatkan penghasilan pemilik usaha keripik jamur.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kalakota, R. dan Robinson, M., *E-Business 2.0 Roadmap for Success*, And R. Massachusetts: Addison Wesley Longman Inc, 2001.
- [2] Ovi Dyantina, Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* Berbasis Web. *Jurnal Sistem Informasi* 2012, vol. 4 no. 2, Oktober 2012.
- [3] Gray, Paul. *Customer Relationship Management Version 3-6*. Irvine : University of California, 2001.
- [4] Herdi Bernardus, *Buat Sendiri Aplikasi Petamu Menggunakan CodeIgniter Dan Google Maps API*. Andi Publisher. Yogyakarta. 2012