

Dampak Customer Relationship Management Terhadap Penjualan

Fahmi Rizky Nugraha, Deny Purnama dan Agam Patra
{fahmi.rizky, deny, agam.patra}@raharja.info
STMIK Raharja
Jl. Jenderal Sudirman, Tangerang Cikokol

ABSTRAK

Customer merupakan sesuatu yang penting dalam sebuah perusahaan dimana setiap customer memiliki karakter berbeda, dan Customer relationship Management (CRM) merupakan salah satu cara untuk menjaga hubungan dengan customer. Antara perusahaan, dengan menggunakan customer perusahaan mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggannya sehingga dapat menjalin hubungan dengan erat. Antara perusahaan, karena Customer relationship Management (CRM) customer merasa di pedulikan dan di perhatikan secara khusus baik dari segi pembelian, pemeliharaan, dan complain hal tersebut dapat mempengaruhi customer untuk mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management (CRM); Sales, Customer, Marketing*

1. PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Loyalitas pelanggan merupakan bagian terpenting pada sistem penjualan (Caruana, 2002). Menurut Reichheld dan Sasser (1990), dalam jangka pendek memperbaiki loyalitas pelanggan akan membawa profit pada penjualan. Profit merupakan motif utama konsistensi bisnis, karena dengan keuntungan maka roda perputaran bisnis dari variasi produk dan jasa yang ditawarkan maupun perluasan pasar yang dilayani. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menjaga hubungan kepada pelanggan adalah dengan CRM yaitu Customer Relationship Management. CRM adalah sebuah strategi bisnis untuk memahami, mengantisipasi dan mengelola kebutuhan pelanggan yang potensial dalam suatu organisasi pada saat sekarang dan yang akan datang (Menurut Xu et al)

Menurut Efraim Turban, King, Lee, Liang, Deborah Turban (2017), e-CRM adalah istilah industri yang mencakup metodologi dan perangkat lunak yang dapat membantu memaksimalkan pengelolaan hubungan pelanggan dengan menggunakan cara yang terorganisir.

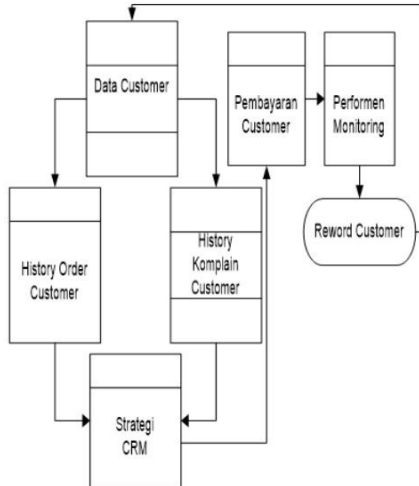
Penelitian ini membahas dampak Customer Relationship Management CRM terhadap penjualan dengan cara melihat history penjualan dan history komplain pelanggan lalu di olah dengan menggunakan strategi CRM

LANDASAN TEORI

1 Definisi Mysql

MySQL adalah nama sebuah database server yang menangani akses database yang selalu dalam bentuk pernyataan SQL (Structured Query Language) yaitu suatu bahasa yang digunakan untuk mengakses database relasional”

METODE PENELITIAN Menggunakan teknik dengan pengumpulan data customer yang dapat membantu mendapatkan keputusan lebih baik yaitu menggunakan observasi dan studi pustaka dengan memperhatikan definisi operasionalisasi variabel. Untuk pengumpulan data mengacu pada dokumen yang berkaitan dengan penelitian baik secara pencatatan maupun secara dokumen CRM metode yang menggunakan pendekatan terhadap konsumen, dimana metode ini lebih banyak mengamati perilaku customer secara berulang ulang baik sekarang atau pun di masa yang akan datang, sehingga dapat memberikan pelayanan terhadap customer dengan menyesuaikan perilaku customer tersebut, sehingga dengan lebih cepat, dan mempertahankan kesetiaan pelanggannya. Berikut gambaran flow proses CRM



Gambar 1. Flow Proses CRM

Data Customer merupakan kumpulan data berbagai jenis customer yang pernah membeli barang,

History Order semua rekaman transaksi order baik yang sudah dikirim ataupun proses

Pembayaran customer merupakan data di mana customer yang mempunyai riwayat pembayaran lancar atau tidak lancar

Performen monitoring merupakan data untuk mengukur seberapa banyak customer yang setiap bulannya sudah melakukan pembayaran dan pemesanan

History komplain dimanarekapan semua komplain customer tercatat baik komplain order atau pun komplain masalah barang. Strategi CRM yang akan mengolah dari History Order dan History Komplain Customer merujuk pada pembayaran customer untuk dilihat secara performen monitoring untuk menentukan reward customer.

HASIL PENELITIAN

Berikut tabel sales

id_kole	id_kole	id_kole	id_kole	id_kole	id_kole	id_kole	id_kole	id_kole	id_kole	id_kole
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16
17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17
18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19
20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

Gambar 2. Database Sales

Berdasarkan tabel sales dapat dilihat proses bisnis di penanganan customer menjadi lebih efisien karena menekankan dari data order dan data tersebut di tambahkan satu kolom yaitu tanggal terima barang dan reject barang sehingga dapat mengetahui kapan transaksi tersebut terjadi

Berikut tabel complain :
Sebelum

Modify	id_complain	title_complain	description
edit	1	Bumber Pecah	Untuk perbaikan mobil kapan se
edit	2	Progres order	Sudah berapa unit yang sudah s
edit	3	Perbaikan cat	Tolong rapikan cat nya warna

Gambar 3. Database Komplain

Dari tabel complain dan penjualan diatas menunjukkan bahwa kurang lengkapnya data yang di butuhkan untuk merekam setiap transaksi customer sehingga akan sulit melihat history dan komplain mana yang harus di dahulukan

Setelah menggunakan metode CRM dengan menambahkan beberapa parameter di Mysql

id_kole	id_complain	title_complain	description	date_complain	date_solve	cs_name	action
edit	1	Bumber Pecah	Untuk perbaikan mobil kapan se	2018-05-01 01:20:40	2018-05-01 02:20:40	adella	10 unit
edit	2	Progres order	Sudah berapa unit yang sudah s	2018-05-03 03:30:34	2018-05-03 03:30:34	lami	3 unit
edit	3	Perbaikan cat	Tolong rapikan cat nya warna	2018-05-03 09:16:34	2018-05-03 11:09:05	adella	sedang di repar

Gambar 4. Database KomplainUpdate

Seperti gambar di atas terdapat beberapa perubahan terhadap stuktur data sehingga lebih cepa tuntut mendahulukan komplain bedasarkan tanggal

Modify	olap_store_qty_id	store_name	qty	years
edit	1	Halim	2964000	2018
edit	2	Ps Senis	22000	2018
edit	3	Surabaya Madu	14000	2018

Gambar 5. Database KenaikanPenjualan

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil peneitian dengan metode CRM penjualan di dampak CRM sangat berpengaruh dalam penjualan dan loyalitas pelanggan karena dapat mengetahui secara jelas apa yang di butuhkan oleh customer baik dari segi komplain dan pesanan sehingga dapat memberikan reward secara tepat kepada customer yang mempunyai loyalitas atau pembelian terbanyak

Dalam bahasan ini memuat saran untuk menutup kekurangan penelitian. Tidak memuat saran-saran selain untuk penelitian yang lebih lanjut. Cakupan penelitian sebaiknya diperluas sehingga dapat meningkatkan pelayanan dan untuk customer yang hanya sesekali beli untuk di follow dan di tanyakan kondisi barang yang sudah di beli per 3 bulan sekali. Dan penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan teknologi untuk proses tracking pembuatan barang dan komplain barang agar lebih mengetahui sampai mana proses pengerjaan.

DAFTAR PUSTAKA

- . Caruana, A. (2002). Service loyalty: The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction. *European journal of marketing*, 36(7/8), 811-828.
- . Reichheld, F. F., & Sasser, J. W. (1990). Zero defections: Quality comes to services. *Harvard business review*, 68(5), 105-111.
- . Xu, M., & Walton, J. (2005). Gaining customer knowledge through analytical CRM. *Industrial management & data systems*, 105(7), 955-971.
- . Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2017). *Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective*. Springer
- . Kadir, A. (2013). *Pengertian MySQL*. Yogyakarta: Mediakom

