

# Penerapan Customer Relationship Management pada Sistem Pelayanan Pelanggan Toko Perabot Junaida Kisaran

## *Application of Customer Relationship Management in the Customer Service System of Junaida Furniture Shop Kisaran*

<sup>1</sup>Eni Nurdiyanti\*, <sup>2</sup>Irianto, <sup>3</sup>Muthia Dewi

<sup>1</sup>Sistem Informasi, Ilmu Komputer, Universitas Royal

<sup>2,3</sup>Sistem Komputer, Ilmu Komputer, Universitas Royal

<sup>1,2,3</sup>Jl. Prof. H. M. Yamin No. 173 Kota Kisaran Timur, Asahan, Sumatera Utara, Indonesia

\*e-mail: [eninurdiyanti1701@gmail.com](mailto:eninurdiyanti1701@gmail.com)

(received: 17 September 2024, revised: 24 September 2024, accepted: 26 September 2024)

### Abstrak

Salah satu industri yang mengalami dampak dari dinamika tersebut adalah industri penjualan perabotan. Toko-toko perabotan, termasuk Toko Perabot Junaida, juga menghadapi tantangan dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan layanan pelanggan dan mengoptimalkan kinerja bisnis mereka. Meskipun Toko Perabot Junaida telah berdiri sejak tahun 2021 dan menawarkan beragam perabotan rumah tangga, proses pemesanan yang masih terbatas pada kunjungan langsung ke toko menjadi kendala dalam meningkatkan penjualan dan mempertahankan pelanggan setia. Di tengah persaingan yang semakin sengit di industri perabotan, penting bagi Toko Perabot Junaida untuk mencari solusi yang dapat membuatnya unggul dan berkelanjutan. Oleh karena itu solusi yang diusulkan adalah dengan menerapkan *Customer Relationship Management (CRM)*. Dengan memanfaatkan teknologi untuk mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan, Toko Perabot Junaida dapat menyediakan layanan yang lebih relevan dan personal. Hal ini akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat ikatan antara toko dan pelanggan. Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat, keunggulan kompetitif Toko Perabot Junaida akan semakin terlihat melalui pelayanan yang berkualitas dan hubungan yang erat dengan pelanggan.

**Kata kunci:** sistem penjualan toko perabot, Metode CRM, berbasis web

### Abstract

*One industry that is experiencing the impact of these dynamics is the furniture sales industry. Furniture stores, including Junaida Furniture Stores, also face challenges in leveraging technology to improve customer service and optimize their business performance. Even though Junaida Furniture Store has been established since 2021 and offers a variety of household furniture, the ordering process which is still limited to direct visits to the store is an obstacle in increasing sales and retaining loyal customers. In the midst of increasingly fierce competition in the furniture industry, it is important for Junaida Furniture Store to look for solutions that can make it superior and sustainable. Therefore, the proposed solution is to implement Customer Relationship Management (CRM). By utilizing technology to collect and analyze customer data, Junaida Furniture Store can provide more relevant and personalized services. This will increase customer satisfaction and strengthen the bond between store and customer. In the context of increasingly tight business competition, Junaida Furniture Store's competitive advantage will become increasingly visible through quality service and close relationships with customers.*

*Keywords:* Furniture Store Sales System, CRM Method, Web Based.

## 1 Pendahuluan

Seiring Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi hal penting dalam transformasi bisnis modern. Di tengah persaingan yang semakin ketat, perusahaan perlu beradaptasi dengan perubahan teknologi untuk tetap relevan dan berdaya saing. Namun, seringkali penggunaan teknologi tersebut belum optimal dalam meningkatkan mutu pelayanan terhadap pelanggan. Hal ini

<http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id>

terjadi meskipun banyak perusahaan telah menerapkan teknologi informasi dan komunikasi, seperti media sosial, untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Terlebih lagi, penggunaan media sosial biasanya hanya untuk menampilkan informasi, belum benar-benar dioptimalkan untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan [1].

Salah satu industri yang mengalami dampak dari dinamika tersebut adalah industri penjualan perabotan. Toko-toko perabotan, termasuk Toko Perabot Junaida, juga menghadapi tantangan dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan layanan pelanggan dan mengoptimalkan kinerja bisnis mereka. Meskipun Toko Perabot Junaida telah berdiri sejak tahun 2021 dan menawarkan beragam perabotan rumah tangga, proses pemesanan yang masih terbatas pada kunjungan langsung ke toko menjadi kendala dalam meningkatkan penjualan dan mempertahankan pelanggan setia. Di tengah persaingan yang semakin sengit di industri perabotan, penting bagi Toko Perabot Junaida untuk mencari solusi yang dapat membuatnya unggul dan berkelanjutan.

Oleh karena itu solusi yang diusulkan adalah dengan menerapkan *Customer Relationship Management (CRM)*. *CRM* adalah pendekatan bisnis yang memungkinkan perusahaan untuk membangun, mengelola, dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan melalui penggunaan data dan teknologi [2]. Dengan penerapan *CRM*, Toko Perabot Junaida dapat lebih efektif dalam memahami kebutuhan pelanggan, memberikan layanan yang personal, dan membangun loyalitas yang kuat. Penggunaan *CRM* juga akan memungkinkan Toko Perabot Junaida untuk mengelola basis data pelanggan dengan lebih efisien, meningkatkan produktivitas karyawan, dan mempercepat proses pengambilan keputusan [3].

Tentu saja, penggunaan *CRM* tidak hanya akan memberikan manfaat bagi Toko Perabot Junaida, tetapi juga bagi pelanggan yang akan merasakan peningkatan kualitas layanan. Dengan memanfaatkan teknologi untuk mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan, Toko Perabot Junaida dapat menyediakan layanan yang lebih relevan dan personal. Hal ini akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat ikatan antara toko dan pelanggan. Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat, keunggulan kompetitif Toko Perabot Junaida akan semakin terlihat melalui pelayanan yang berkualitas dan hubungan yang erat dengan pelanggan [4].

Dengan memahami tantangan yang dihadapi oleh Toko Perabot Junaida, solusi melalui penerapan *CRM*, serta kelebihan yang dapat diperoleh dari penggunaan *CRM*, diharapkan dapat membantu mengidentifikasi urgensi dan pentingnya penelitian ini dalam konteks meningkatkan kinerja dan pertumbuhan bisnis toko tersebut. Selain itu terjadinya ketidakstabilan omzet atau pendapatan oleh Toko Perabot Junaida yang naik atau bahkan menurun penjualannya. Penjualan ini dapat dilihat dari data penjualan dari bulan Oktober 2023 s/d Agustus 2024:

**Tabel 1. Data penjualan bulan oktober 2023 s/d agustus 2024**

<b>Periode Penjualan</b>	<b>Penjualan</b>
Oktober 2023	Rp 4.525.000
November 2023	Rp 4.105.000
Desember 2023	Rp 3.850.000
Januari 2024	Rp 6.050.000
Februari 2024	Rp 6.750.000
Maret 2024	Rp 5.560.000
April 2024	Rp 5.230.000
Mei 2024	Rp 5.700.000
Juni 2024	Rp 5.125.000
Juli 2024	Rp 4.335.000
Agustus 2024	Rp 4.860.000

*Sumber: Toko Prabot Junaida (2024)*

Berdasarkan data penjualan pada Tabel 1, terlihat bahwa terdapat fluktuasi dalam jumlah penjualan dari bulan ke bulan. Pada bulan Februari, terjadi peningkatan signifikan dari Rp 6.050.000 pada bulan Januari menjadi Rp 6.750.000. Namun, penjualan kemudian mengalami penurunan pada bulan Maret menjadi Rp 5.560.000. Meskipun terjadi variasi, penjualan cenderung menurun secara bertahap dari bulan Maret hingga Agustus, dengan penjualan terendah tercatat pada bulan Agustus

sebesar Rp 3.850.000. Hal ini menunjukkan adanya pola fluktuasi dalam performa pelayan pelanggan berdasarkan data penjualan di atas. Penurunan ini mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kepuasan pelanggan atau kondisi pasar yang berubah dari waktu ke waktu.

Penelitian bertujuan untuk membantu dan mempermudah dalam meningkatkan penjualan dan pelayanan pada pelanggan dengan lebih efektif dan efisien. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana penerapan CRM dapat meningkatkan kinerja toko perabotan, khususnya dalam hal penjualan dan pelayanan pelanggan. Dengan menerapkan sistem penjualan yang berbasis CRM, diharapkan Toko Perabot Junaida dapat memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik bagi pelanggan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan meningkatkan efisiensi operasional toko. Melalui pendekatan penelitian ini, diharapkan akan tercipta suatu solusi yang dapat menjadi landasan strategis bagi pengembangan bisnis toko perabotan secara berkelanjutan.

## 2 Tinjauan Literatur

Pada tinjauan literatur akan dijelaskan penelitian terdahulu antara lain penelitian tentang pengertian aplikasi yaitu suatu program yang siap untuk digunakan yang dibuat untuk melaksanakan suatu fungsi bagi pengguna jasa aplikasi serta penggunaan aplikasi lain yang dapat digunakan oleh suatu sasaran yang akan dituju. Metode *Customer Relationship Management* (CRM) adalah manajemen hubungan pelanggan yaitu suatu jenis manajemen yang secara khusus membahas teori mengenai penanganan hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan di mata pelanggannya. CRM melingkupi semua aspek yang berhubungan dengan calon pelanggan dan pelanggan saat ini [5] [6] [7]. Dengan pendekatan ini dicapai hasil berupa terciptanya aplikasi penjualan yang memajemen hubungan pelanggan dan mengoptimalkan layanan pelanggan [8]. Dapat membantu manajemen PT. Utomo International untuk dapat melakukan penjualan yang lebih banyak dari database prospek pelanggan yang diperoleh oleh para sales dengan melakukan *push promotion* [9]. Menganalisis strategi *marketing online* untuk meningkatkan penjualan *travel agent online mybaliwisata.com*, berhasil mendapatkan tamu saat melakukan promosi *online* di media sosial [10]. Sistem yang dirancang dapat memudahkan pelanggan dalam pembelian yang dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun, mempermudah UD. Terang Jaya menjual produk yang dipasarkan sesuai dengan keinginan konsumen. Kemudian sistem yang dirancang juga dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama [11]. Memenuhi kebutuhan dan mempunyai keunggulan yaitu terintegrasi dengan sistem yang berkaitan dengan sistem informasi pemasaran [12]. Membantu pengelolaan pelanggan pada Sentral Jenitri yang sebelumnya data pelanggan Sentral Jenitri terkadang hilang karena masih berupa data cetak atau kertas [13]. Melakukan pemesanan produk, dan toko dapat dapat membangun suatu jaringan kedekatan antar user dengan meningkatkan proses penjualan menjadi lebih efektif dan efisien [14]. Memberikan kemudahan pelanggan CV Regina Konveksi Yogyakarta agar dapat dengan mudah memesan Kebaya tanpa harus datang Langsung [15].

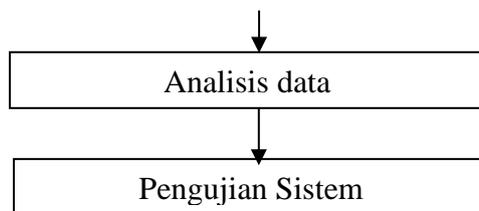
Pada hasil penelitian tersebut, *Customer Relationship Management* (CRM) telah banyak diterapkan di toko, perbankan, dan lain-lain. Maka dalam penelitian ini akan diterapkan Untuk untuk membantu dan mempermudah dalam meningkatkan penjualan dan pelayanan pada pelanggan dengan lebih efektif dan efisien. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana penerapan CRM dapat meningkatkan kinerja toko perabotan, khususnya dalam hal penjualan dan pelayanan pelanggan. Dengan menerapkan sistem penjualan yang berbasis CRM, diharapkan Toko Perabot Junaida dapat memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik bagi pelanggan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan meningkatkan efisiensi operasional toko. Melalui pendekatan penelitian ini, diharapkan akan tercipta suatu solusi yang dapat menjadi landasan strategis bagi pengembangan bisnis toko perabotan secara berkelanjutan.

## 3 Metode Penelitian

Berikut ini merupakan langkah-langkah yang terbentuk dalam bagan penelitian proses tahapan penelitian terlihat pada Gambar 1:

Identifikasi Masalah

<http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id>



**Gambar 1. Tahapan penelitian**

Berdasarkan kerangka kerja penelitian yang telah digambarkan diatas maka akan diuraikan pembahasan masing-masing tahap penelitian sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan proses terpenting dan paling utama dalam sebuah penelitian. Pada tahap ini dilakukan pengamatan terhadap sistem yang berjalan pada Toko Perabot Junaida untuk mengetahui permasalahan yang terjadi sehingga dapat dicari solusi dari permasalahan yang ada.

2. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan interview pemilik Toko Perabot Junaida, dan juga meminta beberapa data yang dibutuhkan.

3. Analisis Data

Analisis data adalah suatu kegiatan mengubah data dari hasil penelitian menjadi informasi yang dapat digunakan untuk mengambil kesimpulan dalam suatu penelitian. Pada tahap ini data yang telah didapat akan dilakukan editing, koding, tabulasi, pengujian data, dan deskripsi data.

#### 4 Hasil dan Pembahasan

Suatu teknik pemecahan masalah dengan cara menguraikan sistem ke dalam komponen pembentuknya untuk mencari serta mengevaluasi permasalahan, kesempatan, dan kendala yang terjadi, sehingga sistem tersebut dapat diperbaiki. Tujuan analisa sistem adalah merancang sistem baru yang lebih baik dibandingkan sistem yang lama dan hasil dari analisa sistem tersebut dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Toko Perabot Junaida. Tujuan utama analisis kelayakan ialah untuk mengetahui apakah sistem yang baru dan akan ditetapkan layak dipakai atau tidak. Dalam fase ini akan dilakukan studi kelayakan terhadap sistem yang dibuat. Studi kelayakan menilai dari berbagai sisi apakah sistem layak untuk diimplementasikan atau tidak.

1. Kelayakan Teknologi

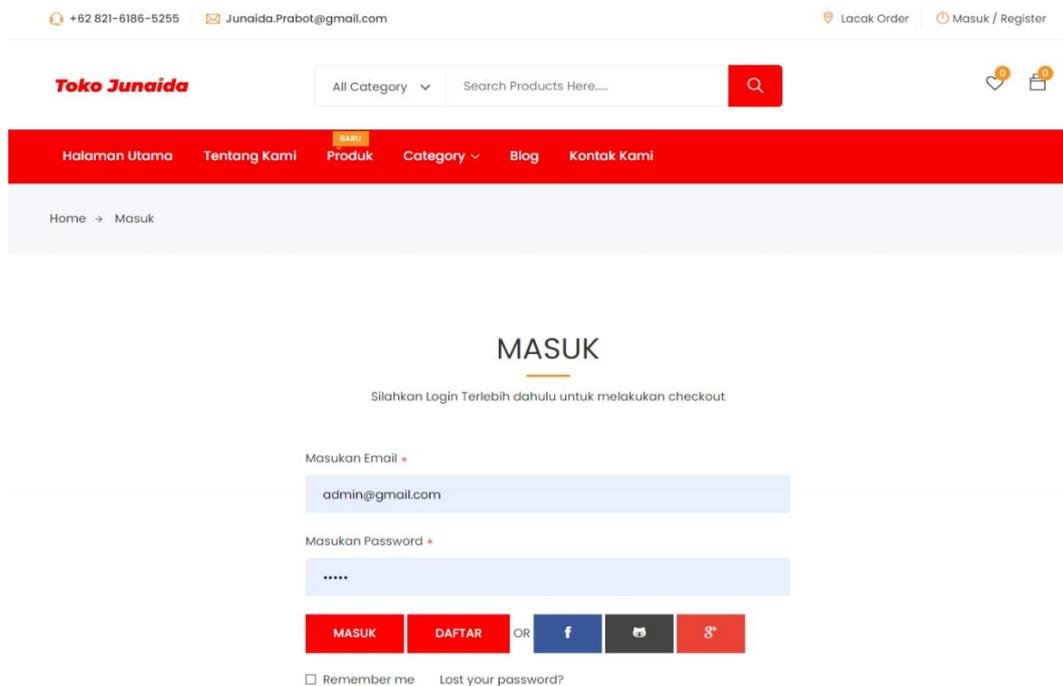
Teknologi sudah memenuhi syarat, hal ini dibuktikan dengan dipakainya *software* dan *hardware* dengan spesifikasi yang seharusnya.

2. Kelayakan Operasional

Aplikasi ini dirancang agar mudah dipakai dan proses pembuatannya dilakukan dengan teliti dan hati-hati. Selain itu dilakukan pelatihan sebelum dioperasikan agar memudahkan petugas menguasai sistem baru. Sehingga sistem baru yang akan diterapkan dapat dikatakan layak untuk dioperasikan. Hasil dari Metode *Customer Relationship Management* (CRM). Sama dengan analisa kebutuhan yang didapatkan, dengan teori yang ditentukan dalam pembangunan Metode *Customer Relationship Management* (CRM) pada Toko Perabot Junaida tersebut, dan menjelaskan seperti apa sistem ini dan digunakan. Implementasi dari Metode *Customer Relationship Management* (CRM) pada Toko Perabot Junaida terbagi atas *Hardware* dan *Software*.

1. Rancangan Tampilan *Login*

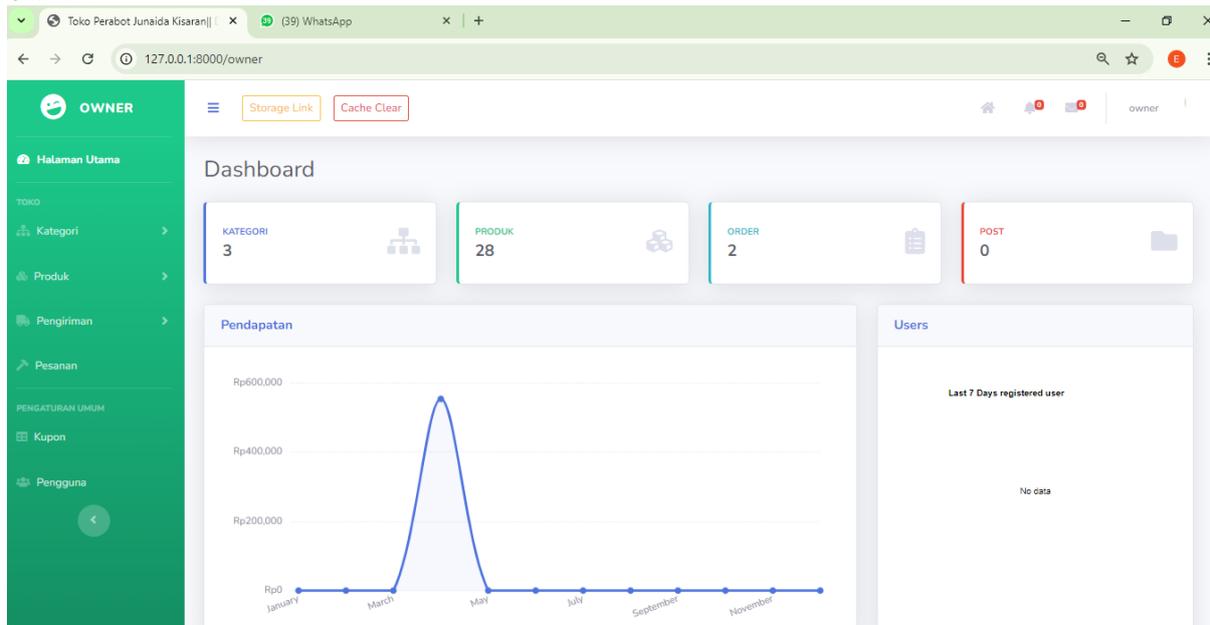
Saat aplikasi dibuka, maka tampilan yang muncul adalah menu *login*. Admin, pelanggan dan Pemilik harus mengisi *username* dan *password* untuk masuk ke menu utama. Berikut adalah Gambar 2 tampilan menu *login*.



Gambar 2. Tampilan login

## 2. Menu Utama Owner

Setelah login berhasil, maka akan muncul menu utama sebagai Owner. Di menu utama Owner, Owner bisa mengakses semua menu yang ada di dalam aplikasi yaitu kategori, produk, pengguna, pengiriman, pesanan, penilaian, ubah password dan logout. Berikut Gambar 3 tampilan menu utama Owner.

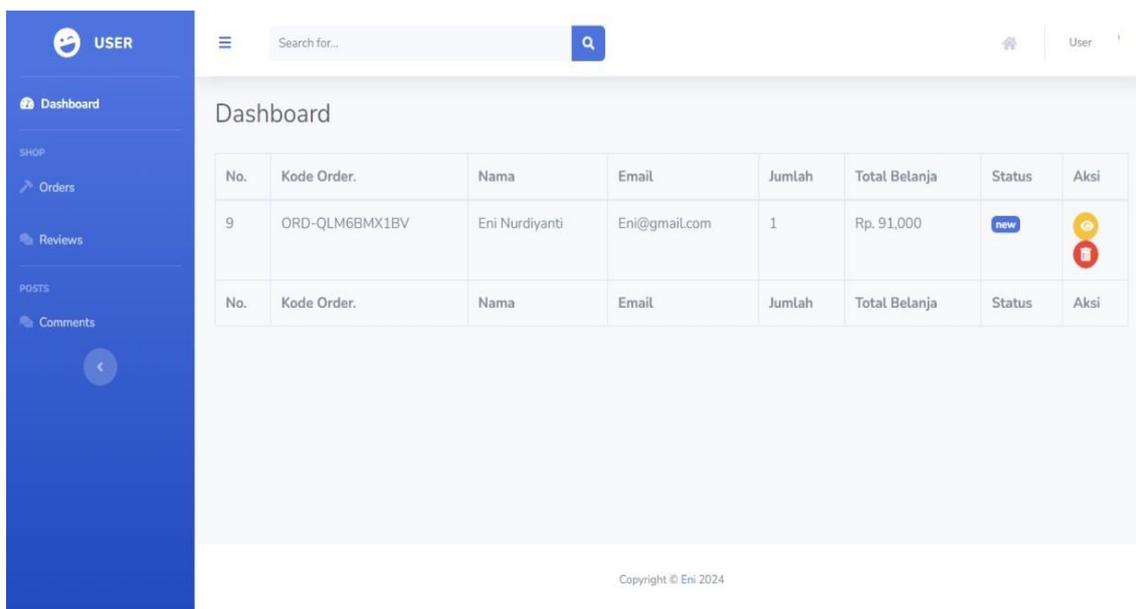


Gambar 3. Tampilan menu utama owner

## 4. Menu Utama Pelanggan

Setelah login berhasil, maka akan muncul tampilan menu utama dan akan muncul pula status login, jika login sebagai pelanggan maka akan tampil status login sebagai pelanggan. Di menu utama pelanggan, pelanggan bisa mengakses semua menu di dalam aplikasi yaitu menu orders, reviews, comments, ubah password dan logout. Berikut Gambar 4 tampilan menu utama pelanggan.

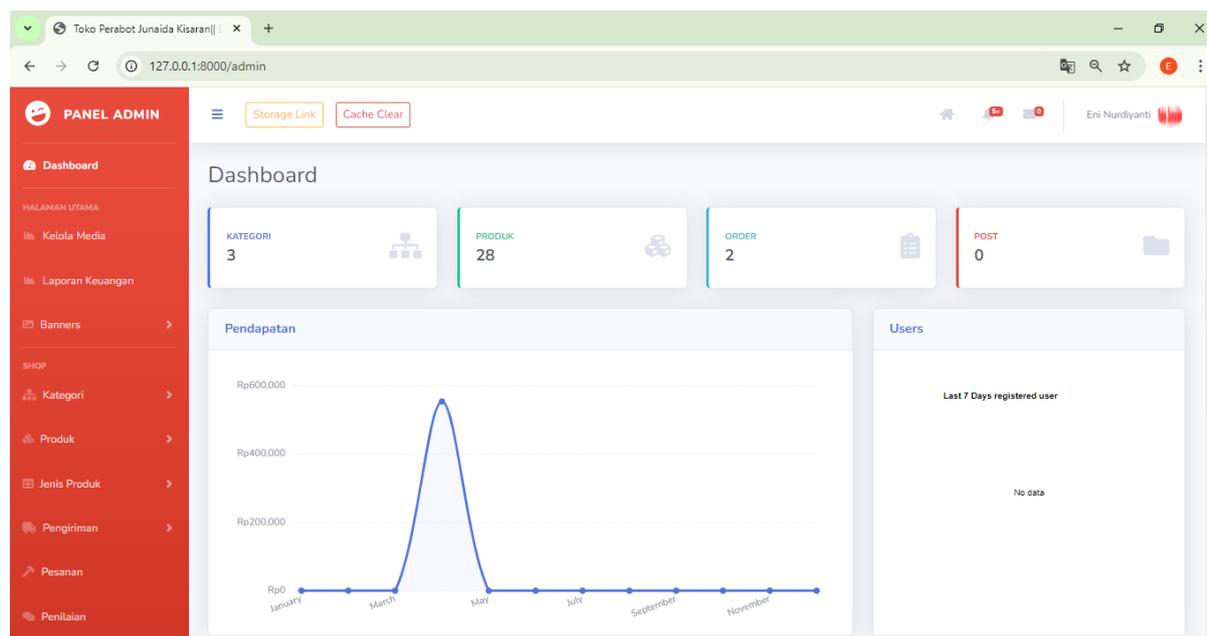
<http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id>



Gambar 4. Tampilan menu utama pelanggan

### 5. Menu Utama Admin

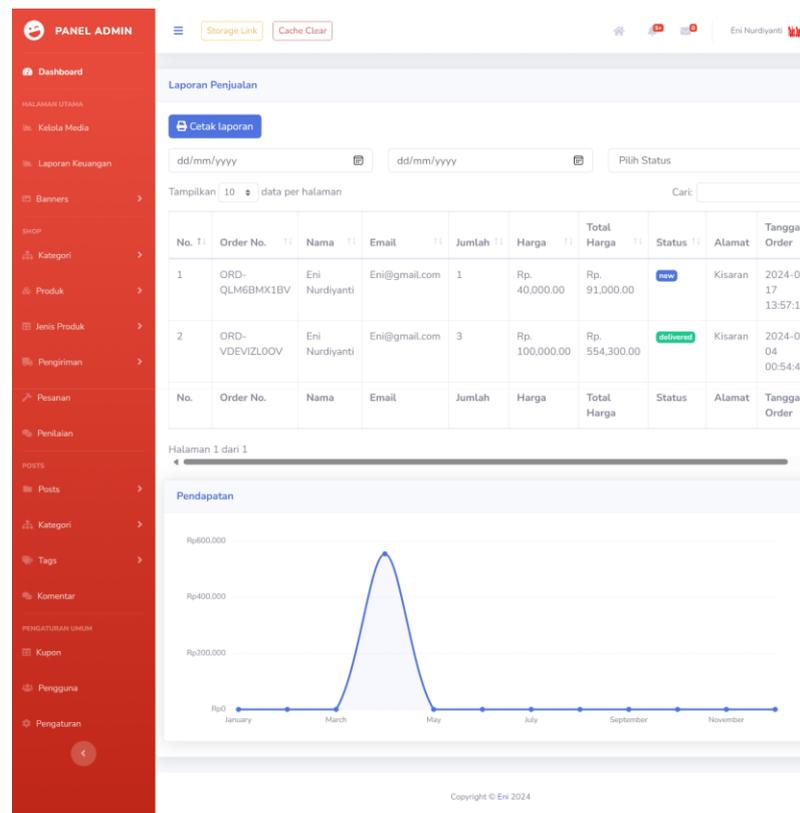
Setelah login berhasil, maka akan muncul tampilan sebagai admin maka akan tampil status login sebagai admin. Di menu utama admin, admin bisa mengakses semua menu yaitu menu kategori, produk, jenis produk, pengiriman, pesanan, penilaian, kupon, pengaturan, pengguna, ubah password dan logout. Berikut Gambar 5 tampilan menu utama admin.



Gambar 5. Tampilan menu utama admin

### 6. Menu Laporan Transaksi Penjualan

Di dalam menu utama admin terdapat laporan transaksi penjualan, halaman tersebut untuk melihat halaman laporan keuangan secara keseluruhan serta melakukan cetak laporan yang diinginkan. Dibawah ini adalah Gambar 6 tampilan menu laporan transaksi penjualan:



Gambar 6. Tampilan menu laporan transaksi penjualan

## 5 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa penerapan CRM pada sistem pelayanan pelanggan Toko Perabot Junaida berbasis web terdapat fitur-fitur seperti manajemen pelanggan, dan pelayanan yang lebih personal, sistem ini mampu memberikan pengalaman belanja yang lebih memuaskan bagi pelanggan. Dengan adanya fitur otomatisasi untuk mengirim email penawaran khusus, atau pengingat pembelian maka dapat membantu menjaga pelanggan tetap terhubung dan terinformasi. Selain itu CRM pada sistem pelayanan pelanggan ini terdapat fitur diskon untuk pelanggan atau memberikan ulasan positif. Sistem yang dirancang dapat mempermudah pelanggan dalam melakukan pembelian. Dengan tampilan antarmuka yang mudah dipahami, proses pemesanan yang mudah, dan fitur-fitur seperti keranjang belanja dan pembayaran yang lancar, pelanggan dapat dengan cepat dan nyaman melakukan transaksi pembelian.

## Referensi

- [1] N. A. L. Arya, I. Irianto, and A. Andrinata, "Penerapan CRM Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Arya Wedding Decoration," *J-Com (Journal Comput.*, vol. 2, no. 3, pp. 229–236, 2022.
- [2] A. N. Alvionnita, A. U. Firmansyah, and D. Maharani, "Implementasi Customer Relationship Management Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pada Klinik Dinda Berbasis Web," *JUTSI J. Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 1, no. 1, pp. 71–78, 2021.
- [3] Y. S. Maulana, D. Hadiani, D. S. Nurjanah, A. E. Mulyana, and A. N. Fajar, "An analysis of customer satisfaction and its effect on customer relationship management," in *1st Paris Van Java International Seminar on Health, Economics, Social Science and Humanities (PVJ-ISHESSH 2020)*, 2021, pp. 16–19.
- [4] E. R. Putri, I. K. Siregar, and E. Saputra, "Implementasi Customer Relationship Management Berbasis Web Pada Toko Baizuri Bunut," *JATISI (Jurnal Tek. Inform. dan Sist. Informasi)*, <http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id>

- vol. 9, no. 4, pp. 3558–3568, 2022.
- [5] D. B. Sari, G. M. Putra, M. S. Saragih, and D. Anggraeni, “Jurnal Ilmiah Multidisiplin Nusantara Perancangan CRM Penjualan Sparepart Motor Di Imam Motor Jurnal Ilmiah Multidisiplin Nusantara,” vol. 1, pp. 82–90, 2023.
- [6] I. B. Dan, “Customer Relationship Management (CRM) pada UMKM Indonesia – Literature Review Nabilah 1) , Luki Hernando 2), 1 2,” vol. 1, no. 1, pp. 13–19, 2023.
- [7] A. Supriatna and H. Budianto, “Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Gelora Mukti Sport Berbasis Web,” *Nuansa Inform.*, vol. 13, no. 2, p. 11, 2019.
- [8] Y. V. Diandra and W. Safitri, “Penjualan Sparepart Sepeda Motor Berbasis Web Menggunakan Model Customer Relationship Management ( CRM ),” vol. 3, no. 1, pp. 42–45, 2023.
- [9] M. F. Rozi, “Aplikasi Customer Relationship Management ( CRM ) Berbasis Web Pada PT . Utomo International,” vol. 2, no. 5, pp. 1355–1363, 2023.
- [10] F. P. Evariyanti, N. M. Estiyanti, and S. Lavianto, “Analisis Strategi E-Marketing Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Travel Agent Online mybaliwisata.com,” *J. Appl. Informatics Comput.*, vol. 3, no. 1, pp. 12–17, 2019, doi: 10.30871/jaic.v3i1.1154.
- [11] W. M. Kifti and W. Swaradana, “Analisis Dan Perancangan E-Marketing Dengan Konsep Customer Relationship Manajemen ( CRM ) Teknik Pengumpulan Data : a . Observasi,” *J. Sci. Soc. Res.*, vol. 3, no. 1, pp. 57–63, 2020.
- [12] F. M. Azhar, “Customer Relationship Management Pada Sewa Motor Jogja Ngilor-Ngidul Berbasis Web.” STMIK AKAKOM Yogyakarta, 2019.
- [13] F. SIDDIQ, “Optimalisasi Customer Relationship Management Dengan Menganalisa Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Cafe Orindji Coffee And Eatery Dengan Metode Fuzzy Mamdani Berbasis Web.” Universitas Putra Indonesia YPTK, 2023.
- [14] D. Rahayu, A. A. Suryanto, A. Nurlifa, and A. Muqtadir, “Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Di Toko Handphone Rejo Cell Tuban,” in *Seminar Nasional Teknologi & Sains*, 2022, vol. 1, no. 1, pp. 161–166.
- [15] L. Tumanggor, “Implementasi Customer Relationship Management pada Sistem Informasi Penjualan dan Pemesanan Kebaya Berbasis Website (Studi Kasus CV Regina Konveksi Yogyakarta).” University of Technology Yogyakarta, 2019.