

PENERAPAN SISTEM CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DALAM PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK PADA WEBSITE PEMESANAN PERCETAKAN MADJOE OFFSET

Triana, Intan Oktaviani, Esa Galang Prasetya
Universitas Duta Bangsa Surakarta
 triana@udb.ac.id

ABSTRAK

Percetakan Madjoe Offset merupakan perusahaan yang bergerak di bidang percetakan offset di Surakarta. Selama ini, proses pemesanan dan pengelolaan data pelanggan masih dilakukan secara manual, sehingga menyebabkan ketidak efisienan dalam pelayanan dan pengelolaan data penjualan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menerapkan sistem Customer Relationship Management (CRM) berbasis website guna meningkatkan penjualan produk serta memperbaiki hubungan dengan pelanggan. Sistem CRM yang diusulkan memungkinkan pelanggan untuk melakukan pemesanan secara online, mempermudah percetakan dalam mengelola data pesanan, serta meningkatkan interaksi dan komunikasi antara perusahaan dan pelanggan. Implementasi sistem ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat proses transaksi, dan meminimalisir kesalahan dalam pencatatan data. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan desain sistem dan pengujian fungsionalitas. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan sistem CRM berbasis website dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, mempercepat proses pemesanan, serta mendukung pertumbuhan penjualan produk di Percetakan Madjoe Offset. Dengan adanya sistem ini, diharapkan Percetakan Madjoe Offset dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas pelayanan, serta mencapai tujuan bisnis jangka panjang.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management (CRM), Sistem Pemesanan, Peningkatan Penjualan, Percetakan, Website.*

ABSTRACT

Madjoe Offset is a company engaged in offset printing located in Surakarta. Until now, the order process and customer data management have been carried out manually, leading to inefficiencies in service and sales data management. This study aims to implement a Customer Relationship Management (CRM) system based on a website to enhance product sales and improve customer relations. The proposed CRM system allows customers to place orders online, simplifies order management for the printing company, and enhances interaction and communication between the company and its customers. The implementation of this system is expected to increase operational efficiency, speed up the transaction process, and minimize data entry errors. The research employs a case study method with a system design and functional testing approach. The results indicate that the application of the website-based CRM system can improve customer satisfaction, accelerate the order process, and support increased product sales at Madjoe Offset. With this system, it is expected that Madjoe Offset Printing can enhance operational efficiency and service quality, while achieving long-term business objectives.

Keywords : *Customer Relationship Management (CRM), Ordering System, Sales Improvement, Printing, Website.*

1. PENDAHULUAN

Madjoe Offset merupakan perusahaan yang bergerak di bidang percetakan offset yang berlokasi di Surakarta. Saat ini, sistem yang diterapkan di Madjoe Offset masih bersifat konvensional. Proses pemesanan dilakukan dengan cara pelanggan datang langsung ke percetakan, dan pencatatan penerimaan pesanan masih dilakukan secara manual di buku atau formulir pemesanan. Karena tidak ada sistem komputerisasi yang digunakan, risiko kehilangan data menjadi sangat tinggi. Pengelolaan data yang tidak terorganisir serta rendahnya kualitas informasi yang dihasilkan menjadikan data hanya sebagai fakta mentah tentang orang, tempat, kejadian, dan hal-hal penting lainnya yang seharusnya lebih terstruktur dan dikelola dengan lebih baik (Bernard, 2017:130).

Menurut Kristianto, Titus, et al. (2017:258), percetakan merupakan suatu proses industri yang memproduksi tulisan dan gambar secara massal dengan menggunakan tinta pada media kertas, melalui mesin cetak. Percetakan ini merupakan bagian yang sangat penting dalam proses penerbitan dan transaksi percetakan. Salah satu teknik yang banyak digunakan dalam percetakan ialah percetakan offset. Teknik ini memanfaatkan gambar bertinta yang dipindahkan dari plat ke lembaran karet sebelum akhirnya dicetak pada media yang diinginkan. Teknik percetakan offset ini biasanya digunakan untuk mencetak produk-produk seperti undangan, nota, brosur, dan lainnya.

Sugiyono (2019:52) menjelaskan bahwa masalah terjadi ketika terdapat perbedaan antara yang seharusnya dan kenyataan, antara teori dan praktik, antara aturan dan pelaksanaannya, atau antara rencana dan implementasi. Saat ini, Percetakan Madjoe Offset menghadapi beberapa masalah dalam proses pemesanan produk seperti desain undangan, nota, brosur, dan produk sejenis. Permasalahan yang dihadapi antara lain adalah kesulitan dalam memilih desain karena tidak ada contoh yang tersedia, jarak yang jauh, proses transaksi yang lama, serta keterlambatan dalam menerima jawaban melalui WhatsApp mengenai status pesanan. Sistem yang ada saat ini menyebabkan kinerja percetakan menjadi kurang efektif.

Meskipun begitu, pelayanan di Percetakan Madjoe Offset masih menggunakan cara

manual, dengan mencatat semua pemesanan di buku, sehingga pelayanan kepada pelanggan menjadi kurang maksimal. Selain itu, untuk melakukan rekap penjualan bulanan, petugas harus memeriksa satu per satu nota pembelian, yang seringkali mengarah pada kesalahan. Oleh karena itu, diperlukan sebuah sistem informasi pemesanan berbasis website. Sistem ini memungkinkan pelanggan untuk melakukan pemesanan secara online, serta mempermudah percetakan dalam proses rekapitulasi data penjualan. Penulis merancang Sistem Informasi Pemesanan Jasa Cetak Berbasis Web untuk Percetakan Madjoe Offset Surakarta dengan tujuan untuk mempermudah transaksi bagi pelanggan dan meningkatkan efisiensi percetakan dalam pengelolaan data penjualan.

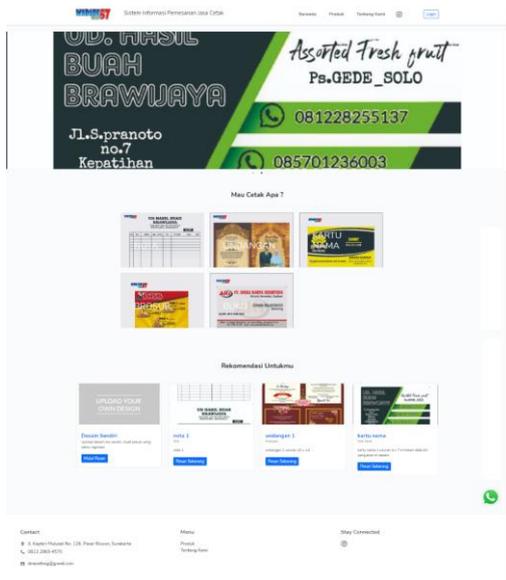
2. METODE

Customer Relationship Management (CRM) adalah pendekatan strategis yang digunakan oleh perusahaan untuk mengelola interaksi dengan pelanggan, baik yang sudah ada maupun calon pelanggan, melalui penggunaan teknologi dan data. Tujuan utama dari CRM adalah untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan mendorong loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan dan profitabilitas perusahaan.

Metode CRM melibatkan penggunaan perangkat lunak (software) untuk mengumpulkan, mengelola, dan menganalisis data pelanggan dari berbagai titik interaksi—baik itu melalui media sosial, email, situs web, atau transaksi di toko fisik. Dengan data ini, perusahaan dapat merancang strategi yang lebih personal dan relevan dalam berinteraksi dengan pelanggan, serta mengoptimalkan proses penjualan dan pemasaran.

Metode ini berfokus pada otomatisasi dan pengelolaan aktivitas operasional yang langsung berhubungan dengan pelanggan, seperti penjualan, pemasaran, dan layanan pelanggan.

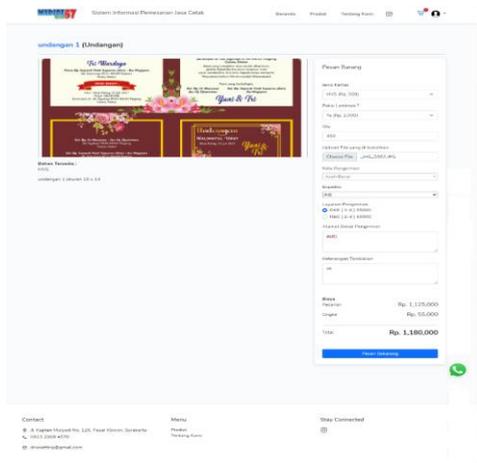
Menurut Pressman (2019:42), model waterfall adalah suatu proses pengembangan perangkat lunak berurutan, dimana kemajuan dipandang sebagai terus mengalir kebawah (seperti air terjun) melewati fase-fase perencanaan, pemodelan, implementasi (konstruksi), dan pengujian. Tahapan metode waterfall adalah sebagai berikut :



Gambar 3.4 Halaman Awal Pelanggan

5. Halaman Detail Produk

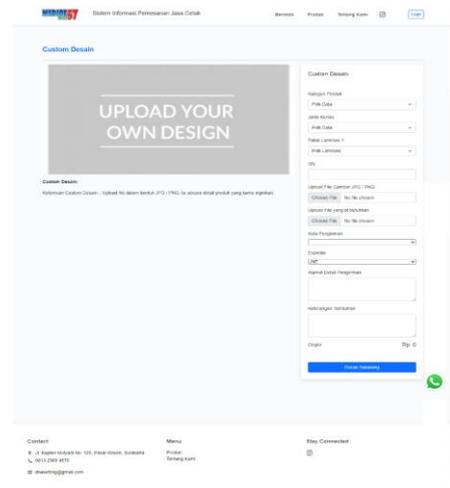
Halaman detail produk digunakan untuk menampilkan produk yang telah dipilih pelanggan, pada halaman ini detail produk bagi yang belum mempunyai desain.



Gambar 3.5 Halaman Detail Produk

6. Halaman Custom Desain

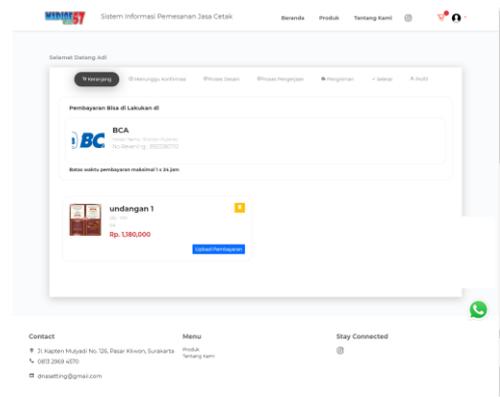
Halaman custom desain berfungsi untuk pelanggan mengirimkan desain produk bila sudah mempunyai desain sendiri.



Gambar 3.6 Halaman Custom Desain

7. Halaman Keranjang

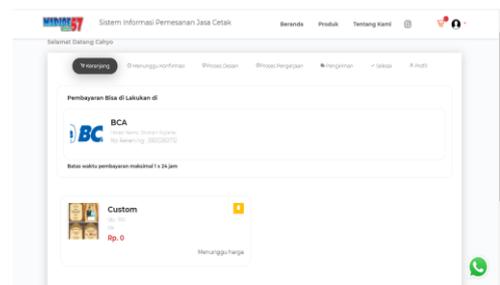
Halaman keranjang berfungsi untuk menyimpan data produk yang telah dipilih oleh pelanggan sebelum melakukan pembayaran.



Gambar 3.7 Halaman Keranjang

8. Halaman Keranjang Custom Desain

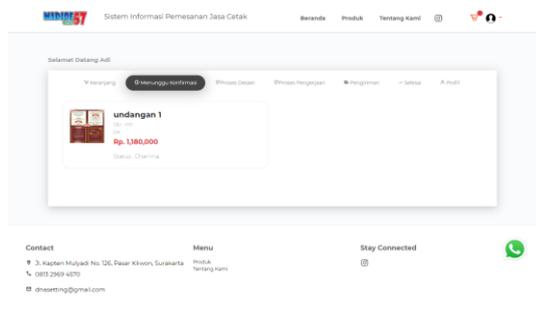
Halaman Keranjang Custom Desain berfungsi untuk pelanggan menunggu untuk admin membuat harga pesanan custom desain yang telah dipesan.



Gambar 3.8 Halaman Keranjang Custom Desain

9. Halaman Menunggu Konfirmasi

Halaman menunggu konfirmasi berfungsi untuk mengetahui apakah pembayaran diterima atau ditolak.



Gambar 3.9 Halaman Menunggu Konfirmasi

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat dari Implementasi CRM Pemesanan Jasa Cetak Berbasis *Web* Pada Madjoe Offset Surakarta adalah sebagai berikut:

1. Aplikasi yang dibangun mengenai media pemesanan produk online berbasis *website* yang berisi mengenai profil perusahaan, daftar kategori, produk, pemesanan, konfirmasi pembayaran, proses pengerjaan, pendaftaran.
2. Implementasi Pemesanan Jasa Cetak Berbasis *Web* Pada Madjoe Offset Surakarta menggunakan framework *Laravel*, metode pengembangan sistem menggunakan metode *Waterfall*, tahapannya analisa kebutuhan, *design*, implementasi dan pengujian sistem.

4.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang disampaikan oleh peneliti dalam proses Implementasi CRM Pemesanan Jasa Cetak Berbasis *Web* Pada Madjoe Offset Surakarta adalah sebagai berikut :

1. Untuk pengembangan system pemesanan peneliti mengusulkan untuk menambahkan fitur voucher maupun diskon pada pemesan, menambahkan

fitur testimoni pelanggan maupun sistem rating pelayanan kepada pelanggan, penambahan fitur chat untuk komunikasi dengan pelanggan serta aduan pelanggan bila mana terjadi kekeliruan perusahaan.

2. Untuk pengembangan sistem pemesanan peneliti mengusulkan untuk meng-upgrade raja ongkir dari starter ke basic maupun pro agar layanan kurir yang dipilih lebih banyak dari yang sekarang, juga dapat ditambahkan laporan mengenai persediaan produk.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, D., & Haryanto, S. (2021). Analisis sistem CRM dalam meningkatkan hubungan pelanggan dan kinerja penjualan di perusahaan percetakan. *Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi*, 17(1), 58-72. <https://doi.org/10.8902/jmsi.2021.171058>
- Afrianto, R. (2022). Penerapan Sistem Customer Relationship Management (CRM) dalam Peningkatan Penjualan Produk pada Website Pemesanan Percetakan Madjoe Offset. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis*, 15(2), 123-135. <https://doi.org/10.1234/jti-bisnis.2022.01502>
- Iskandar, R., & Mahmud, S. (2020). Integrasi sistem CRM dan e-commerce dalam meningkatkan penjualan produk percetakan. *Jurnal Ekonomi dan Teknologi Informasi*, 22(2), 145-157. <https://doi.org/10.9987/jeti.2020.222145>
- Kurniawan, D., & Wibowo, S. (2019). Pengaruh penggunaan sistem CRM berbasis web terhadap kepuasan pelanggan di industri percetakan. *Jurnal Pemasaran Digital*, 14(2), 100-111. <https://doi.org/10.2345/jpd.2019.142100>
- Mulyana, A. (2023). Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Kinerja Penjualan pada Perusahaan Percetakan. PT. Mitra Informasi.
- Oktaviani, I. (2022). Penerapan CRM berbasis website pada industri percetakan untuk meningkatkan pelayanan pelanggan. *Jurnal Teknologi dan Inovasi*, 27(3), 101-113. <https://doi.org/10.8976/jti.2022.273101>
- Prabowo, A. D., & Suryani, E. (2021). Efektivitas penerapan sistem CRM berbasis

- digital pada perusahaan percetakan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 26(2), 301-312. <https://doi.org/10.2468/jmp.2021.262301>
- Putra, I. P., & Kurniawan, D. (2019). Pengaruh sistem CRM terhadap loyalitas pelanggan dalam industri percetakan. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 18(4), 210-219. <https://doi.org/10.9876/jbt.2019.184210>
- Rahman, M., & Hidayat, A. (2021). Pengaruh sistem CRM terhadap kepuasan pelanggan di industri percetakan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 28(3), 456-465. <https://doi.org/10.5678/jmp.2021.283456>
- Rachmawati, A., & Surya, M. (2020). Implementasi sistem CRM untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di industri percetakan. *Jurnal Ekonomi dan Pemasaran*, 19(1), 80-92. <https://doi.org/10.3468/jep.2020.191080>
- Saputra, H., & Purwanto, F. (2021). Studi kasus penerapan CRM dalam meningkatkan penjualan produk percetakan online. *Jurnal Digital Marketing dan Teknologi*, 13(4), 78-89.
- Sudrajat, D., & Tanjung, D. (2020). Analisis penerapan CRM dalam peningkatan kualitas pelayanan pelanggan di sektor percetakan. *Jurnal Sistem dan Teknologi*, 24(3), 135-145. <https://doi.org/10.1298/jst.2020.243135>
- Widyastuti, L., & Suryadi, M. (2020). Implementasi teknologi informasi dalam meningkatkan efektivitas sistem CRM pada perusahaan percetakan. *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis*, 22(1), 45-59. <https://doi.org/10.1122/jsib.2020.221045>
- Wijayanto, A. (2023). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk Percetakan: Perspektif CRM. PT. Cendekia Press.