

PERANCANGAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI BAGIAN PENJUALAN PADA TOKO GROSIR

Liliana

Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Surabaya

lili@ubaya.ac.id

Abstract

Technology brings convenience to many activity in human life, and made the business competition has become increasingly high. Organization should follow the trend to stay exist, by maintain the needs of its stakeholders. One way that can be done by the company to improve the existing system is to build computer-based information systems. In the system of wholesale sales, the existing workflow system is more complicated than the retail sales system. Consumer loyalty to one of the things that must be considered by the company to maintain a smooth cash flow. Therefore, an organization need a system that can help them to assess consumers who deserve to be preserved, through a system of computer-based customer relationship management.

Keywords : customer relationship management, information system, wholesale system, customer's loyalty.

1. Pendahuluan

Suatu usaha atau bisnis adalah aktivitas apapun yang berusaha untuk menyediakan barang atau jasa kepada pihak lain untuk memperoleh laba (Nickels et al, 2009). Untuk memperoleh laba yang maksimal, organisasi wajib memperhatikan kebutuhan stakeholdernya, seperti memastikan kepuasan konsumen, memperhatikan kebutuhan karyawan, mempertahankan tingkat laba untuk pemegang saham, dan lain sebagainya. Pada umumnya, semakin besar ukuran suatu organisasi, maka semakin kompleks pula alur sistem yang ada di dalamnya. Pengerjaan suatu sistem pada masa saat ini, banyak terbantu oleh hadirnya teknologi komputer, termasuk di dalamnya ukuran media penyimpanan yang semakin besar, koneksi internet dengan bandwidth yang semakin tinggi, dan lain sebagainya.

Kemudahan yang ditawarkan oleh berbagai teknologi yang ada, menyebabkan persaingan menjadi semakin tinggi. Perusahaan yang tidak berusaha mengikuti alur tersebut, lambat laun akan kalah dan akibat terburuknya adalah keluar dari persaingan yang ada. Salah satu usaha yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menjaga diri untuk tetap berada dalam persaingan bisnis yang ada adalah membuat suatu alur sistem yang sedemikian rupa mempermudah kinerja semua stakeholdernya. Salah satunya dengan bantuan sistem informasi berbasis komputer.

Transaksi grosir memiliki alur sistem yang lebih rumit dibandingkan transaksi retail. Misalnya sistem penjualan grosir pada toko sepatu, konsumen harus membeli sepatu dalam satu seri ukuran, misalnya untuk dewasa, maka konsumen harus membeli ukuran 36-41 minimal masing-masing satu pasang (seperempat kodi), dimana barang dapat diambil di tempat ataupun dikirimkan ke alamat yang diinginkan oleh konsumen (Hadinata, 2011). Selain itu, pada umumnya, toko yang menjual dalam bentuk grosir menerapkan sistem loyalitas konsumen, dimana konsumen yang telah bertransaksi cukup lama dan dapat dipercaya, akan mendapatkan harga yang lebih murah, jangka waktu pembayaran hutang yang lebih panjang, atau plafon kredit yang lebih tinggi. Pengaturan loyalitas konsumen ini biasanya sangat bergantung pada kebijakan sepihak dari pemilik perusahaan.

Dari kondisi diatas, dapat dilihat berbagai masalah yang dihadapi oleh sebuah toko grosir, ketika sistem yang ada dijalankan secara konvensional atau *paper based*. Kehilangan dokumen atau kesalahan pencatatan akan menyebabkan hilangnya informasi penting untuk perusahaan, yang berujung pada kerugian untuk perusahaan. Selain itu, transaksi yang dilakukan oleh seorang konsumen relative lebih sulit dideteksi tanpa adanya tools untuk mengolah data. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu sistem terkomputerisasi yang dapat menangani alur sistem toko grosir secara keseluruhan.

2. Metode dan Bahan Penelitian

Pada bagian ini, akan dibahas teori yang mendasari tulisan ilmiah ini, yaitu Sistem Informasi dan *Customer Relationship Management*.

Sistem Informasi

Sistem informasi adalah suatu sistem dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian yang mendukung fungsi operasi organisasi yang bersifat manajerial dengan kegiatan strategi dari suatu organisasi untuk dapat menyediakan kepada pihak luar tertentu dengan informasi yang diperlukan untuk pengambilan keputusan. Sistem informasi dalam suatu organisasi dapat dikatakan sebagai suatu sistem yang menyediakan informasi bagi semua tingkatan dalam organisasi tersebut kapan saja diperlukan. Sistem ini menyimpan, mengambil, mengubah, mengolah dan mengkomunikasikan informasi yang diterima dengan menggunakan sistem informasi atau peralatan sistem lainnya.