

Peran Implementasi Strategi Customer Relationship Marketing (Crm) Terhadap Peningkata Penjualan “Go Sport Makassar” Di Masa Lockdown Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Toko Go Sport Makassar)

Asriani¹, Nur Fatma², Makkira³

^{1,2,3} Jurusan Manajemen Pemasaran, STIE AMkop Makassar

Abstrak

The role of the implementation of the Customer Relationship Marketing (CRM) strategy on increasing sales of the "Go Sport Makassar" Store during the Covid 19 Pandemic lockdown. The data used in this study using primary data is raw data taken by the researchers themselves from the main source, the data used in this study is raw data taken by the researchers themselves from the main source, collected through instruments: interviews/interviews, observations/observations. Sources of data used in this study include direct observation in the field interviews with Ouner shops.

The results of this study show that the implementation of Customer Relationship Marketing (CRM) on Go Sport Makassar is going well, so it can maintain sales of sports clothing in the midst of the covid 19 pandemic, this system is very useful for Go Sport Makassar stores due to the many sports needs in the midst of a pandemic.

Keywords: CRM, Sales Level

Copyright (c) 2021 Asriani

✉ Corresponding author :

Email Address : asriani@stieamkop.ac.id

PENDAHULUAN

Di kala pemerintah sedang berupaya untuk mengoptimalkan kondisi perekonomian Indonesia, pandemi Covid-19 datang dengan segala dampak negatifnya. Seperti yang kita ketahui sekarang bahwa dampak dari pandemi ini sangat berpengaruh dalam segala aspek terutama pada kondisi kesehatan dan perekonomian Negara. Dengan adanya pandemi Covid-19 tidak dapat dipungkiri bahwa perekonomian Indonesia saat ini sedang berada dalam kondisi yang bisa dibilang “sangat tidak stabil”. (Dikutip dari KOMPAS.com), berdasarkan pertumbuhan dari tahun ke tahun, sumber pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan 1 2020 terbesar pada sektor informasi dan komunikasi sebesar 0,53 persen. Hal ini cukup bisa dimaklumi mengingat dengan adanya anjuran dari pemerintah untuk “di rumah saja” maka banyak orang menjalankan pekerjaan, hiburan dan pendidikan melalui teknologi informasi.

Kesehatan menjadi sesuatu yang sangat berharga saat ini. Sebab ketika pandemi covid-19 melanda hampir seluruh dunia, semua orang bisa terjangkit virus mematikan tersebut. Karena itu menurut para ahli, satu-satunya yang bisa kita lakukan saat ini adalah menjaga kesehatan dan mematuhi protokol kesehatan. Salah satu upaya untuk menjaga kesehatan

adalah dengan berolahraga. Apalagi menurut para ahli virus korona tidak tahan dengan sinar matahari. Selain itu, berolahraga outdoor juga bisa menghilangkan suntuk dan dapat memberikan asupan vitamin D dari sinar matahari. Menurut dr. Inneke Jane, SpKK, M.Kes, vitamin D dapat diproduksi di kulit melalui reaksi fotosintesis yang dipicu oleh paparan radiasi UVB. Vitamin D adalah antioksidan yang bermanfaat untuk meningkatkan imunitas tubuh. Dengan imunitas yang baik, tubuh dapat menangkal infeksi. Persoalannya, kata dia, meski memiliki manfaat bagi kesehatan, sinar ultraviolet (UV) yang terkandung dalam sinar matahari juga dapat menimbulkan berbagai masalah kulit. Tak hanya itu, beberapa penelitian bahkan menunjukkan bahwa paparan sinar UV yang berlebihan justru dapat menurunkan kemampuan sistem kekebalan tubuh manusia dalam mendeteksi dan menangkal sel ganas.

Seiring hal tersebut, volume penjualan kebutuhan olahraga pun otomatis menurun dikarenakan lebih mengutamakan kebutuhan pokok. Berdasarkan rilis dari Badan Pusat Statistik, jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia pada Triwulan 1 2020 juga turun drastis hanya sejumlah 2,61 juta kunjungan, berkurang 34,9 persen bila dibandingkan dengan tahun lalu.

Hal ini sejalan dengan adanya larangan penerbangan antar negara yang mulai diberlakukan pada pertengahan Februari lalu. Jumlah penumpang angkutan rel dan udara juga tumbuh negative seiring dengan diberlakukannya PSBB. Lalu kapan wabah Covid-19 ini berakhir dan bagaimana dampaknya terhadap perekonomian Indonesia? Mengutip dari KOMPAS.com,

Berdasarkan analisa data yang dikeluarkan oleh The Singapore University of Technology and Design dengan menggunakan metode estimasi pandemi, Susceptible Infected Recovered (SIR) dengan Data Driven Estimation (DDE), maka diperkirakan puncak pandemi di Indonesia telah terjadi pada 19 April 2020 yang lalu dan diperkirakan akan berakhir secara total pada akhir Juli 2020. Data ini dikeluarkan per 5 Mei 2020 yang diambil berdasarkan data dari berbagai negara untuk memprediksi berakhirnya pandemi di dunia. Berdasarkan data tersebut, diperkirakan akhir Mei 2020 kebijakan PSBB dapat segera berakhir. Dengan demikian, awal Juni seluruh aktivitas dapat kembali berjalan dengan normal.

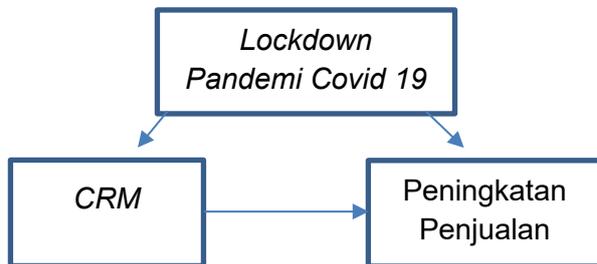
Bila prediksi yang ditujukan untuk pendidikan dan penelitian ini benar, maka pertumbuhan ekonomi Indonesia akan mencapai titik terendah pada kuartal kedua. Kondisi perekonomian Indonesia masih memiliki peluang untuk bangkit. Kekosongan aktivitas selama hampir 5 bulan sejak pertengahan Maret masih memberikan peluang bagi perusahaan untuk langsung bangkit.

Beda halnya bila aktivitas new normal mulai diadakan pada bulan Agustus atau bahkan Desember. Perusahaan perlu waktu mencari lagi pegawai baru untuk memulai operasi. Banyak perusahaan juga akan tidak kuat bertahan selama lebih dari tiga bulan.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan pemikiran tersebut perlu diteliti adalah Peran Implementasi Strategi *Customer Relationship Marketing (CRM)* Terhadap Peningkatan Penjualan "Go Sport Makassar" di Masa *Lockdown* Pandemi covid 19 ". Beda dengan menganalisis secara deskripsi kooperatif,

partisipatif, emansipatif, transparan, akuntabel, sustainabel. Tujuan akhir penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis peran *costumer relationship marketing* terhadap peningkatan penjualan toko Go Sport Makassar dimasa *lockdown pandemic 19* dan bagaimana persepsi masyarakat terhadap kebutuhan olahraga dimasa *lockdown pandemic*.



“Diduga bahwa masa Lockdown pandemic covid 19 berpengaruh signifikan terhadap CRM dan peningkatan penjualan Toko “Go Sport” Makassar.

METODOLOGI

Perusahaan yang menjadi obyek penelitian ini adalah toko Go Sport Makassar yang menjual alat olahraga, salah satu toko yang berlokasi di Jalan toddopuli Raya Timur No. 162 Makassar, dengan waktu penelitian yang diawali dengan peninjauan ke lokasi penelitian hingga penulisan kurang lebih dalam dua belas bulan efektif. Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: Data Primer. Menurut Azuar Juliandi dan Irfan (2013), Data Primer merupakan data mentah yang diambil oleh peneliti sendiri (bukan oleh orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya, dan data tersebut sebelumnya tidak ada. Contoh data primer, adalah data yang dikumpulkan melalui instrumen: wawancara/interview, angket/kuisisioner, pengamatan/observasi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pengamatan langsung di lapangan dan wawancara dengan Ouner toko.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Go Sport Makassar beralamat di Jalan Todopuli Raya Timur No. 166 b merupakan salah satu toko perlengkapan olahraga dan bersepeda di buka sejak tahun 2019 toko ini sangat aktif dalam kegiatan sepeda di Sulawesi Selatan kami sering ikut dalam event sepeda baik di luar kota mau dikota makassar sendiri dengan konsep langsung turun ke lapangan membuka lapak. Kami juga melakukan penjualan online melalui market place, instagram, Facebook dan whatsapp kebanyakan customer kami dari daerah Indonesia Timur Toko ini kedepannya akan menyusun konsep modern market yang akan mengutamakan kenyamanan customer dalam berbelanja dan memilih produk unggulan dengan produk dan merek sendiri.

No	Uraian Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
----	-----------------	----------	-----------	------------

1	Variabel (X1) <i>Customer Relationship Marketing</i>	CRM adalah salah satu bentuk kualitas layanan yang diukur melalui komitmen, komunikasi, dan penanganan keluhan. Kepercayaan dan loyalitas pelanggan diharapkan dapat meningkat dengan pengelolaan ketiga dimensi tersebut.	• <i>Customer</i>	Skala Likert
2	Variabel (Y) Peningkatan Penjualan	Memperlancar proses penjualan	• Penjualan	Skala Likert

Pembahasan

1. Penerapan CRM pada Go Sport Makassar

Customer Relationship Marketing terdiri atas beberapa fase dan tahapan seperti berikut ini:

1) a. *Memperoleh Pelanggan Baru atau Acquire*

Adapun untuk memperoleh pelanggan baru Go Sport Makassar melakukan beberapa cara sebagai berikut:

- Memberikan kenyamanan untuk pelanggan saat membeli produk tertentu yang dibutuhkan, seperti merespon keinginan pelanggan dengan cepat maupun memberi ketepatan waktu proses pengiriman terhadap barang pesanan.
- Melakukan promosi pada produk yang ditawarkan dengan cara memberikan potongan harga setiap pembelian pertama hal ini dapat memberikan kesan awal yang baik untuk pelanggan, sebab hal ini sangat memengaruhi penilaian terhadap perusahaan.

Tujuan tahapan ini yaitu untuk menawarkan produk dengan baik melalui pelayanan yang memuaskan pada pelanggan. Misalnya memberikan potongan harga

2) b. *Menambah Nilai Pelanggan atau Enchance*

Perusahaan harus dapat menciptakan hubungan erat dengan para pelanggannya melalui cara mendengarkan setiap keluhan pelanggan serta meningkatkan pelayanan. Adapun meningkatkan hubungan pada pelanggan sendiri bisa ditingkatkan melalui.

- *Up Selling*, yaitu menawarkan produk yang sama namun memiliki kualitas lebih baik.
- *Cross Selling*, yaitu strategi penjualan dengan menawarkan produk pelengkap terhadap barang yang sudah dimiliki pelanggan.

3) *c. Mempertahankan Pelanggan atau Retain*

Memberikan pelayanan serta aplikasi pendukung misalnya memberikan website toko Go sport atau nomor whatsapp langsung yang bermanfaat dapat meberikan promo adanya produk terbaru dengan begitu [hubungan dengan para pelanggan pun dapat tetap terjaga dengan baik](#). Pelanggan juga akan menjadi percaya dengan perusahaan karena mendapatkan pelayanan yang baik.

Menyediakan waktu untuk mendengarkan setiap kebutuhan pelanggan, seperti melayani ketidakpuasan pelanggan akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan misalnya mengembalikan barang atau mengganti jika ada barang yg tidak sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dengan begitu, perusahaan dapat memperbaiki kesalahan demi peningkatan pelayanan. Pihak toko selalu menawarkan barang yang berkualitas bagus dengan harga terjangkau, hal ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan selalu ingin mencaritau produk-produk terbaru dari toko Go Sport Makassar.

SIMPULAN

Penerapan Costumer Relationship Marketing (CRM) pada Go Sport Makassar berjalan dengan baik, sehingga dapat mempertahankan penjualan pakaian olahraga di tengah pandemic covid 19, sistem ini sangat bermanfaat bagi toko Go sport Makassar disebabkan banyaknya kebutuhan olahraga ditengah pandemic.

Referensi :

Kotler & Armstrong, 2010, Customer Relatinship Marketing

Schiffman et al., 2008, cara perusahaan dalam membina relasi dengan para pelanggan.

Buttle Iriana & Buttle, 2007, CRM didukung oleh data konsumen yang berkualitas dan teknologi informasi. Sumber: <https://mediaindonesia.com/read/detail/344197-pentingnya-berolahraga-di-masa-pandemi-covid-19>

Dominski, FH. & Brandt 2020, R. Do the benefits of exercise in indoor and outdoor environments during the COVID 19 pandemic outweigh the risks of infection? Sport Sciences for Health 16:583-588

Int J Cardiovasc Sci. 2020; 33(4):401-403

Int J Cardiovasc Sci. 2020; 33(4):401-403 , Pitanga et al. Physical Activity and COVID-19. <https://www.exerciseismedicine.org>

Posted on Maret 4, 2020 by Bivisyani Questibriliain Akuntansi (Arti Customer bagi perusahaan)

Posted on Oktober 27, 2019 by Bivisyani Questibriliain Bisnis, Langkah Mudah Implementasi CRM Sebagai Solusi untuk Bisnis yang Stagnan

By Jowan Kho <https://www.simplidots.com/implementasi-crm-untuk-peningkatan-strategi-bisnis/>