

IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEB (STUDI KASUS : TOKO TIFA RUSA)

Stanly Hence Dolfi Loppies¹⁾, Reza Zubaedah²⁾, Aberta Primut³⁾

^{1,2,3)}Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Musamus

Alamat e-mail: ¹⁾stanly@unmus.ac.id, ²⁾reza@unmus.ac.id, ³⁾abertaprimut733@gmail.com,

Abstrak

Pengembangan teknologi dalam bidang penyampaian informasi menjadi suatu jalan dalam menghubungkan setiap macam kebutuhan manusia. Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara, salah satu UKM di antaranya Toko Tifa Rusa Merauke. Termasuk didalamnya pada bidang penjualan souvenir atau oleh-oleh dari dalam kota Merauke yaitu dalam bentuk makanan seperti Dendeng dan Abon rusa. Pada saat ini permasalahan yang dihadapi adalah bagian pemasaran dan promosi. Dengan masalah yang dihadapi tersebut maka dibutuhkan sebuah sistem informasi berbasis Web yaitu CRM (*Costumer Relationship Management*) dengan tujuan supaya mempermudah pelanggan dalam pemesanan produk pada Toko Tifa Rusa Merauke dan untuk membangun sebuah Aplikasi Sistem Informasi berbasis *Web* dengan penerapan CRM dalam memaksimalkan penyampaian informasi kepada pelanggan. Dengan adanya metode pendekatan CRM ini diharapkan pelanggan dapat dengan mudah mengakses informasi tentang produk, mendapat informasi promo, memberikan keluhan, kritik dan saran terhadap Toko Tifa Rusa Merauke, memberikan *review* terhadap produk yang ditawarkan.

Kata Kunci : CRM, Teknologi, Informasi, Penjualan, Pemasaran, Promosi

PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara sehingga UKM perlu dipertahankan. Mereka dituntut untuk lebih inovatif dan kreatif dalam mengelola perusahaannya agar dapat bertahan dalam dunia bisnis, serta dibutuhkan strategi khusus agar para pelanggan tidak berpaling kepada pesaingnya Strategi pemasaran yang berbasis pada upaya menciptakan hubungan antara pihak perusahaan dengan pelanggan lebih dikenal dengan istilah *Customer Relationship Management (CRM)*. [1] CRM adalah strategi pengelolaan pelanggan mulai dari proses pemasaran, penjualan sampai dengan proses pelayanan setelah penjualan, yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan

dengan harapan dapat menambah loyalitas pelanggan tersebut dan diharapkan mampu membuat pelanggan menjadi setia kepada perusahaan sehingga hubungan yang terjadi tidak hanya hubungan antara penjual dan pembeli, tetapi lebih mengarah kepada suatu hubungan mitra. Perusahaan menjadi lebih memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan sehingga pelanggan enggan untuk berpaling kepada pesaing. [2]

Toko Tifa Rusa merupakan salah satu toko yang bergerak pada bidang penjualan souvenir atau oleh-oleh yang terkenal di kota Merauke. Pada Toko Tifa Rusa produk yang banyak diminati pelanggan adalah Dendeng dan Abon Rusa yang terkenal murah dan dapat langsung di konsumsi, namun pada Toko Tifa Rusa terdapat pula produk lain yang mereka jual seperti Abon

Sapi / Ikan, Buah Merah, Ikan Asin Peda (Gabus / Kakap), Madu Herbal, Minyak Kayu Putih Khas Merauke, Pentolan Bakso (Kusa / Sapi), Petis dan Terasi (Udang), Sarang Semut, dan souvenir kerajinan kulit buaya yang semuanya di produksi dalam kota merauke sendiri.

Pada Toko Tifa Rusa dalam proses penjualan barang yaitu pelanggan bisa datang memilih, melihat stok barang dan langsung membeli produk yang diinginkan. Namun terdapat beberapa kendala bagi pelanggan di antaranya kesulitan untuk mendapat informasi yang terupdate seperti promosi jika ada produk yang baru, diskon atau potongan harga, serta informasi lain dari Toko Tifa Rusa di karenakan belum adanya media penyampaian informasi yang efektif seperti website Toko dan bagi pelanggan diluar daerah harus datang langsung untuk melihat dan memilih produk yang diinginkan sehingga memakan waktu dan biaya yang cukup banyak.

Dengan masalah yang dihadapi oleh Toko Tifa Rusa, maka dibutuhkan sebuah sistem informasi berbasis *web* yaitu CRM yang dapat mempermudah pelanggan didalam maupun diluar daerah dalam mengakses informasi mengenai Toko Tifa Rusa.[3] Untuk itu dalam penelitian ini akan dibuat suatu "Implementasi Customer Relationship Management Pada Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web" pada Toko Tifa Rusa yang juga dapat membantu pihak toko dalam mempertahankan pelanggan.

METODE PENELITIAN

A. Analisis Kebutuhan

1. Analisis Kebutuhan Fungsional

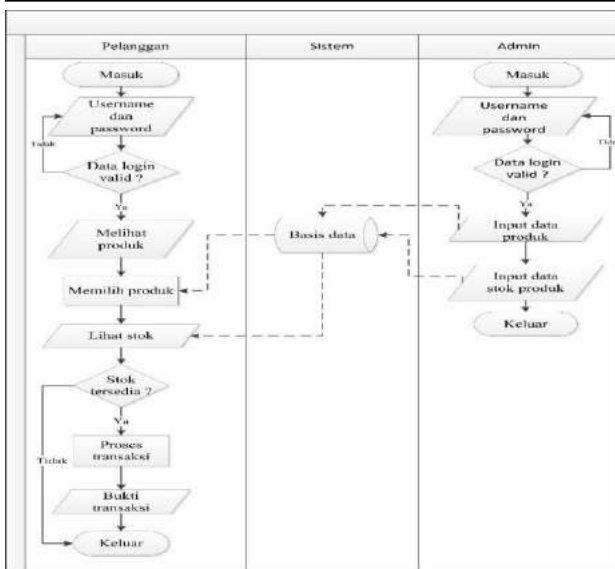
Analisis kebutuhan fungsional merupakan kebutuhan akan fasilitas yang dibutuhkan serta aktivitas apa saja yang dilakukan oleh sistem secara umum.

- a. Sistem harus dapat menampilkan informasi tentang Toko Tifa Rusa dan Produk-produknya.
- b. Sistem ini dapat membantu pelanggan untuk mencari data Toko.
- c. Sistem dapat mencetak informasi tentang Toko yang diminta oleh Admin.
- d. Kemudian sistem harus bisa mengeluarkan informasi yang diminta oleh pelanggan.
- e. Admin harus dapat menginput data Toko dan Pelanggan kedalam sistem
- f. Kemudian data tersebut yang diinput oleh *admin* dapat disimpan kedalam *database*. [4]

B. Perancangan Sistem

1. Sistem Yang Diusulkan

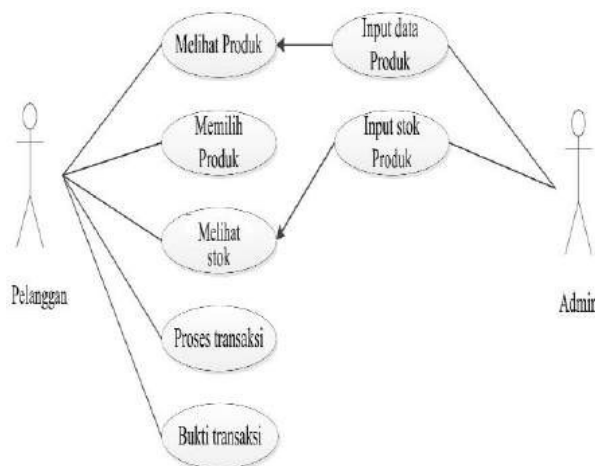
Sistem yang diusulkan, tentu diharapkan akan lebih mudah bagi pelanggan untuk melihat dan memesan produk yang diinginkan pada Toko Tifa Rusa. Sistem yang diusulkan jika digambarkan dalam bentuk *flowchart*, dapat dilihat seperti pada gambar 1 dibawah ini. [5]



Gambar 1. Sistem Yang Diusulkan

2. Use Case Diagram

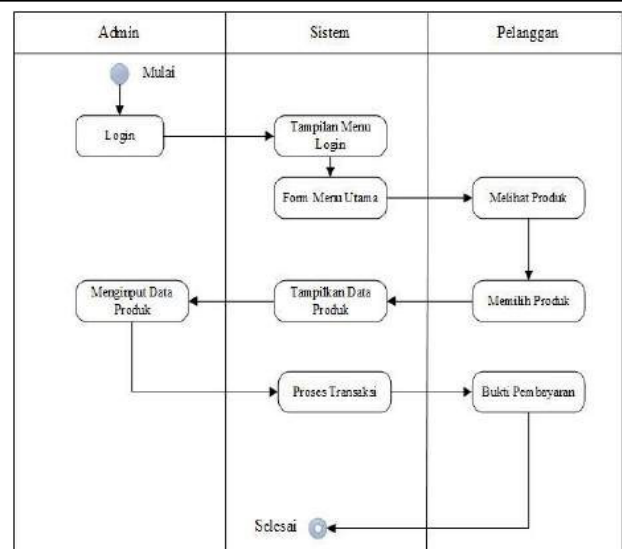
Gambaran fungsional dari suatu sistem yang akan digunakan sehingga dapat dipelajari oleh pengguna. Berikut merupakan *use case diagram* yang dapat dilihat pada gambar 2 dibawah ini :



Gambar 2. Use case Diagram

3. Activity Diagram

Activity diagram adalah teknik untuk menggambarkan logika Procedural, proses bisnis dan alur kerja. Pada gambar 3 Activity diagram menggambarkan alur kerja yang dilakukan admin, konsumen dan system.[6]



Gambar 3. Activity Diagram

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Perancangan

Hasil perancangan yang diperoleh dari penelitian ini yaitu penulis telah merancang sebuah *website* pada Toko Tifa Rusa Merauke. Dalam pengoperasian sistem terdapat dua aktor yang dapat mengakses system yaitu *admin* toko dan pelanggan dan diuraikan pada gambar sebagai berikut:[7]

1. Rancangan Menu Utama

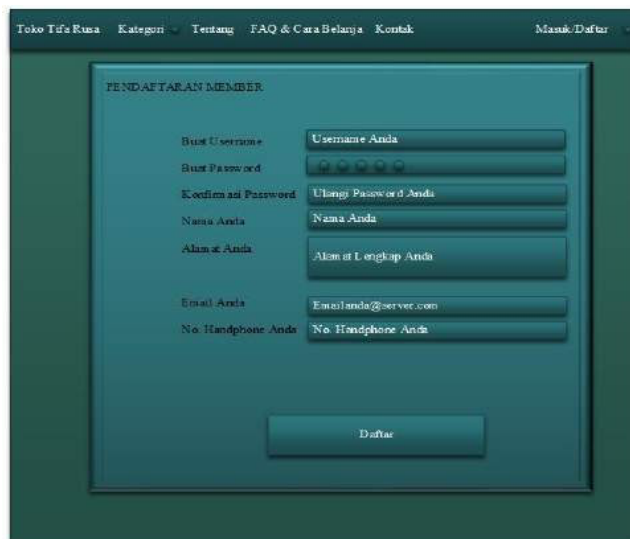
Rancangan tampilan halaman utama ini merupakan tampilan halaman awal dari *website* saat pelanggan mengunjungi *website* ini nantinya, dan dihalaman ini dilengkapi dengan berbagai macam fitur yang telah disediakan.[8]



Gambar 4. Tampilan Menu Utama

2. Perancangan Menu Pendaftaran Pelanggan

Menu pendaftaran merupakan menu yang disediakan untuk melayani pengunjung yang ingin menjadi pelanggan tetap.



Gambar 5 Tampilan Menu Pendaftaran Pelanggan

3. Perancangan Login Pelanggan

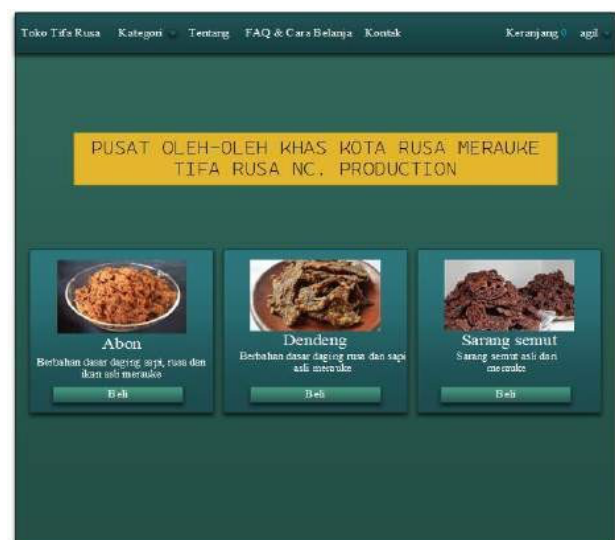
Rancangan login pelanggan disediakan agar dapat melakukan proses lebih lanjut maka pelanggan diwajibkan mengisi *username* dan *password* mereka jika ingin melakukan pemesanan produk.[1]



Gambar 6 Tampilan Login Pelanggan

4. Rancangan Tampilan Halaman Produk

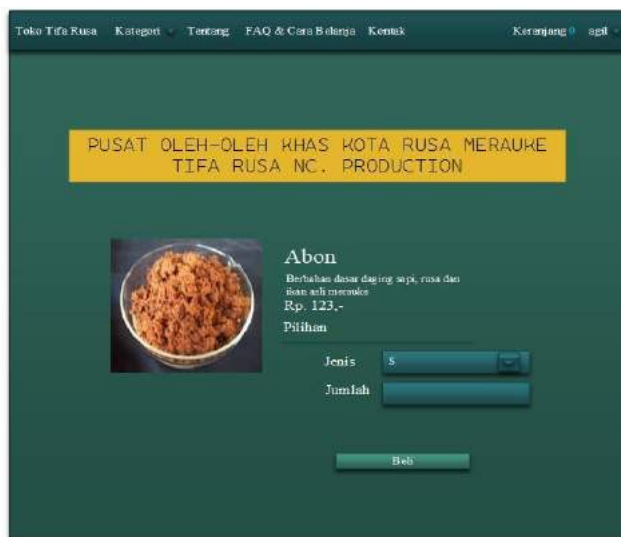
Rancangan dibawah ini merupakan rancangan halaman produk yang tersedia dan pelanggan dapat membeli produk dengan menekan tombol “beli” kemudian pelanggan akan di arahkan kepada menu selanjutnya.



Gambar 7 Tampilan Halaman Produk

5. Rancangan Tampilan Detail Produk

Rancangan tampilan detail produk merupakan tampilan kelanjutan dari proses pemesanan produk seperti pada gambar dibawah ini.

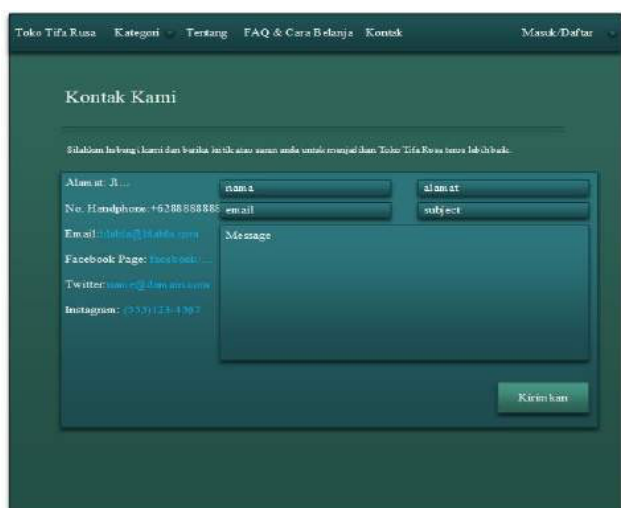


Gambar 8 Tampilan Detail Produk

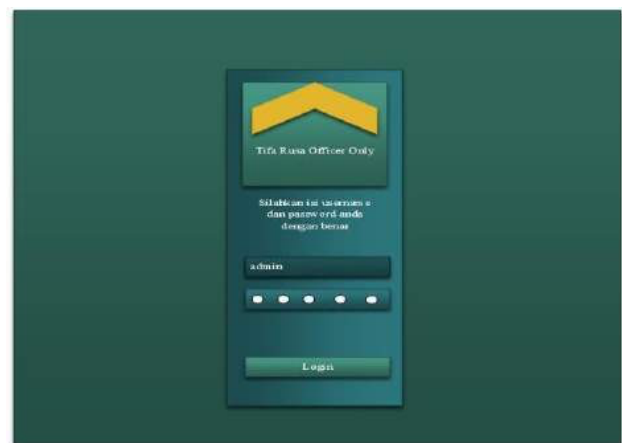
6. Rancangan Konfirmasi Pembayaran
Dibawah ini merupakan rancangan Konfirmasi pembayaran Ketika pelanggan telah melakukan pembelian produk yang diinginkan.



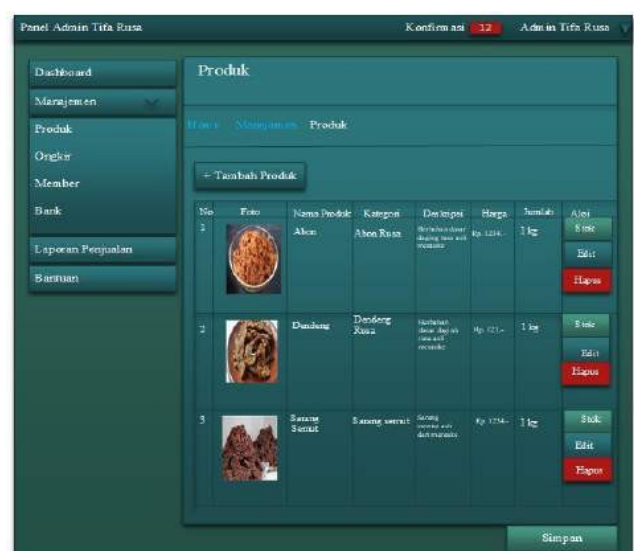
Gambar 9 Tampilan Konfirmasi Pembayaran



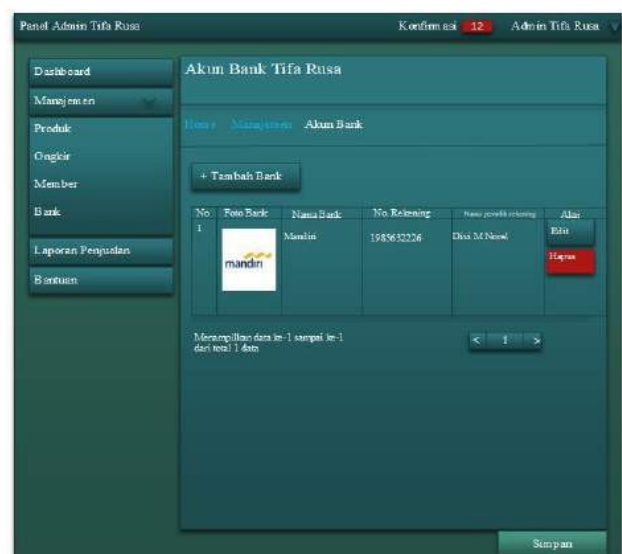
Gambar 10 Tampilan Kritik dan Saran



Gambar 11 Tampilan Login Admin



Gambar 12 Tampilan Pengolahan Produk



Gambar 13 Tampilan Data Akun Bank

Kode Barang	Nama Barang	Tanggal Penjualan	Harga	Jumlah	Total
ABC01	Dendeng Rusa	01/05/2023 21:13:00	Rp. 1254,-	1	Rp. 1254,-
KCP01	Jaban Rusa	02/05/2023 15:10:00	Rp. 125,-	2	Rp. 250,-
BBN01	Sausung Sernit	03/05/2023 13:25:00	Rp. 12345,-	3	Rp. 37.035,-
Total Pemasukan :					Rp. 38.523,-

Gambar 14 Tampilan Laporan Penjualan



Gambar 15 Tampilan Laporan Kepuasan Pelanggan

B. Pembahasan

Berdasarkan rancangan yang sudah dihasilkan dapat ditunjukkan bahwa rancangan Implementasi Customer Relationship Management pada sistem informasi penjualan pada toko Tifa Rusa Merauke sudah memenuhi kebutuhan yaitu dapat membantu pihak toko dalam mempertahankan hubungan antar pelanggan dengan meningkatkan pelayanan melalui sistem yang dibangun. Dan mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan produk yang diinginkan serta mempermudah pelanggan dalam mengakses informasi mengenai Toko Tifa Rusa.

KESIMPULAN

Pada Toko Tifa Rusa pelanggan diluar daerah harus datang langsung ke Toko Tifa Rusa jika ingin membeli produk pada Toko Tifa Rusa dan media penyampaian informasi yang belum efektif. Maka telah dibuat sistem informasi penjualan pada toko Tifa Rusa. Sistem informasi penjualan barang mempunyai fasilitas data barang, transaksi penjualan, pembelian dan laporan. Sehingga sistem dapat membantu proses penjualan pada toko Tifa Rusa dan membantu pelanggan dengan mudah mengakses informasi mengenai Toko Tifa Rusa. [8]

REFERENSI

- [1] R. Ariana, "Konsep Mengenai Pelanggan," pp. 1–23, 2016.
- [2] S. Informasi, P. Dan, P. Kebaya, and B. Website, "Proyek Tugas Akhir Implementasi Customer Relationship Management Pada," 2019.
- [3] Rahmat Hidayat, "Pengertian World Wide Web," *Pemrograman web dengan html*, pp. 6–20, 2017.
- [4] M. Duggan, D. R. Roderick, and J. Sieburg, "Data bases," *Proc. 1970 25th Annu. Conf. Comput. Cris. How Comput. are Shap. our Futur. ACM 1970*, pp. 1–7, 1970, doi: 10.1145/1147282.1147284.
- [5] AZPCP Gunawan, "Landasan Teori 2.1 Konsep Dasar Sistem 2.1.1 Pengertian Sistem," pp. 9–22, 2019.
- [6] Harizal Irawan, "Perancangan Sistem Informasi Administrasi Kesiswaan Pada SMP Negeri 4 Muntok dengan Berorientasi Objek," *J. SIFOM*, 2014.
- [7] J. J. Robinson, "DIAGRAM: A Grammar for Dialogues," *Commun. ACM*, vol. 25, no. 1, pp. 27–47, 1982, doi: 10.1145/358315.358387.

- [8] J. J. Koko Mukti Wibowo, Indra Kanedi, "Sistem Informasi Geografis (Sig) Menentukan Lokasi Pertambangan Batu Bara Di Provinsi Bengkulu Berbasis Website," *J. Media Infotama*, vol. 11, no. 1, pp. 223–260, 2021.