

## **IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA SISTEM INFORMASI PENJUALAN PRODUK KERAJINAN KULIT BUAYA BERBASIS WEBSITE**

**Apri Fredianto<sup>1)</sup>, Muhammad Hasbi<sup>2)</sup>, Stanly H.D Loppies<sup>3)</sup>**

<sup>1,2,3)</sup>Sistem Informasi, Fakultas Teknik – Universitas Musamus

Alamat e-mail: <sup>1)</sup>aprifredianto450@gmail.com, <sup>2)</sup>m.hasbi@unmus.ac.id, <sup>3)</sup>stanly@unmus.ac.id

### **Abstrak**

Toko Matahari Buaya merupakan sebuah toko yang menjual produk kerajinan kulit buaya seperti dompet, ikat pinggang, dan gantungan kunci. Berdasarkan wawancara dengan pemilik toko, terdapat beberapa kendala dalam proses bisnisnya, seperti ketiadaan media informasi *online* yang mengharuskan pelanggan datang langsung ke toko, yang dirasa kurang praktis. Selain itu, pencatatan data transaksi penjualan masih dilakukan secara manual, sehingga rentan terhadap kerusakan atau kehilangan data, serta tidak adanya fasilitas interaksi pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sistem berbasis *Customer Relationship Management* (CRM) yang dapat meningkatkan operasional toko dan menjaga loyalitas pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *waterfall*, di mana peneliti mengumpulkan data terlebih dahulu, kemudian merancang desain sistem yang meliputi desain konseptual dan desain *user interface*, serta menggunakan bahasa pemrograman seperti PHP (*Hypertext Preprocessor*), *Tailwind CSS (Cascading Style Sheet)*, *framework Laravel*, *React JS*, *JavaScript*, dan *database MySQL*. Pengujian sistem dilakukan menggunakan metode *blackbox testing* dan kuesioner dengan perhitungan skala Likert, serta pengujian fitur CRM. Penelitian ini menghasilkan sebuah sistem informasi yang mempermudah pengelolaan informasi produk dan pembelian *online* melalui *website*. Fitur utama meliputi *chat*, *rating*, *review*, *member point*, notifikasi produk baru via email, pembayaran *online*, serta laporan transaksi otomatis yang dapat difilter berdasarkan jenis dan periode waktu. Hasil dari penelitian, berdasarkan pengujian *blackbox*, menunjukkan bahwa semua fungsi berjalan sesuai harapan. Fitur CRM menunjukkan tingkat keberhasilan 80,4%, sementara survei kuesioner mencatat tingkat kepuasan rata-rata 90,43% dari pelanggan dan 90% dari pemilik toko. Sistem ini efektif dalam meningkatkan kualitas layanan toko, mempermudah pengelolaan transaksi, dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

**Kata Kunci:** CRM, Sistem Informasi, Penjualan, Kerajinan Kulit Buaya, *Website*.

### **PENDAHULUAN**

Teknologi informasi dan komunikasi atau internet, telah terbukti sebagai sarana penyebaran informasi yang sangat efisien dan mudah diakses oleh individu di mana pun dan kapan pun. Perkembangan teknologi ini memiliki dampak signifikan terhadap aktivitas perdagangan dan bisnis. Melalui perangkat digital, pengguna dapat dengan mudah menjelajahi berbagai produk secara virtual, memperoleh informasi secara *real-time*, dan melakukan aktivitas transaksi dari rumah atau tempat kerja, sehingga memberikan kenyamanan serta meningkatkan efektivitas proses bisnis [1]. Kemudahan ini menciptakan peluang besar bagi bisnis, termasuk toko kerajinan, untuk

Toko Matahari Buaya adalah bisnis milik Pak Marsudi yang bergerak di bidang produk kerajinan kulit buaya. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan Pak Marsudi, ditemukan bahwa Toko Matahari Buaya masih menghadapi beberapa kendala dalam proses bisnisnya. Salah satu permasalahan utama adalah belum tersedianya media informasi yang memadai, baik berupa media sosial maupun portal informasi (*website*), yang dapat memudahkan pemilik toko dalam mengelola dan menyampaikan informasi produk, termasuk jika ada produk baru. Kondisi ini mengharuskan pelanggan untuk datang langsung ke toko untuk

melihat dan membeli produk kerajinan kulit buaya, yang dirasa pemilik toko belum cukup praktis dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Permasalahan lain yang dihadapi pemilik Toko Matahari Buaya adalah pencatatan data transaksi penjualan yang masih dilakukan secara manual dengan mencatatnya dalam sebuah buku, sehingga rentan terhadap kerusakan dan kehilangan data.

Selain itu, pemilik toko belum memiliki sarana yang mendukung komunikasi langsung dengan pelanggan serta media untuk menerima

*rating* dan *review* pelanggan.

Ketiadaan fasilitas ini menyulitkan pemilik toko dalam menyediakan informasi produk yang memadai bagi calon pelanggan sebagai bahan pertimbangan sebelum melakukan pembelian.

*Customer Relationship Management* (CRM) adalah suatu proses memperoleh, mempertahankan dan meningkatkan hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Tujuan sistem ini diperuntukan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan, memastikan kepuasan mereka dan secara bersamaan mendapatkan keuntungan bagi pebisnis. Dengan menerapkan *Customer Relationship Management*, pebisnis dapat lebih memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dan meningkatkan kualitas produk [2]. Oleh karena itu, untuk mengatasi permasalahan tersebut, penulis tertarik membuat sistem informasi penjualan berbasis *website* dengan menerapkan konsep *Customer Relationship Management* (CRM) pada Toko Matahari Buaya. Sistem ini bertujuan untuk mempermudah pemilik toko dalam menyampaikan informasi produk kepada pelanggan, termasuk jika ada produk baru yang akan diinformasikan melalui email, serta memfasilitasi proses pemesanan secara *online*, sehingga pelanggan tidak perlu datang langsung ke toko. Selain itu, sistem ini menyediakan fitur bagi pelanggan untuk memberikan *rating* dan *review* terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diterima, serta fitur obrolan (*chat*) yang

mendukung interaksi antara pelanggan dan penjual. Sistem ini juga dilengkapi dengan fitur poin anggota (*member point*), di mana pelanggan akan memperoleh poin pada setiap transaksi yang dapat ditukarkan sebagai potongan harga pada pembelian berikutnya. Bagi pemilik toko, sistem ini juga memudahkan dalam pengelolaan data transaksi penjualan secara otomatis. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk merancang sistem serta membangun suatu sistem dengan judul “*Implementasi Customer Relationship Management* pada sistem informasi penjualan produk kerajinan kulit buaya berbasis website (studi kasus: Toko Matahari Buaya)”.

## LANDASAN TEORI

### A. Sistem Informasi

Mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan menyebarkan data adalah tujuan dari sistem informasi, yang terdiri dari berbagai komponen informasi yang saling terhubung. Agar sistem informasi dapat berfungsi dengan baik, diperlukan beberapa komponen penting yang memegang peranan sangat penting dalam pengoperasiannya. Komponen-komponen tersebut adalah *Input, Proses, Output, Teknologi, Basis Data, dan Kendali* [3].

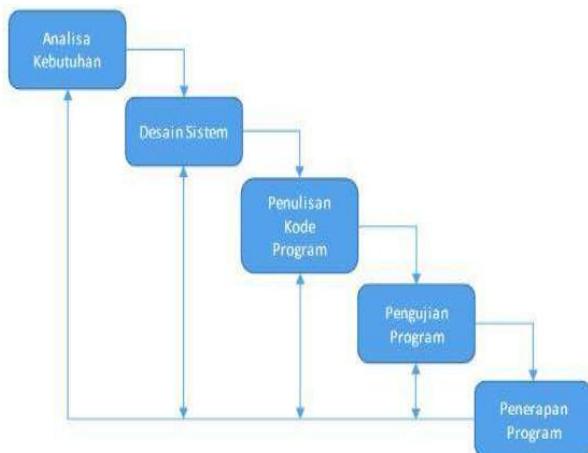
### B. *Customer Relationship Management*(CRM)

*CRM (Customer Relationship Management)* adalah sebuah pendekatan yang didesain untuk mengembangkan, menjaga, dan memperkuat hubungan yang saling *profitabel* dengan pelanggan. Dengan mengimplementasikan CRM, perusahaan bisa lebih memahami kebutuhan dan juga preferensi pelanggan, sehingga mampu memberikan layanan yang lebih baik dan juga meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan. Dalam waktu panjang, keadaan ini berpotensi membawa pelanggan yang loyal dan memberikan keunggulan dalam persaingan. Oleh sebab itu, sistem informasi yang *disupport* oleh penerapan CRM bisa

menjadi kunci kesuksesan dalam *e-commerce* dan juga membuat hubungan yang berkepanjangan dengan pelanggan [2].

### C. Metode Waterfall

Model *Waterfall*, juga disebut sebagai "*linear sequential model*" atau "*classic life cycle*", adalah pendekatan klasik untuk pengembangan perangkat lunak yang bersifat sistematis dan berurutan [4].



Gambar 1. Metode Waterfall

## METODE PENELITIAN

### A. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu :

#### 1. Observasi

Peneliti mengamati secara langsung proses operasional di Toko Matahari Buaya, mencatat bagaimana pelanggan berinteraksi dengan toko dan melakukan transaksi.

#### 2. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara dengan pemilik toko untuk menggali informasi tentang mekanisme pemesanan, kendala operasional, dan harapan pemilik toko terkait pengembangan sistem. Hasil wawancara ini menjadi dasar perancangan sistem yang sesuai dengan kebutuhan toko.

#### 3. Studi Literatur

Melakukan pencarian referensi terkait penelitian sejenis melalui jurnal *online* yang diakses melalui *website*.

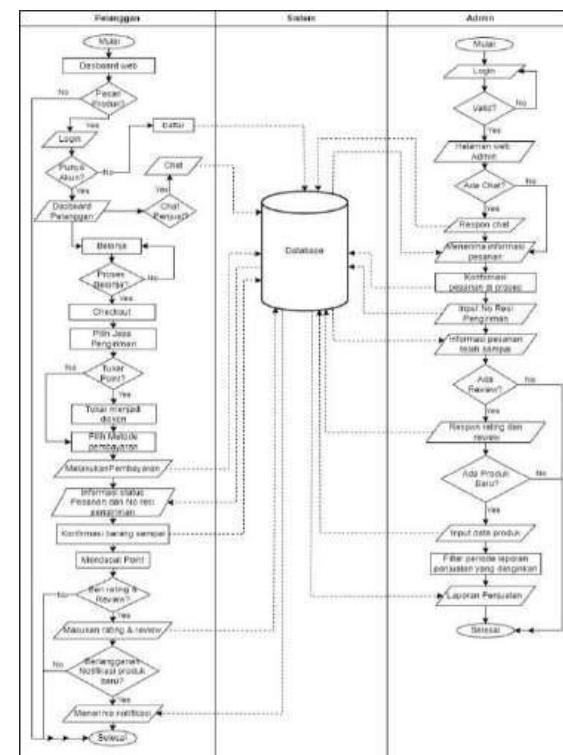
### 4. Dokumentasi

Pengambilan data menggunakan *smartphone* dengan data dokumentasi berupa foto dan *file* dokumen.

### B. Analisis Sistem

Analisis sistem adalah penjabaran suatu sistem informasi yang utuh ke dalam berbagai bagian komponennya dengan tujuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi berbagai masalah atau hambatan yang timbul pada sistem.

### 1. Analisis Sistem Yang Diusulkan



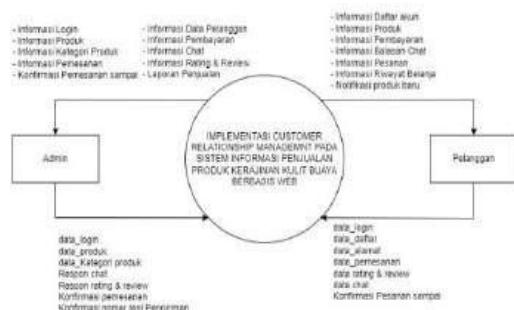
Gambar 2. Analisis Sistem Yang Diusulkan

### C. Perancangan Sistem

Perancangan sistem adalah tahap setelah analisis sistem dari siklus pengembangan sistem yang medefinisikan dari kebutuhan-kebutuhan fungsional, persiapan untuk rancang bangun implementasi, penggambaran, perencanaan dan pembuatan atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan

yang utuh dan berfungsi. Pada bagian ini, penulis akan menjelaskan mengenai rancangan dari program yang akan dibuat mulai dari DFD.

### 1. Diagram Konteks



Gambar 3. Diagram Konteks

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Desain *User Interface* Sistem

#### 1. Tampilan Halaman Beranda Pelanggan



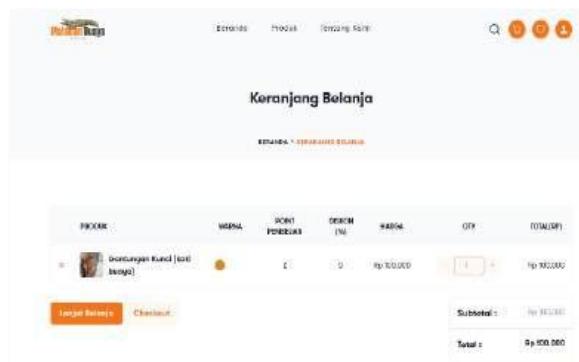
Gambar 3. Tampilan Beranda Pelanggan

#### 2. Tampilan Halaman *Login*



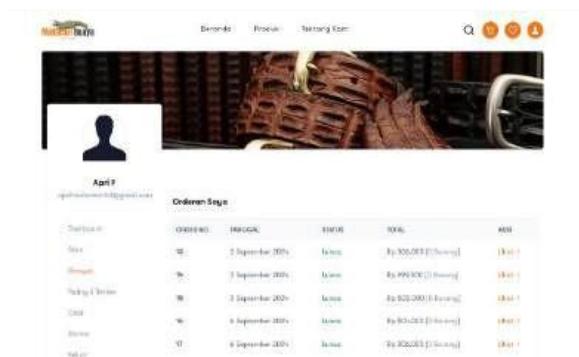
Gambar 4. Tampilan Halaman *Login*

#### 3. Tampilan Halaman Keranjang Belanja



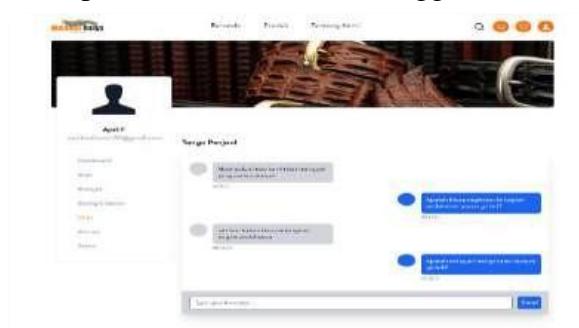
Gambar 5. Tampilan Keranjang Belanja

#### 4. Tampilan Halaman Riwayat



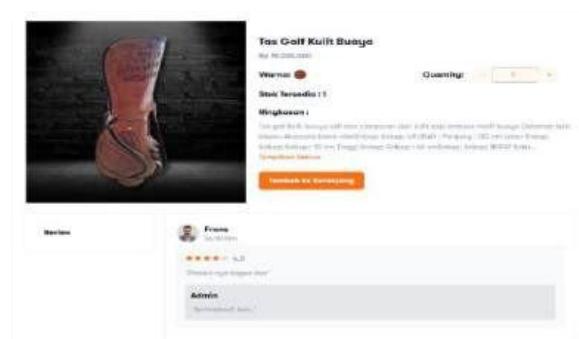
Gambar 6. Tampilan Halaman Biodata Penduduk

#### 5. Tampilan Halaman *Chat* Pelanggan



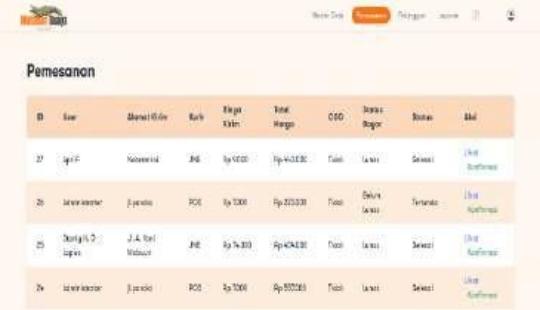
Gambar 7. Tampilan Halaman *Chat* Pelanggan

#### 6. Tampilan Halaman *Rating* dan *Review*



Gambar 8. Tampilan Halaman *Rating* dan *Review*

## 7. Tampilan Halaman Kelola Pesanan



ID	Nama	Alamat/Blok	Kode	Harga Total	Total Harga	CCG	Status Pesanan	Status	Batal
27	jepti	Kelenteng	JKT	Rp 500.000	Rp 500.000	Pensi	Selesai	Untuk	Batal
28	Januari	Bijak	PDK	Rp 1.000	Rp 2.000.000	Pensi	Banting	Untuk	Batal
29	Dwi H. D.	J.A. Raya	JKT	Rp 70.000	Rp 420.000	Pensi	Selesai	Untuk	Batal
30	Indriyani	J. Pekalongan	PDK	Rp 1.000	Rp 500.000	Pensi	Selesai	Untuk	Batal

Gambar 9. Tampilan Halaman Kelola Pesanan

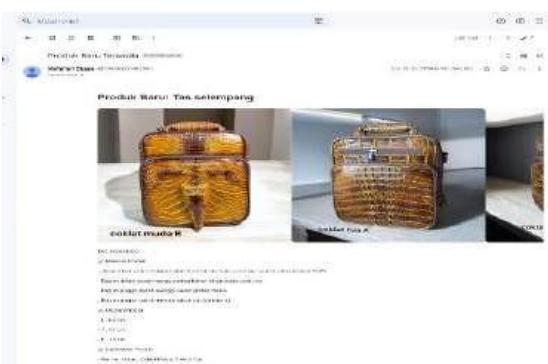
## 8. Tampilan Halaman Kelola Produk



ID	Nama Kain	Kode Kain	Jumlah	Harga	Status
1	Denim kain bahan	Denim kain	1000	Rp 100.000	Disponibel
2	Denim kain	Denim kain	1000	Rp 100.000	Disponibel
3	Denim kain	Denim kain	1000	Rp 100.000	Disponibel
4	Denim kain	Denim kain	1000	Rp 100.000	Disponibel

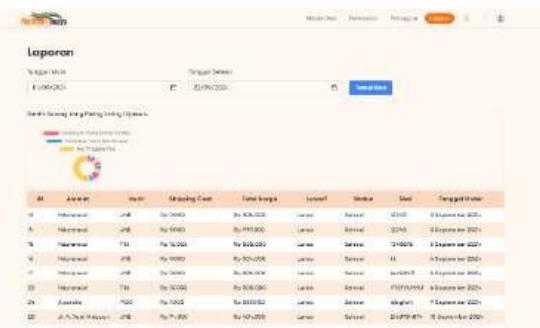
Gambar 10. Tampilan Halaman Kelola Produk

## 9. Tampilan Notifikasi Produk Baru via email



Gambar 11. Tampilan Notifikasi Produk baru

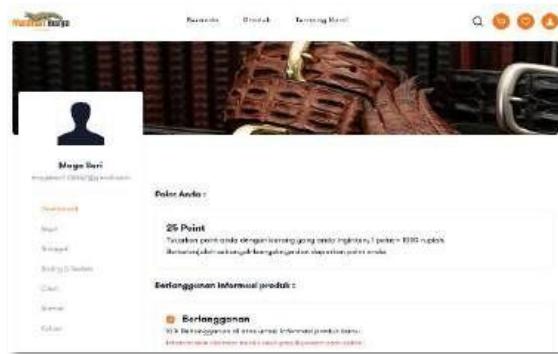
## 10. Tampilan Halaman Laporan Penjualan



ID	Alamat	Nama	Masa Buka	Total Jumlah	Total Harga	Status	Tanggal
1	Denim kain	Denim kain	Rp 100.000	1000	Rp 100.000.000	Disponibel	12/09/2024
2	Denim kain	Denim kain	Rp 100.000	1000	Rp 100.000.000	Disponibel	12/09/2024
3	Denim kain	Denim kain	Rp 100.000	1000	Rp 100.000.000	Disponibel	12/09/2024
4	Denim kain	Denim kain	Rp 100.000	1000	Rp 100.000.000	Disponibel	12/09/2024
5	Denim kain	Denim kain	Rp 100.000	1000	Rp 100.000.000	Disponibel	12/09/2024
6	Denim kain	Denim kain	Rp 100.000	1000	Rp 100.000.000	Disponibel	12/09/2024
7	Denim kain	Denim kain	Rp 100.000	1000	Rp 100.000.000	Disponibel	12/09/2024
8	Denim kain	Denim kain	Rp 100.000	1000	Rp 100.000.000	Disponibel	12/09/2024
9	Denim kain	Denim kain	Rp 100.000	1000	Rp 100.000.000	Disponibel	12/09/2024

Gambar 12. Tampilan Halaman Laporan Penjualan

## 11. Tampilan Halaman *member point*



Gambar 13. Tampilan *Member Point*

## KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian yang telah dilakukan penulis dengan judul penelitian *Implementasi Customer Relationship Management (CRM)* pada penjualan produk kerajinan kulit buaya berbasis *website* (Studi Kasus Toko Matahari Buaya).

Berdasarkan hasil penelitian, sistem informasi yang dibuat berhasil meningkatkan operasional Toko Matahari Buaya dengan mempermudah pengelolaan informasi produk dan proses pembelian secara *online*, yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembelian tanpa datang langsung ke toko. Selain itu, sistem ini juga menyederhanakan pengelolaan laporan data transaksi penjualan secara otomatis, yang mengurangi risiko kerusakan atau kehilangan data transaksi. Implementasi konsep CRM melalui fitur-fitur seperti *chat*, *rating & review*, notifikasi produk baru melalui email, serta *member point* memberikan rata-rata hasil pengujian CRM sebesar 80,4%. Fitur-fitur tersebut berpotensi memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan serta meningkatkan kualitas pelayanan toko. Hasil kuesioner yang melibatkan 30 pelanggan dan pemilik toko menunjukkan bahwa 88,93% pelanggan dan 90% pemilik toko sangat setuju dengan sistem yang di bangun dalam meningkatkan operasional toko, mempermudah pengelolaan data transaksi penjualan, dan

memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

## **REFERENSI**

- [1] K. Risnanto, R. Priantama, E. Darmawan, and M. Si, “Implementasi Crm Pada Sistem Informasi Jual-Beli Mobil Di Showroom Deffa Jaya Motor Berbasis Web,” *J. Cloud Inf.*, vol. 4, no. 2, 2019.
- [2] N. Indasari, S. Asria, M. F. Razak, and N. Hs, “Penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada Sistem Informasi Penjualan Bucket Berbasis Web di Toko Hadinafa Galery,” *Pros. SISFOTEK*, 2023, [Online]. Available: <http://seminar.iaii.or.id/index.php/SISFOTEK/article/view/388> <https://seminar.iaii.or.id/index.php/SISFOTEK/article/download/388/320>
- [3] A. Nitami, A. A. Munthe, and Masrizal, “Sistem Informasi Reservasi Hotel Rantauprapat Berbasis Web dengan Framework Codeigniter,” *J. Student Dev. Inf. Syst.*, vol. 1, no. 1, pp. 7–17, 2021.
- [4] R. Syabania and N. Rosmawani, “Perancangan Aplikasi Customer Relationship Management ( Crm ) Pada Penjualan Barang Pre-Order Berbasis Website,” *Rekayasa Inf.*, vol. 10, no. 1, pp. 44–49, 2021.