
PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEB

Irfansyah¹, Wahyudin*²

¹Universitas Nusa Mandiri

²Universitas Bina Sarana Informatika

Email: ¹irfansyah.abdillah@gmail.com, ²wahyudin.whd@bsi.ac.id

*Penulis Korespondensi

Abstrak

Customer Relationship Management merupakan salah satu cara strategi yang dapat digunakan perusahaan dalam menghadapi persaingan yang kompetitif di dunia bisnis. *Customer relationship management* memiliki keunggulan untuk menjalin hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya. Sehingga ini merupakan keuntungan bagi perusahaan karena kedekatan dengan pelanggan seperti ini menimbulkan kedekatan emosional apabila terjalin hubungan dapat dijadikan sebagai pondasi bagi perusahaan dalam menciptakan loyalitas pelanggannya. Sistem manajemen hubungan pelanggan yang masih menggunakan manual yaitu dengan melalui email dan telepon tidaklah efektif. Terlebih lagi pelanggan tidak bisa melihat langsung produk apa yang ditawarkan perusahaan, sehingga menyulitkan pelanggan dalam pemesanan produk. Sistem Informasi *Customer Relationship Management* Berbasis Web adalah sistem informasi yang digunakan untuk mengelola data-data pelanggan, data produk, dan transaksi yang dilakukan oleh pelanggan kemudian dikelola dalam bentuk website sehingga memudahkan dalam melakukan pengelolaan data oleh perusahaan dan dapat mengatasi masalah yang ada. Dengan menerapkan sistem informasi *Customer Relationship Management* dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan MySQL, transaksi yang ada dapat dilakukan dengan baik dan efisien.

Kata kunci: *Customer Relationship Management, PHP, MySql, Web*

Abstract

Customer relationship management is one strategy that companies can use in competitive competition in the bussiness world. Customer relationship management has the advantage to establish relationship between companies and their customers. So this is an advantages for the company because of the proximity to customers like this to cause emotional closeness when a relationship can be use company in creating customer loyalty. The customer relationship management system that still uses the manual is by email and phone is not effective. Moreover customers can not see directly what products the company offers, making it difficult for customers in ordering product. A Web Based Customer Relationship Management Information System is an information system used to manage customer data, product data, and transaction conducted by the customer then managed in the form of website making it easier in managing data by the company and can solve existing problems. By applying customer relationship management information system with PHP and MySQL programming language, the existing transactions can be done well and efficiently.

Keywords: *Customer Relationship Management, PHP, MySql, Web*

1. PENDAHULUAN

Persaingan usaha yang ketat dewasa ini mengharuskan perusahaan untuk berfokus kepada kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen serta perlu adanya suatu sistem informasi yang dapat membuat suatu perusahaan dapat bertahan lama yaitu dengan memiliki sistem informasi hubungan dengan pelanggan, sehingga pelanggan lebih mudah dalam mencari informasi, dengan menggali berbagai informasi dari sumber informasi global di dunia maya (*internet*).

Menurut Parahita Dengan adanya CRM perusahaan dapat menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas melalui pengetahuan dan pemenuhan kebutuhan pelanggan dengan cepat dan tepat. CRM juga dapat membantu pelaku usaha mengembangkan produk baru berdasarkan pengetahuan yang didapat dari data keinginan pelanggan, dinamika pasar dan pesaing(Hijriani & Maulana, 2019)

Customer Relationship Management adalah salah satu strategi bisnis untuk meningkatkan keuntungan, penghasilan, dan kepuasan konsumen dengan cara mengatur segmentasi konsumen, cara memberikan perlakuan terhadap konsumen, dan mengimplementasikan proses customer-centric (Adelia & Setiawan, 2011).

PT. Mulia *Knitting Factory* merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang tekstil. Dengan banyaknya pelanggan yang saat ini, PT. Mulia *Knitting Factory* harus mempunyai strategi untuk mempertahankan pelanggan-pelanggan tersebut tanpa mengalihkan fokus strategi untuk mendapatkan pelanggan baru yang berpotensi memberikan kontribusi terhadap perusahaan juga. Selama ini hubungan yang dilakukan oleh PT. Mulia *Knitting Factory* ke pelanggannya, baik itu secara berhadapan langsung maupun melalui media komunikasi, belum diolah menjadi sebuah sistem informasi yang disimpan dalam sebuah sistem informasi. Hal ini mengakibatkan informasi yang diperoleh tentang pelanggan menjadi tidak efektif(Attas, 2019), sehingga berdampak pada kurangnya informasi yang nantinya digunakan untuk menganalisis hasil produksi guna memberikan solusi strategi pemasaran produk yang ditawarkan.

Customer Relationship Management (CRM) memiliki fokus mengelola semua cara yang digunakan perusahaan untuk berurusan dengan pelanggan(Sitohang, 2017). CRM menggunakan teknologi informasi untuk membuat sistem lintas fungsi perusahaan yang mengintegrasikan dan mengotomatisasi banyak proses pelayanan pada pelanggan dalam penjualan, pemasaran, dan layanan pelanggan yang berinteraksi dengan pelanggan perusahaan(Asiseh et al., 2013)

Maka perlu diterapkan suatu strategi yang lebih baik dengan cara mengimplementasikan suatu produk teknologi sistem informasi yang dapat membantu usaha ini menjadi lebih efektif dalam meningkatkan layanan marketing dan customer support, serta dapat menunjang pengambilan keputusan yang lebih baik bagi pemilik usaha. Salah satu keunggulan peningkatan layanan adalah dengan menerapkan konsep Manajemen Hubungan Pelanggan atau *Customer Relationship Management (CRM)*. CRM merupakan sebuah filosofi bisnis yang menggambarkan suatu strategi penempatan client sebagai pusat proses, aktivitas dan budaya. Konsep ini telah dikenal dan banyak diterapkan untuk meningkatkan pelayanan di perusahaan(Dyantina et al., 2012).

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan langkah penting dalam penyusunan laporan penelitian khususnya bagi perancangan sistem, sehingga memudahkan dalam menganalisis suatu proses bisnis yang ada, teknik penelitian yang dilakukan menggunakan teknik pengumpulan data dan model pengembangan sistem. Adapun model pengembangan sistem informasi yang digunakan adalah ADDIE.

ADDIE merupakan satu akronim bagi *Analysis* (analisis), *Design* (reka bentuk), *Development* (pengembangan), *Implementation* (pelaksanaan), dan *Evaluation* (penilaian). Salah satu fungsi ADDIE yaitu untuk menjadi pedoman dalam membangun atau mengembangkan suatu perangkat dan berfungsi sebagai program pelatihan yang bersifat dinamis dan efektif(Wellele et al., 2022).

1. *Analysis*

Dalam Tahapan ini penulis menjabarkan komponen yang akan diidentifikasi dan dianalisa terhadap studi kasus yang ada, sehingga tahapan *analysis* akan membentuk komponen yang dikerjakan menjadi lebih baik(Anafi et al., 2021).

2. *Design*

Design CRM pada sistem informasi ini adalah menghasilkan gambaran output dari tampilan, proses serta fungsi yang ada dalam komponen. Proses Tahapan *design* dilaksanakan setelah tahapan *analysis* dilaksanakan. Selama proses *design* penulis melakukan diskusi dengan pihak perusahaan agar *user* dapat gunakan system dengan mudah(Firdaus et al., 2022).

3. *Development*

Tahapan *Development* bertujuan untuk mewujudkan apa yang telah dibuat pada tahapan desain. seluruh tampilan, proses, dan fungsi dari perencanaan akan diselesaikan pada tahap ini. Dua tahap

sebelumnya akan menentukan hasil dari tahapan *Development*, analisis dan desain yang tepat akan memenuhi kebutuhan CRM yang dibutuhkan oleh perusahaan.

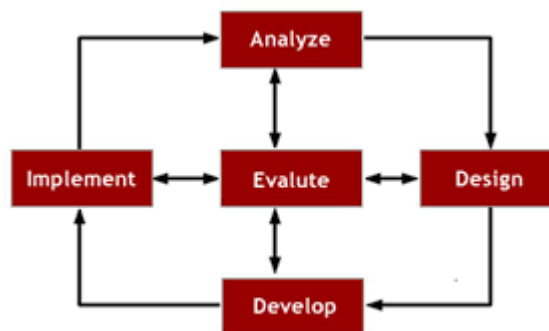
4. *Implementation*

Tahapan ini adalah penerapan dari tahapan-tahapan sebelumnya, tujuan dari tahapan implementasi adalah pengujian terhadap sistem informasi yang sudah dibuat, setiap user akan dilakukan pengujian disetiap komponen (Andi Rustandi & Rismayanti, 2021).

5. *Evaluation*

Tahapan ini adalah proses mengevaluasi semua tahapan sebelumnya untuk mengetahui apakah komponen CRM sudah memenuhi kebutuhan yang ada. Evaluasi berdasarkan hasil dari penilaian pemilik perusahaan dan user yang melakukan pengujian sistem (Barokati & Annas, 2013).

Berikut Diagram metode pengembangan system ADDIE



Gambar 1. Metode Pengembangan Sistem ADDIE

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam sistem informasi penjualan ini dapat memudahkan customer dalam mendapatkan informasi mengenai data produk yang ditawarkan, serta mendapatkan informasi terhadap pesanan yang dipesan kepada perusahaan dimana sistem complain terintegrasi dalam satu sistem. Berikut hasil penerapan CRM dalam sistem informasi penjualan berbasis web.

Sistem informasi adalah suatu sistem di 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 laporan-laporan yang diperlukan oleh pihak luar tertentu (Sutabri, 2012).

Customer Relationship Management adalah proses pengelolaan informasi yang rinci tentang masing-masing pelanggan dan mengelola secara cermat semua "titik sentuh" pelanggan dengan tujuan memaksimalkan kesetiaan pelanggan (Kotler, 2009).

UML (*Unified Modeling Language*)

Unified Modeling Language (UML) adalah sekumpulan konversi pemodelan yang digunakan untuk menentukan atau menggambarkan sebuah sistem perangkat lunak yang terkait dengan objek (Whitten & Bentley, 2007).

Tahapan Analisis:

Spesifikasi kebutuhan (*system requirement*) dari sistem CRM yang dibuat:

Halaman *Customer*:

A1. *Customer* melakukan registrasi pendaftaran.

A2. *Customer* melihat produk.

A3. *Customer* mengelola PO (*Purchase Order*).

A4. Sistem memfasilitasi customer dapat mengirim komplain.

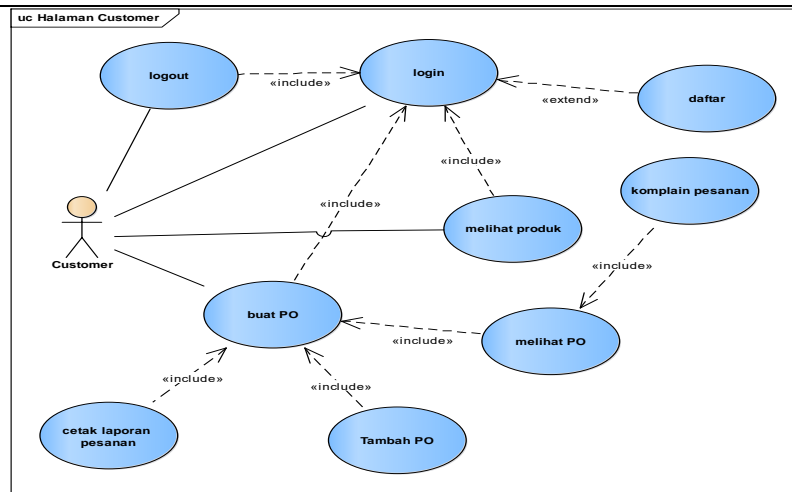
Halaman Admin:

B1. Admin dapat mengelola data customer.

B2. Admin dapat mengelola data produk.

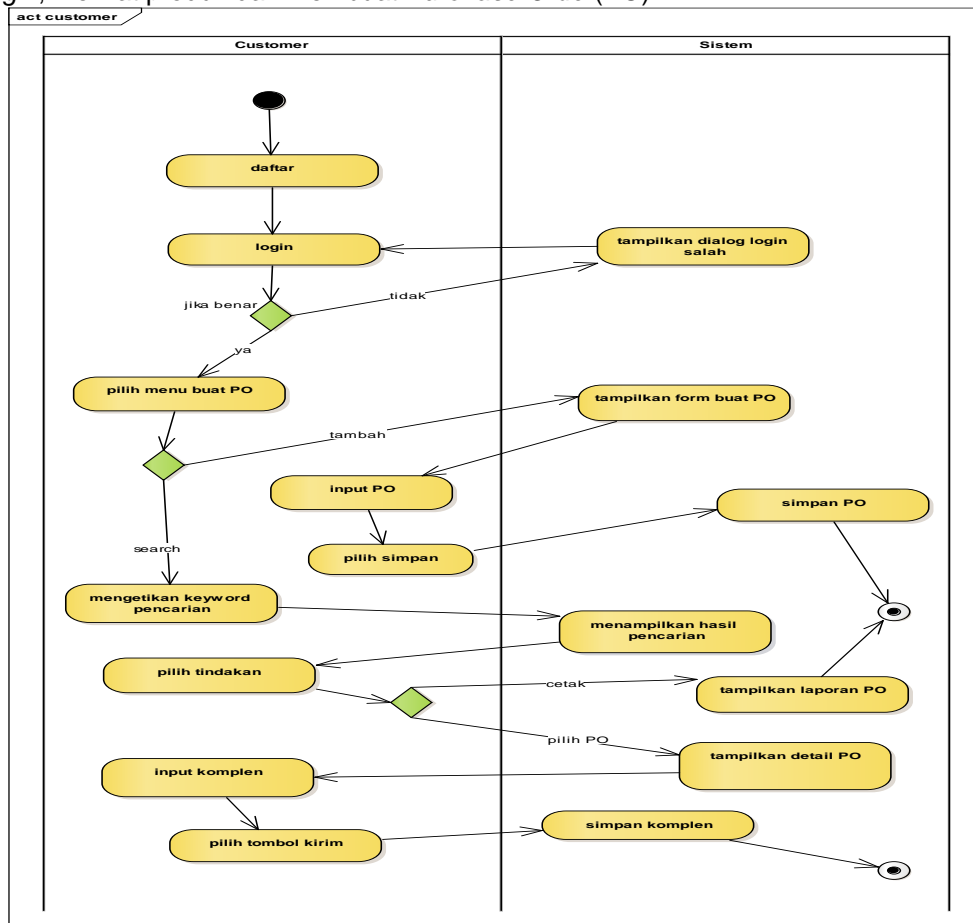
B3. Admin dapat mengelola data transaksi pemesanan.

B4. Admin dapat mengelola data komplain.



Gambar 2. Use Case Diagram Halaman Customer

Pada gambar 2 menjelaskan use case diagram halaman customer, dimana customer dapat melakukan login, melihat produk dan membuat Purchase Order(PO).



Gambar 3. Activity Diagram Kelola PO Halaman Customer

Pada Gambar 3 menjelaskan diagram proses aktifitas pengelolaan Purchase Order(PO) di halaman customer

ERD (Entity Relationship Diagram)

Entity Relationship Diagram (ERD) merupakan suatu model data yang dikembangkan berdasarkan objek. Komponen ERD adalah sebagai berikut(Sutanta, 2011) :

1. Entitas

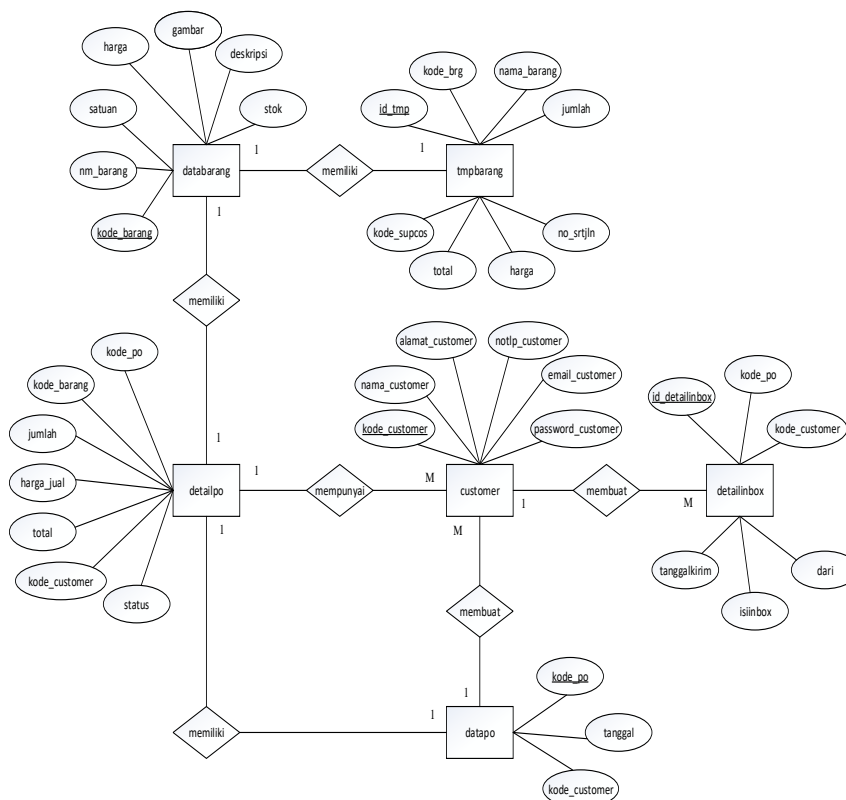
Entitas merupakan objek yang dapat dibedakan dari lainnya yang dapat diwujudkan dalam basis data. Objek dasar dapat berupa orang, benda, atau hal yang keterangannya perlu disimpan di dalam basis data.

2. Atribut

Atribut merupakan keterangan-keterangan yang terkait pada sebuah entitas yang perlu disimpan dalam basis data. Atribut sebagai penjelas pada sebuah entitas.

3. Relasi

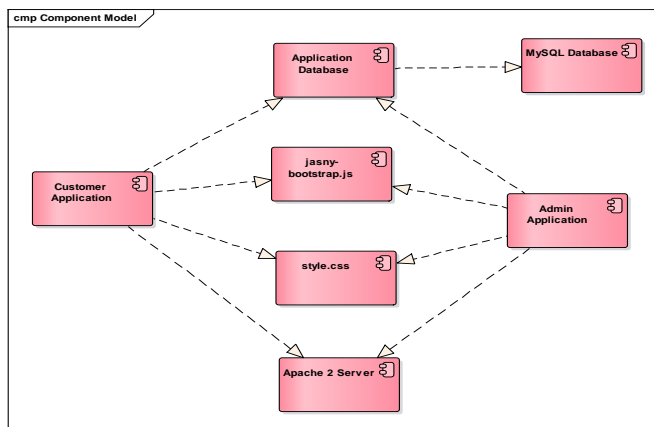
Relasi merupakan hubungan antara sejumlah entitas yang berasal dari himpunan entitas yang berbeda.



Gambar 4. ERD Customer Relationship Management

Gambar 4 menjelaskan ERD terbentuknya relasi antar entitas di CRM system informasi penjualan yang akan membentuk tabel pada proses berikutnya.

Software Architecture

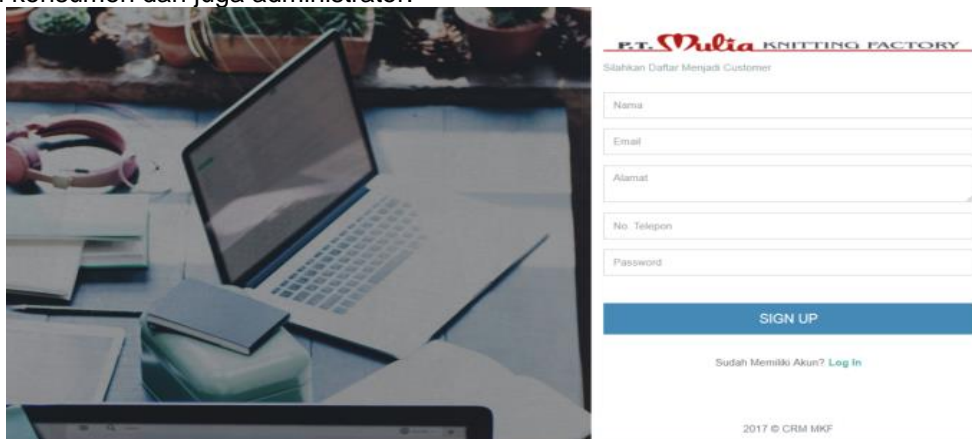


Gambar 5. Component Diagram CRM

Gambar 5 menjelaskan komponen-komponen yang diperlukan untuk menggunakan Customer Relationship Management system informasi Penjualan berbasis web.

User Interface

Berikut adalah tampilan output program yang dihasilkan, tampilan halaman customer untuk interface bagi konsumen dan juga administrator.



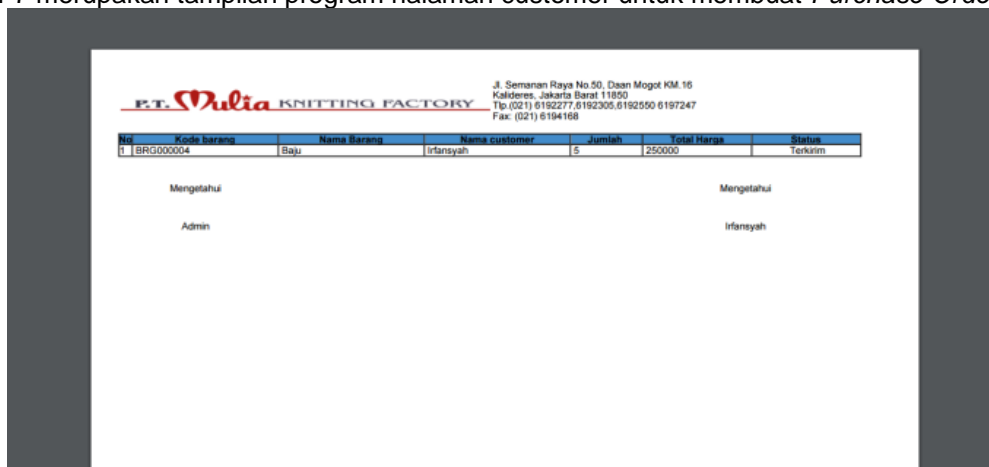
Gambar 6. Tampilan Halaman Daftar Customer

Gambar 6 menjelaskan tampilan untuk halaman daftar customer, yang berfungsi untuk menyimpan data customer yang sudah daftar.



Gambar 7. Tampilan Halaman Customer Form Buat Purchase Order(PO)

Gambar 7 merupakan tampilan program halaman customer untuk membuat Purchase Order (PO)



Gambar 8. Tampilann Halaman Laporan Status Pesanan

Gambar 8 tampilan output laporan status pesanan, yang berfungsi sebagai laporan akhir dari setiap transaksi pesanan yang dilakukan.

4. KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang dihasilkan dibangunnya sistem informasi customer relationship management berbasis web adalah sebagai berikut:

Sistem yang berjalan saat ini masih bersifat manual, respon kepada pelanggan masih menggunakan email dan telepon yang tidak terintegrasi langsung dengan pesanan (PO) yang mengakibatkan respon lambat saat menanggapi komplain dari pelanggan.

Aplikasi web yang dibuat memudahkan pihak perusahaan untuk dapat mengelola data master yang terdiri dari data produk dan data pelanggan.

Sistem CRM yang digunakan pada aplikasi web berfungsi untuk memudahkan transaksi perusahaan dengan pelanggan sehingga pelanggan dengan mudah mendapatkan informasi mengenai data produk yang ditawarkan dan informasi terhadap pesanan yang dipesan kepada perusahaan dimana sistem komplain dan pesana (PO) menjadi satu dalam web agar proses transaksi dan respon kepada pelanggan lebih cepat dan efisien.

REFERENSI

- Adelia, & Setiawan, J. (2011). *Implementasi Customer Relationship Management (CRM) pada Sistem Reservasi Hotel Berbasis Website dan Desktop*. maranatha.
- Anafi, K., Wiryokusumo, I., & Leksono, I. P. (2021). Pengembangan Media Pembelajaran Model Addie Menggunakan Software Unity 3D. *Jurnal Education and Development Institut*, 9(4), 433–438.
- Andi Rustandi, & Rismayanti. (2021). Penerapan Model ADDIE dalam Pengembangan Media Pembelajaran di SMPN 22 Kota Samarinda. *Jurnal Fasilkom*, 11(2), 57–60. <https://doi.org/10.37859/jf.v11i2.2546>
- Asiseh, F., Kertahadi, & Riyadi. (2013). PENERAPAN SISTEM INFORMASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DALAM UPAYA MENINGKATKAN PELAYANAN (Studi Pada PT PLN (Persero) Unit Pelayanan dan Jaringan (UPJ) Dinoyo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1).
- Attas, A. (2019). PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (studi kasus bank BNI cabang palopo). *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 4(1), 1–4. <https://doi.org/10.35906/jm001.v4i1.296>
- Barokati, N., & Annas, F. (2013). Pengembangan Pembelajaran Berbasis Blended Learning pada Mata Kuliah Pemrograman Komputer (Studi Kasus: UNISDA Lamongan). *Sisfo*, 4(5), 352–359. <https://doi.org/10.24089/j.sisfo.2013.09.006>
- Dyantina, O., Afrina, M., & Ibrahim, A. (2012). PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) BERBASIS WEB (STUDI KASUS PADA SISTEM INFORMASI PEMASARAN DI TOKO YEN-YEN). *JSI: Jurnal Sistem Informasi*, 4(2).
- Firdaus, A., Taufiq, M., & Nurkamilah, M. (2022). RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PRESENSI SISWA BERBASIS WEB DENGAN MENGGUNAKAN MODEL ADDIE. 6(1), 537–547.
- Hijriani, A., & Maulana, F. A. (2019). Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada Usaha Mikro Bidang Retail Studi Kasus CV Duta Square Bandar Lampung. *Prosiding Seminar Nasional Sains, Matematika, Informatika Dan Aplikasinya.*, 5(1), 84–94.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Sitohang. (2017). Penerapan Customer Relationship Management Pada Sistem Informasi Penjualan (Studi Kasus Lavas Kopi Kisaran). *Ready Star -2*, 2(1), 224–234.
- Sutabri, T. (2012). *Analisis Sistem Informasi*. Andi Offset.
- Sutanta, E. (2011). *Basis Data dalam Tinjauan Konseptual*. Andi Offset.
- Wellete, A. R., Firman, F., & Matahari, M. (2022). Perancangan Sistem Informasi Persediaan Obat Berbasis Online Menggunakan Framework Laravel Pada Apotek Sahabat. *JURNAL PETISI (Pendidikan Teknologi Informasi)*, 3(1), 29–35. <https://doi.org/10.36232/jurnalpetisi.v3i1.2053>
- Whitten, J. L., & Bentley, L. . (2007). *System Analysis and Design Method*. McGraw-Hill.