

**PERANCANGAN E - CRM PENJUALAN BUSANA BAJU
PADA TOKO GUNTUR JAYA****Ade Irma Saputri¹, Zulfi Azhar^{2*}, Rika Nofitri²**¹Mahasiswa Prodi Sistem Informasi, STMIK Royal²Prodi Sistem Komputer, STMIK Royal**email: zulfi_azhar@yahoo.co.id*

Abstract: Customer relationship management (CRM) is one of the many strategies implemented by many companies and is a strategy for obtaining, analyzing data, and then using it to interact with customers which will create a comprehensive view and better relationships with customers. Toko Guntur Jaya is a shop that is engaged in selling various kinds of products, especially clothing such as clothes, currently product sales promotions and customer data processing are still manual recording and have not used an online sales system. The service provided by Guntur Jaya is not satisfactory because there is no member data and facilities for customers to submit criticism, suggestions and questions. Therefore, a Customer Relationship Management (CRM) method is needed to help customers get information about the latest products. The purpose of this built system is to facilitate more effective product promotion. With this system, Guntur Jaya Stores have media for promoting their products to customers with internet media, so that they have customers throughout Indonesia, retain existing customers, get optimal profits. , customers feel safe, comfortable and have computerized customer data storage.

Keywords: dress; customer relationship management; internet; sale; shop

Abstrak: Customer relationship management (CRM) merupakan satu dari sekian banyak strategi yang diterapkan oleh banyak perusahaan dan merupakan strategi untuk memperoleh, menganalisa data, untuk kemudian digunakan untuk berinteraksi dengan pelanggan yang akan tercipta suatu pandangan yang komprehensif dan hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Toko Guntur Jaya adalah toko yang bergerak di bidang penjualan berbagai macam produk khususnya busana seperti baju, saat ini promosi penjualan produk dan pengolahan data pelanggan yang dilakukan masih pencatatan manual dan belum menggunakan sistem penjualan secara online. Pelayanan yang diberikan Guntur Jaya belum memuaskan karena belum ada data member dan fasilitas bagi pelanggan untuk menyampaikan kritik, saran, dan pertanyaan. Oleh karena itu untuk dibutuhkan metode Customer Relationship Management (CRM) untuk membantu pelanggan dalam mendapatkan informasi tentang produk yang terbaru. Tujuan dari sistem yang dibangun ini adalah untuk memfasilitasi promosi produk yang lebih efektif Dengan adanya sistem ini dibuat Toko Guntur Jaya memiliki media untuk promosi produknya kepada para pelanggan dengan media internet, sehingga memiliki pelanggan di seluruh Indonesia, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, mendapatkan keuntungan optimal, pelanggan merasa aman, nyaman dan memiliki penyimpanan data pelanggan secara terkomputerisasi.

Kata kunci: baju; customer relationship management; internet; penjualan; toko.

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis, penjualan merupakan bagian yang sangat penting, sehingga banyak cara yang digunakan untuk memperbaharui sistem penjualan yang ada, mulai dari cara tradisional hingga modern. Dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat, banyak toko dan operator yang memperbaharui sistem penjualannya dengan teknologi terkini. Saat ini, jika suatu perusahaan menggunakan Internet dalam sistem informasinya atau menjualnya secara online, maka semakin memudahkan pelanggan untuk mengakses informasi.

E-CRM mempunyai efek signifikan baik langsung maupun tidak langsung pada kualitas hubungan bank dengan pelanggan dan hasil yang meliputi kualitas hubungan, kepercayaan, kepuasan, kewajiban, loyalitas dan kesiapan untuk membantu [1]. CRM adalah suatu pendekatan yang mengenali pelanggan sebagai inti bisnis, dan bahwa keberhasilan perusahaan tergantung pada efektivitas pengelolaan hubungan dengan pelanggan, dengan kata lain CRM adalah strategi bisnis untuk memilih dan mengelola pelanggan agar dapat mengoptimalkan nilai jangka panjang [2].

Customer relationship management (CRM) merupakan satu dari sekian banyak strategi yang diterapkan oleh banyak perusahaan, agar mereka dapat bertahan dalam persaingan yang ketat saat ini [3]. *Customer Relationship Management* (CRM) digunakan untuk berinteraksi dengan pelanggan (mahasiswa, dosen), dengan demikian akan tercipta suatu pandangan yang komprehensif dan hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Sistem informasi ini dibuat berbasis web sehingga diharapkan mampu memberikan informasi yang cepat, akurat, serta memiliki jangkauan luas [4]. *Customer Relationship Management* adalah salah satu metode industri dalam mengelola pelanggan mereka secara lebih optimal. CRM fokus pada pengelolaan serta kenaikan ikatan antara industri dengan pelanggan. Berawal dari ikatan yang baik antara pelanggan dengan industri sehingga bakal menyokong industri melaksanakan perkembangan [6]. *Electronic Customer Relationship* merupakan penggunaan dari teknologi untuk melayani dan mencapai keinginan pelanggan yang menyebabkan adanya nilai tambah perusahaan pada pelanggan [7].

Toko Guntur Jaya adalah yang bergerak di bidang penjualan berbagai macam produk khususnya busana seperti baju mulai dari anak-anak hingga untuk orang dewasa baik pria maupun wanita. Dan baju yang diperjual di toko Guntur Jaya ini seperti baju gamis syarii, kemeja, baju kaos dan berbagai macam lainnya. Saat ini promosi penjualan produk dan pengolahan data pelanggan yang dilakukan di Guntur Jaya masih pencatatan manual dan belum menggunakan Sistem penjualan secara *online*. Dilihat dari segi pemasaran belum tersedia media untuk memberikan informasi tentang produk busana baju tersebut, sehingga informasi tersebut hanya disampaikan dari pelanggan yang satu ke pelanggan yang lainnya. Dan dimana pelanggan harus datang untuk melihat produk busana yang tersedia dan melakukan pembelian. Data penjualan pencatatan manual dinota penjualan dan direkap untuk pembuatan laporan penjualan. Dilihat dari segi pelayanan yaitu pemilik mengalami kesulitan dalam penawaran barang dan dari segi penjualan di mana data transaksi dan data pelanggan masih bersifat pencatatan manual.

Pelayanan yang diberikan Guntur Jaya belum memuaskan karena belum ada data member dan belum ada fasilitas bagi pelanggan untuk menyampaikan kritik, saran,

dan pertanyaan (FAQ/*Frequently Asked Questions*). Harapan dari pemilik Guntur Jaya yaitu memiliki media untuk promosi produknya kepada para pelanggan yaitu dengan media internet, memiliki pelanggan di seluruh Indonesia, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin, pelanggan merasa aman dan nyaman berbelanja di Guntur Jaya dan memiliki penyimpanan data pelanggan secara terkomputerisasi.

Pada saat ini persaingan dalam bisnis *online* semakin ketat, keberadaan informasi menjadi sangat penting. Demikian halnya dengan toko Guntur Jaya yang berdomisili di silo lama, membutuhkan suatu *website* interaktif untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan kepada pelanggan dalam proses jual-beli. Selama ini pihak Guntur Jaya masih melakukan bisnis jual beli dengan cara pencatatan manual yaitu dan menjual produk hanya di sekitar toko saja. Jika pembeli yang ingin membeli suatu barang maka harus datang langsung ke toko. Hal inilah yang menyebabkan jangkauan pasar yang didapat kurang maksimal. Selain itu, Pencatatan data produk dan data transaksi masih dilakukan secara manual yaitu dicatat atau rekap pada buku. Pencatatan pada buku ini menyebabkan pencarian data membutuhkan waktu yang cukup lama dan rentan akan hilangnya data-data.

Oleh karena itu dibutuhkan sebuah sistem yang mendukung proses pemasaran dan penjualan produk kepada pelanggan menggunakan metode *Customer Relationship Management* (CRM), melalui teknologi internet. Tujuan Aplikasi ini dibuat untuk membantu Guntur jaya dalam mempromosikan produk, menjaga hubungan baik dengan pelanggan, mendapat pelanggan baru, meningkatkan loyalitas pelanggan, memberikan pelayanan, dan kemudahan kepada pelanggan dalam mengakses produk yang ditawarkan. Selain itu, akan memudahkan Guntur jaya dalam menjual produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

METODE

Adapun teknik pengumpulan data tersebut sebagai berikut :

Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Studi lapangan ini mengumpulkan data secara langsung dengan mempertimbangkan data yang ada di lapangan:

Observasi

Observasi dengan mencari dan mengumpulkan sumber data yang dilakukan peneliti melalui pengumpulan data lapangan untuk mengetahui permasalahan di lapangan dan mengetahui operasional Intan Laundry.

Wawancara

Pengumpulan data wawancara mengumpulkan informasi yang diperlukan dengan cara mengajukan pertanyaan dan jawaban kepada pihak yang menjadi sumber informasi bagi pemilik Intan Laundry.

Penelitian Keperustakaan (*Library Research*)

Tujuan penelitian keperustakaan adalah untuk menyusun landasan teori dari

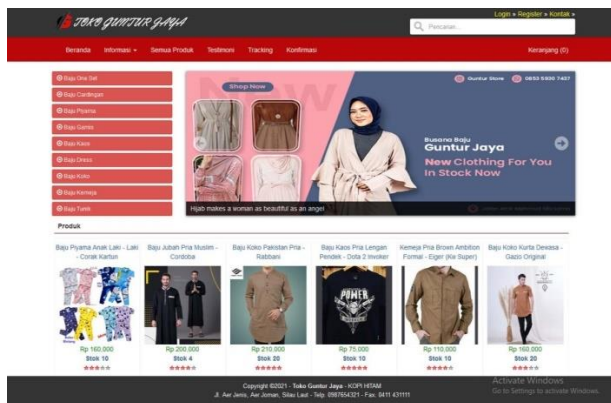
beberapa majalah, buku, dan internet, yang memuat beberapa teori yang berkaitan dengan penelitian tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis sistem yang diusulkan merupakan analisis dari sistem informasi yang menyeluruh ke dalam bagian – bagian komponennya dengan maksud untuk mengidentifikasi dan mempelajari permasalahan yang sedang terjadi, kemudian merencanakan dan memperbaiki sistem agar lebih baik dari sistem sebelumnya. Berikut adalah sistem yang diusulkan pada Toko Guntur Jaya Silau Laut:

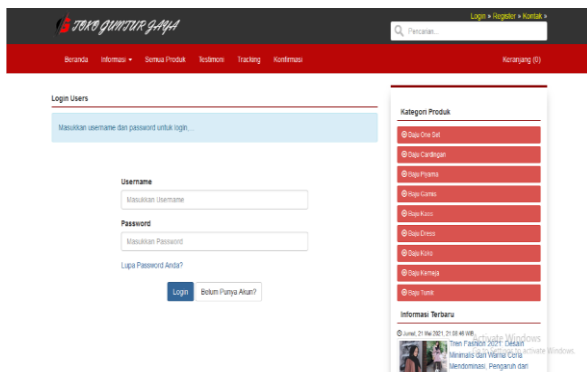
Implementasi Sistem

Implementasi antar muka Sistem E-CRM Penjualan Busana Baju Pada Toko Guntur Jaya Silau Laut yang di rancang seperti gambar 1.



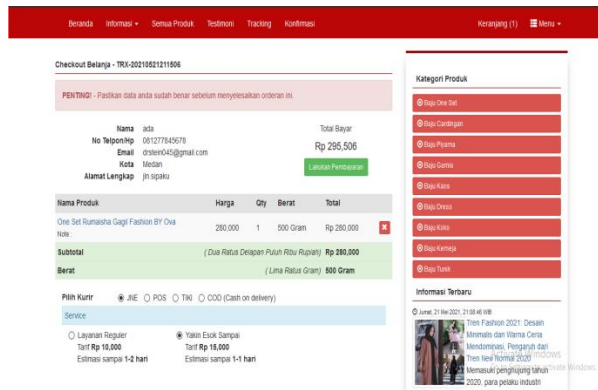
Gambar 1. Tampilan Halaman Menu Utama

Form login berisi *textbox username* dan *password* serta dua buah button yang nantinya akan diinputkan oleh pelanggan dan admin untuk mendapatkan hak akses pada sistem.



Gambar 2. Tampilan Halaman Login

Form Check Out merupakan halaman yang berisikan data pelanggan yang melakukan pemesanan produk busana baju serta pemilihan kurir dan layanan service yang digunakan dalam proses pengiriman produk yang di pesan.



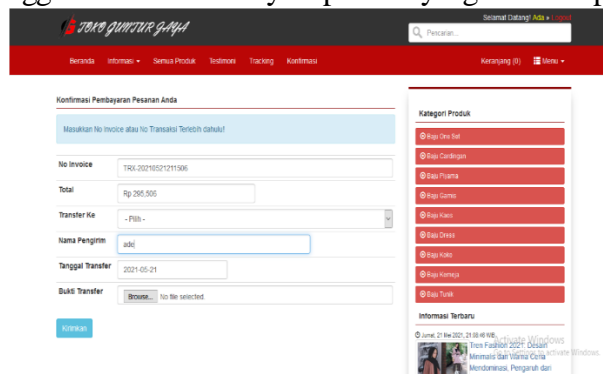
Gambar 3. Tampilan Halaman *Check Out*

Halaman *Order* Produk merupakan halaman informasi setiap produk yang di pesan serta pemilihan ukuran, warna produk dan jumlah produk yang akan dilakukan pemesanan.



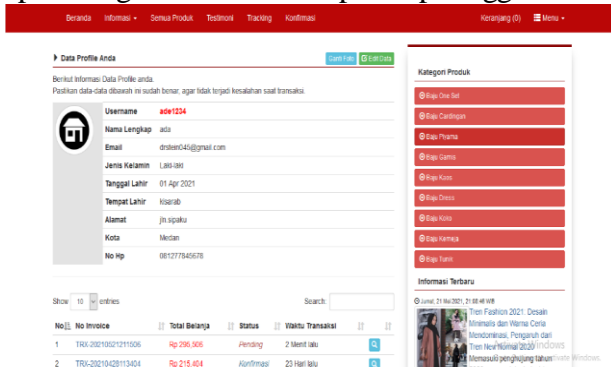
Gambar 4. Tampilan Halaman *Order* Produk

Formulir pembayaran adalah halaman yang berisi input informasi pembayaran yang digunakan pelanggan untuk membayar produk yang mereka pesan.



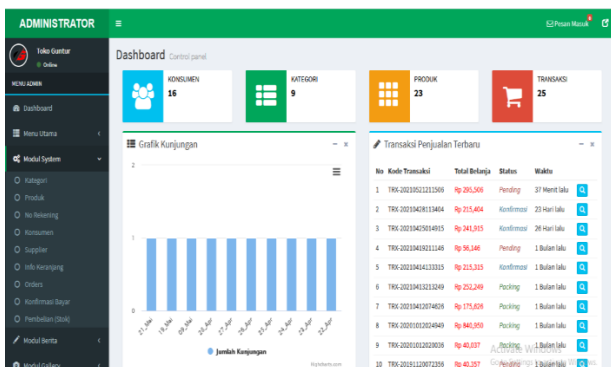
Gambar 5. Tampilan Halaman Pembayaran

Form Informasi Pelanggan adalah halaman yang berisi informasi masing-masing pelanggan serta riwayat pemesanan yang dilakukan oleh pelanggan, dan pada halaman ini pelanggan juga dapat mengubah informasi profil pelanggan.



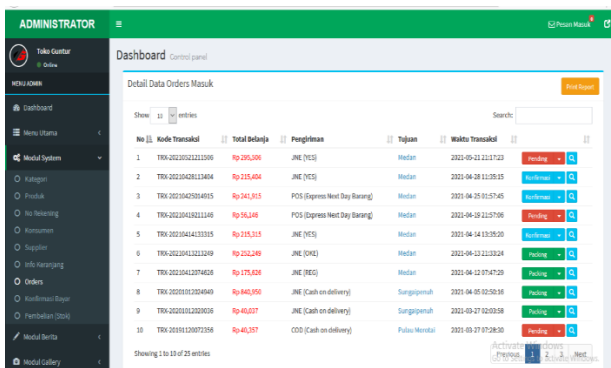
Gambar 6. Tampilan Form Data Profil Pelanggan

Halaman Menu Utama Admin digunakan khusus pada admin yang sudah melakukan login sebagai admin didalam halaman admin dapat melihat transaksi penjualan dan grafik kunjungan pada sistem serta dapat mengakses menu untuk melakukan pengolahan data.



Gambar 7. Tampilan Halaman Menu Utama Admin

Halaman Pesanan Masuk adalah halaman yang menunjukkan pesanan yang dilakukan untuk setiap pelanggan, dan administrator dapat mencetak laporan Pesanan Masuk.



Gambar 8. Tampilan Halaman Order Masuk

Pada Tampilan *Order Report* ini menampilkan hasil dari data penjualan busana baju order yang masuk pada sistem.

ORDERS REPORT					
Toko Guntur Ji Desa Sei Lema Kecamatan Silau Laut					
No Telp: 08126771314, Fax: 0731 46589					
No	Kode Transaksi	Total Belanja	Pengiriman	Tujuan	Waktu Transaksi
1	TRX-20210521211596	Rp.295.506	JNE (YES)	Medan	2021-05-21 21:17:23
2	TRX-20210420114984	Rp.213.454	JNE (YES)	Medan	2021-04-20 11:33:13
3	TRX-20210420104913	Rp.141.833	POS (Express Next Day Barang)	Medan	2021-04-20 09:57:45
4	TRX-20210418213146	Rp.16.146	POS (Express Next Day Barang)	Medan	2021-04-18 21:57:06
5	TRX-20210414133315	Rp.115.315	JNE (YES)	Medan	2021-04-14 13:35:20
6	TRX-20210413213249	Rp.252.249	JNE (KEK)	Medan	2021-04-13 21:33:24
7	TRX-20210412014636	Rp.175.626	JNE (REG)	Medan	2021-04-12 07:47:29
8	TRX-20201012024949	Rp.849.920	JNE (Cash on delivery)	Sumatera	2021-04-05 02:50:16
9	TRX-20201012020936	Rp.40.017	JNE (Cash on delivery)	Sumatera	2021-03-27 02:49:58
10	TRX-20191120017256	Rp.40.337	COD (Cash on delivery)	Palau Merah	2021-03-27 07:28:30
11	TRX-20191120010207	Rp.116.707	POS (Paket Kilat Khusus)	Palau Merah	2021-03-27 07:02:21
12	TRX-20191120065322	Rp.40.323	COD (Cash on delivery)	Palau Merah	2021-03-26 06:53:32
13	TRX-20191120065323	Rp.29.736	COD (Cash on delivery)	Palau Merah	2021-03-26 06:53:28
14	TRX-20191120065135	Rp.40.136	COD (Cash on delivery)	Palau Merah	2021-03-25 06:51:57
15	TRX-20191120064832	Rp.40.833	COD (Cash on delivery)	Palau Merah	2021-03-25 06:49:49
16	TRX-20191120064207	Rp.40.209	COD (Cash on delivery)	Palau Merah	2021-03-25 06:47:48
17	TRX-20191120063645	Rp.106.645	JNE (REG)	Palau Merah	2021-03-25 06:39:39
18	TRX-20181019067219	Rp.136.238	JNE (REG)	Palau Merah	2021-03-06 06:22:36
19	TRX-20180901193537	Rp.290.337	JNE (KEK)	Palau Merah	2021-03-06 13:25:56
20	TRX-2018090111742	Rp.156.742	JNE (KEK)	Palau Merah	2021-03-06 11:39:52
21	TRX-20180901171340	Rp.142.740	POS (Paket Kilat Khusus)	Acch. Tenggara	2021-03-05 17:15:52
22	TRX-20180901067556	Rp.109.756	POS (Paket Kilat Khusus)	Palau Merah	2021-03-05 16:58:20

Gambar 9. Tampilan Hasil *Order Report*

SIMPULAN

E-CRM Toko Guntur Jaya Silau Laut Pembangunan dan implementasi aplikasi E-CRM Toko Guntur Jaya menggunakan bahasa pemrograman PHP untuk mengelola toko pakaian online. Dapat memperluas penjualan produk ke pelanggan, terutama pelanggan di luar daerah. Menjual pakaian tersebut untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan di luar di luar wilayah atau kota Kisaran dengan cara pemesanan online. Sistem aplikasi ini memiliki beberapa fitur seperti jadwal kunjungan, transaksi penjualan terkini dan layanan anggota. *Live chat* sistem ini bertujuan untuk memudahkan pelanggan berinteraksi dengan pemilik toko untuk meningkatkan penjualan sehingga menghasilkan hasil penjualan yang lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Rini Apriyanti, dkk, "Pengaruh e-CRM terhadap Kualitas Hubungan dan Hasil dengan Atribut Layanan dan Pemulihan Layanan sebagai Variabel Mediasi,"Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.9, No.1 2021, pp. 117-129

[2] Muhamad rifaie, dkk, "ANALISIS E-CRM (ELECTRONIC-CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) PADA SHOWROOM PT.TROPICA NUCIFERA INDUSTRY YOGYAKARTA," Jurnal Ilmiah SISFOTENIKA, Vol. 5, No. 1, Januari 2015 .

[3] Afrianti Dewi, dkk, " ANALISIS KOMODITAS PADI PASCAPANEN BERBASIS E-SCM STUDI KASUS KILANG PADI SUMBER REZEKI," J-Com (Journal of Computer) ISSN 2775-801X, Vol. 1 No. 1, Maret 2021, pp. 49 – 54

[4] Shabrina Amatullah, dkk," PENERAPAN STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PADA SISTEM INFORMASI PELAYANAN PELANGGAN STUDI KASUS : RUMAH KREATIF OGAN ILIR INDRALAYA ", Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Kom-

- puter (JTIK) DOI:10.25126-/jtiik.201852555 Vol.5, No.2, Mei 2018, pp. 225---230
- [5] Tukino, "Rancang Bangun Aplikasi e-CRM Alfamart Batam Dengan Metode Extreme Programming", infotekjar : Jurnal Nasional Informatika dan Teknologi Jaringan, vol.3 no.2 Maret 2019,. DOI: <https://doi.org/10.30743/infotekjar.v3i2.84>
- [6] Mugi Kasih Lestari, dkk, " PENERAPAN E-CRM DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN PELANGGAN PADA RUMAH JAMUR SILAU LAUT", JUTSI (Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi) Vol. 1 No. 1, Feb 2021, hlm. 45 – 50 ISSN 2774-9029, DOI: <https://doi.org/10.33330/.v1i1.1028>.
- [7] Rita Wahyuni1), Hendri Irawan, " PENERAPAN ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM) DALAM UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS DAN PELAYANAN TERHADAP PELANGGAN Studi Pada Bengkel Yamaha Inti Mas Motor", J u r n a l I D E A L I S V o l . 1 N o . 1 , M a r e t 2 0 1 8, pp. 489-496.