

**IMPLEMENTASI CRM PADA TOKO INDAH VINO JAYA BERBASIS WEB****Anggita Purwandari<sup>1</sup>, Juna Eska<sup>2\*</sup>, Febby Madonna Yuma<sup>3</sup>**<sup>1,3</sup>Sistem Informasi, STMIK Royal Kisaran<sup>2\*</sup>Sistem Komputer, STMIK Royal Kisaran*email* : dosen.junaeska@gmail.com

**Abstract** :Toko Indah Vino Jaya is a business that operates in the field of selling women's fashion. Currently, the marketing system and business activities carried out by Toko Indah Vino Jaya are still manual and conventional. So for this reason there needs to be improvements to the sales system by implementing technology in it in the form of implementing CRM E-Marketing in the form of a website. By implementing Customer Relationship Management, companies can find out what is needed and expected from their customers which will then be able to create good business relationships. With E-Marketig technology in the form of a website, the aim is to support marketing so that customer reach will be wider and can help speed up performance at the Dilla Collection. The system design was built using the PHP programming language and MySQL database. The results of this research show that the information system design that has been built can make it easier for consumers to get information about products and make it easier for companies to introduce the products they offer.

**Keywords** : customer relationship management; e-marketing; MySQL; PHP.

**Abstrak** : Toko Indah Vino Jaya bergerak dibidang penjualan fashion wanita. Sekarang ini sistem pemasaran dan kegiatan usaha yang dilakukan oleh Toko Indah Vino Jaya masih secara manual dan konvensional. Maka untuk itu perlu ada perbaikan pada sistem penjualannya dengan cara menerapkan teknologi didalamnya berupa penerapan CRM E-Marketing dalam bentuk wabsite. Dengan menerapkan Customer Relationship Manajemen perusahaan dapat mengetahui apa yang diperlukan dan yang diharapkan dari pelanggannya yang nantinya mampu menciptakan hubungan bisnis yang baik. Dengan adanya teknologi E-Marketig dalam bentuk website bertujuan untuk menunjang pemasaran sehingga jangkauan pelanggan akan lebih luas lagi serta dapat membantu mempercepat kinerja pada Dilla Collection. Perancangan sistem yang dibangun menggunakan bahasa pemograman PHP dan database MySQL. Hasil dari penelitian ini bahwa rancangan sistem informasi yang telah dibangun dapat memudahkan konsumen mendapatkan informasi tentang produk serta mempermudah perusahaan dalam memperkenalkan produk-produk yang mereka tawarkan.

**Kata kunci** : customer relationship management; e-marketing; MySQL; PHP.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi pada dunia bisnis pada saat ini semakin pesat [1]. Dimana saat sekarang ini menuntut banyak perusahaan untuk memiliki keunggulan dalam persaingan bisnisnya [2]. Maka dari itu, perusahaan harus mengembangkan strategi-strategi dan potensi dalam segala bidang untuk meningkatkan daya saing dalam bidang usaha yang semakin kompetitif. Dalam perkembangan dunia bisnis, teknologi informasi sangat membantu dan dibutuhkan dalam perusahaan [3]. Salah satunya adalah *internet*, *internet* dapat membantu bisnis agar bisa lebih berkembang seperti dalam kegiatan promosi, mempercepat kinerja, mengurangi biaya, dan juga dapat meningkatkan penjualan.

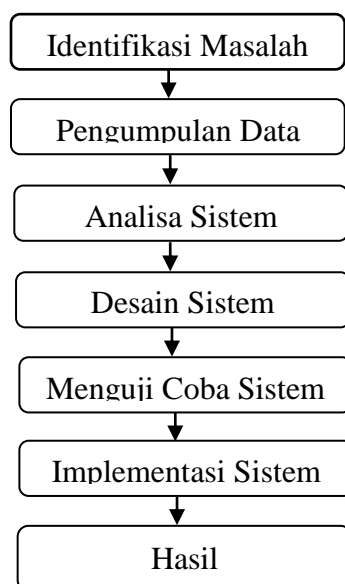
*Customer Relationship Management* (CRM) menjadi strategi utama bagi perusahaan, termasuk Toko Indah Vino Jaya, dalam menjaga dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan. Dengan memanfaatkan CRM, perusahaan dapat menghindari risiko kehilangan pelanggan ke pesaing. Implementasi CRM bukan hanya sekedar menjual produk, tetapi membentuk hubungan kerja sama yang erat dengan pelanggan [4]. Sebagai bisnis *fashion* wanita, Toko Indah Vino Jaya menghadapi tantangan dalam proses pemasaran. Metode tradisional seperti mulut ke mulut dan media sosial masih memiliki keterbatasan, terutama dalam hal informasi, pencatatan keuangan manual, dan pengelolaan stok barang yang juga dilakukan secara manual. Kondisi ini memperlambat akses dan analisis data, mengharuskan *admin* mencari data satu per satu [5]. Permasalahan administrasi sangat berpengaruh terhadap strategi yang akan dicapai kedepannya, dengan pencatatan keuangan manual sehingga prosesnya lebih lama dan semakin lama mengambil keputusan untuk strategi pemasaran ke depannya, stok barang yang dikelola masih manual membuat daya tunggu konsumen semakin lama hal tersebut tentunya juga mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen terhadap Toko Indah Vino Jaya.

Untuk mengatasi kendala tersebut, Toko Indah Vino Jaya merencanakan implementasi CRM pada *website* sebagai solusi yang dapat mempercepat kinerja dan meningkatkan efisiensi. Pada penelitian [4] menyatakan bahwa dengan menggunakan CRM sehingga metode pengelolaan dan penggabungan sistem penjualan dan administrasi akan mempermudah pelanggan dalam proses pembelian dan terjadi peningkatan pendapatan seiring dengan berjalannya sistem dan peningkatan kualitas pelayanan. Sehingga berdasarkan acuan pada penelitian sebelumnya dibuat sebuah sistem untuk mempermudah mengimplementasi CRM dengan sistem. Dengan sistem ini, informasi produk dapat dengan mudah diakses oleh banyak orang, promosi menjadi lebih efektif, dan biaya operasional dapat ditekan. Selain itu, website ini diharapkan dapat membantu dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dan mempermudah targeting pasar yang diincar oleh Toko Indah Vino Jaya [5].

## METODE

Kerangka kerja menjadi tahapan atau alur yang dilakukan dalam penyelesaian permasalahan yang akan dilakukan dalam merancang aplikasi *E-Marketing* pada Toko Indah Vino Jaya dengan menggunakan bahasa Pemrograman PHP dan MYSQL [5].

Kerangka kerja yang ditempuh dalam penelitian ini untuk mewujudkan implementasi *customer relationship management* pada Toko Indah Vino Jaya. Adapun tahapan kerangka kerja yang dilakukan adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Kerja Penelitian

### Identifikasi Masalah

Dalam tahap ini peneliti harus mengidentifikasi masalahnya. Pokok-pokok masalah apa saja yang ada pada tempat peneliti lakukan dengan tujuan dalam mengantisipasi masalah yang akan dihadapi nantinya.

### Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan oleh penulis untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dilakukan guna memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Dalam hal peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara wawancara dan *observasi*.

### Analisa Sistem

Setelah melakukan pengumpulan data maka peneliti membuat analisis sistem bertujuan untuk mengetahui penerapan crm *e-marketing*. Analisa sistem yang ada ini perlu dilakukan sebelum melakukan analisa permasalahan, kelemahan-kelemahan sistem, dan kebutuhan sistem.

### Desain Sistem

Dalam merancang aplikasi *e-marketing* pada Toko Indah Vino Jaya penulis membagi prosesnya dalam beberapa tahap, yaitu tampilan *login*, menu semua produk, dan menu cara pembelian.

### Menguji Coba Sistem

Sebelum *website e-marketing* diterapkan, maka sistem harus di uji terlebih dahulu. Hal ini harus dilakukan untuk mengetahui apakah *website e-marketing* yang dirancang sudah sesuai dengan yang diharapkan, serta pengecekan ulang untuk penulisan. Selain itu untuk menguji apakah masih ada masalah pada *website e-marketing* yang dirancang kemudian memperbaiki setiap kesalahan pada *website e-marketing* tersebut.

### **Implementasi Sistem**

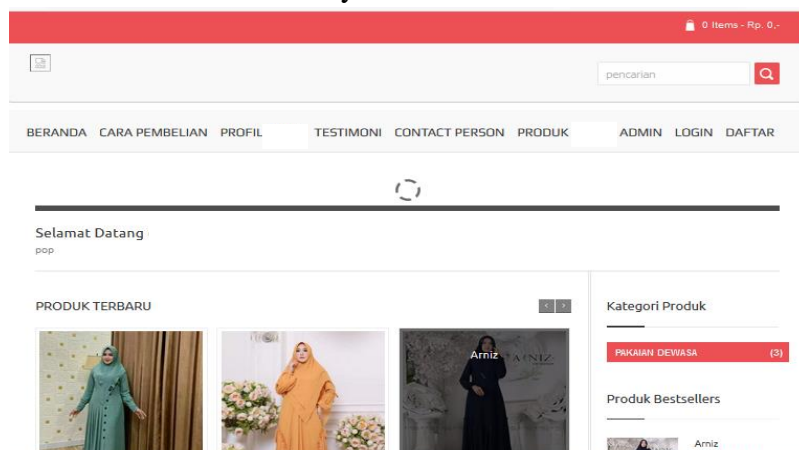
Setelah sistem diuji maka tahap selanjutnya adalah implementasi sistem dimana tahap ini adalah tahap penerapan sistem yang nantinya akan membantu dalam mengurangi dan menghilangkan masalah-masalah yang ada.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini berupa sistem informasi berupa aplikasi *E-marketing* dimana di dalamnya sudah di program dengan fitur CRM sehingga pengguna lebih mudah untuk mengaplikasikannya.

### **Halaman Beranda**

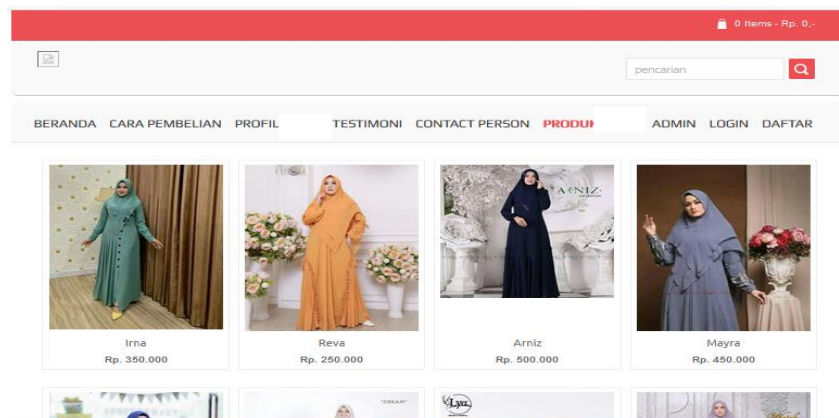
Halaman beranda merupakan halaman awal yang dijumpai setelah pengguna memasuki *website* Toko Indah Vino Jaya *Online*.



Gambar 2. Halaman *Home*

### **Halaman Produk**

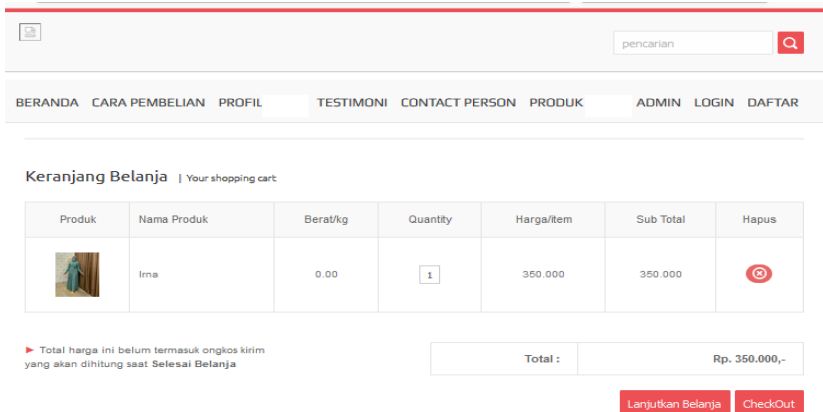
Halaman semua produk merupakan halaman yang berisikan daftar produk-produk yang ada di *website* Toko Indah Vino Jaya. Berikut tampilan halaman semua produk:



Gambar 3. Halaman Tampilan Produk

### Halaman Keranjang Belanja

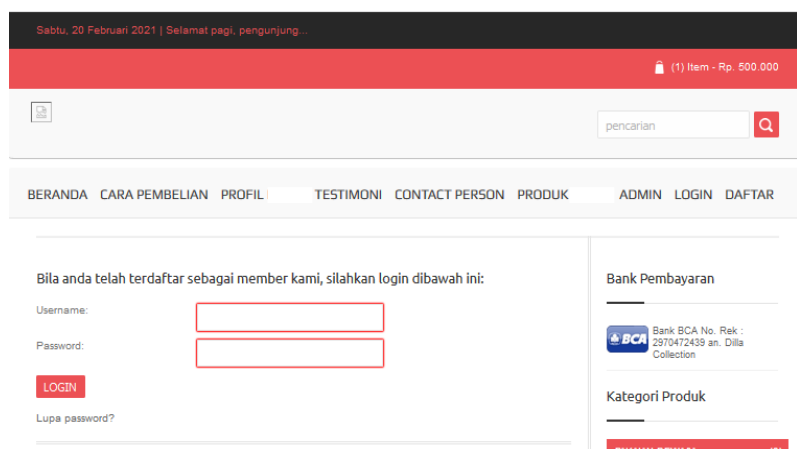
Halaman keranjang belanja merupakan halaman yang berisikan daftar produk-produk yang akan dibeli. Tampilan halaman keranjang belanja sebagai berikut:



Gambar 4. Halaman Keranjang Belanja

### Halaman Daftar Dan Login Member

Saat calon pembeli sudah selesai berbelanja, maka akan masuk ke *form* pendaftaran member dan *login* ketika selesai mendaftar. Berikut tampilan halaman daftar dan *login member*:



Gambar 5. Halaman Daftar Dan Login Member

### SIMPULAN

Dengan menggunakan sistem terkomputerisasi yang berbasis *website* maka proses penyimpanan data dapat lebih akurat dan tersimpan rapi, serta proses penyampaian informasi promosi dapat lebih cepat dan respon terhadap penjualan pun akan lebih cepat. Sistem yang diusulkan adalah sistem yang telah memenuhi kebutuhan dan mempunyai keunggulan yaitu terintegrasi dengan sistem yang berkaitan dengan pemasaran dan hubungan antar pelanggan dengan menerapkan sistem *e-marketing*. Saat ini sistem tengah menjalani masa uji pemakaian dan akan dilaporkan kembali hasil *progress* dari sistem selanjutnya

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] L. Ariani, F. Helmiah, and F. M. Yuma, “Penerapan Electronic Crm Berbasis Web Pada Dianid Collection,” *J-Com (Journal Comput.*, vol. 3, no. 2, pp. 123–130, 2023, doi: 10.33330/j-com.v3i2.2285.
- [2] P. C. Susanto and N. H. Parmenas, “Peluang Dan Pengembangan Bisnis Software Human Resource Information System Di Era Revolusi Industri 4.0,” *Prem. Insur. Bus. J.*, vol. 8, no. 2, pp. 50–54, 2021.
- [3] L. Yana Siregar, M. Irwan Padli Nasution Prodi Manajemen, and U. Negeri Islam Sumatera Utara, “Development of Information Technology on Increasing Business Online,” *J. Ilm. Manaj. dan Bisnis*, vol. 2, no. 1, pp. 71–75, 2020.
- [4] P. T. Prasetyaningrum, A. R. Wicaksono, and H. Nurrofiq, “Transformasi Pelayanan Pelanggan: Implementasi E-Crm Pada Bisnis Teh Nusantara Berbasis Website,” *Technol. J. Ilm.*, vol. 14, no. 4, p. 368, 2023, doi: 10.31602/tji.v14i4.12157.
- [5] Y. Sari, R. A. Yusda, and A. Nata, “Implementation of Customer Relationship Management in the Gallery Sahabat Muslimah,” *J. Tek. Inform.*, vol. 3, no. 2, pp. 341–348, 2022.