

IMPLEMENTASI E-CRM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK DI TOKO MATRIX CELLULER BERBASIS WEB

Angel Bintang Masrina¹, Muhammad Amin², Pristiyanilicia Putri³

^{1,3}Sistem Informasi, STMIK Royal Kisaran

²Sistem Komputer, STMIK Royal Kisaran

Email : stmikroyal13@gmail.com

Abstract : Matrix Celluler who is on the road Prof. H.M. Yamin No.16, Kisaran Naga, Kec. Kisaran Eastern, Asahan Regency, North Sumatera namely store that process transactions in cash and credit with sales products namely Handphone Samsung, Vivo, Oppo, dan Nokia. Besides Handphone, Matrix Celluler also provide Accessories in the form of Charger, Antigores, Handsfree, and Softcase. This research was conducted with the aim of designing a new system, namely Customer Relationship Management that is attractive and effective for sales and customer service according to the needs of the store and customers, Helping Cellular Matrix give trust to customers by implementing cash, credit and COD (Cash transaction features. On Delivery) in the system and provide solutions to increase sales revenue at Matrix Celluler stores such as implementing coin and voucher features to customers. The research method use qualitative methods with a qualitative descriptive design format with data collection techniques, namely interview, observation and library research. This system is designed using several software namely Sublime Text 3, XAMPP, PHP, dan MySQL.

Keywords : Increase Sales; CRM, Design; and Website.

Abstrak : Matrix Celluler yang berada di jalan Prof. H.M. Yamin No.16, Kisaran Naga, Kec. Kisaran Timur, Kabupaten Asahan, Sumatera Utara yakni sebuah toko yang melakukan proses transaksi secara *cash* dan *kredit* dengan produk penjualan yaitu *Handphone* Samsung, Vivo, Oppo, dan Nokia. Selain *Handphone*, Matrix Celluler juga menyediakan *Accessories* berupa *Charger*, *Antigores*, *Handsfree*, dan *Softcase*. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk merancang suatu sistem yang baru yaitu *Customer Relationship Management* yang menarik dan efektif untuk penjualan dan pelayanan pelanggan sesuai dengan kebutuhan pihak toko dan pelanggan, Membantu Matrix Celluler memberikan kepercayaan kepada pelanggan dengan menerapkan fitur transaksi *cash*, kredit dan COD (*Cash On Delivery*) di sistem dan memberikan solusi dalam meningkatkan hasil pendapatan penjualan di toko Matrix Celluler seperti menerapkan fitur koin dan *voucher* kepada pelanggan. Metode penelitian menggunakan metode *kualitatif* dengan format desain *deskriptif kualitatif* dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan penelitian kepustakaan. Sistem ini di rancang dengan menggunakan beberapa software yaitu *Sublime Text 3*, *XAMPP*, *PHP*, dan *MySQL*.

Kata Kunci : Meningkatkan Penjualan; CRM; Perancangan; Website.

PENDAHULUAN

Pelanggan merupakan orang yang melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Pentingnya kepuasan pelanggan terhadap suatu bisnis agar bisnis yang dilakukan memiliki nilai yang baik di mata pelanggan serta dapat unggul dibandingkan dengan para pebisnis lainnya. Dalam dunia bisnis adanya persaingan menuntut para pelaku bisnis untuk mampu melakukan perubahan seperti proses manual menjadi berbasis *internet*. Salah satunya pada toko Matrix Celluler yang membutuhkan adanya teknologi berupa aplikasi untuk dapat membantu pekerjaan dalam hal penjualan produk berbasis *web*. Adanya persaingan usaha yang ketat mengharuskan pihak Matrix Celluler untuk lebih fokus kepada kebutuhan yang diinginkan oleh pelanggan, karena pelanggan merupakan aspek dalam meningkatkan penjualan bagi sebuah usaha. Salah satunya dengan menerapkan metode CRM (*Customer Relationship Management*).

CRM (*Customer Relationship Management*) adalah sistem yang mengendalikan hubungan antara pelanggan dengan pemilik usaha dengan menggabungkan antara manusia, teknologi serta proses dalam bertransaksi. CRM (*Customer Relationship Management*) memberikan ikatan lebih kepada pelanggan mengenai informasi yang ada seperti *discount*, produk terbaru dan lain sebagainya.

Matrix Celluler yang berada di jalan Prof. H.M. Yamin No.16, Kisaran Naga, Kec. Kisaran Timur, Kabupaten Asahan, Sumatera Utara 21222 yakni sebuah toko yang melakukan proses transaksi secara *cash* dan *kredit* dengan produk penjualan yaitu *Handphone* Samsung, Vivo, Oppo, dan Nokia. Selain *Handphone*, Matrix Celluler juga menyediakan *Accessories* berupa *Charger*, *Antigores*, *Handsfree*, dan *Softcase*.

Pada proses penjualan di toko Matrix Celluler seperti transaksi penjualan *cash* dan *kredit* masih dilakukan secara manual dengan mengunjungi toko, hal tersebut menjadi kurang efektif dan efisien karena tingkat penjualan pada Matrix Celluler tidak stabil sehingga berdampak pada hasil penjualan. Masalah lain yang timbul adalah sulitnya *kredit* produk *handphone* di Matrix Celluler dikarenakan prinsip daripada Matrix Celluler hanya memberikan *kredit* kepada orang yang dikenal sehingga mengakibatkan pelanggan tidak banyak melakukan transaksi di toko tersebut. Dalam perkembangan penjualan yang dilakukan saat ini baik data penjualan produk secara *cash* dan *kredit* di Matrix Celluler dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1 Data Penjualan Produk *Handphone* Tahun 2021

Bulan	Produk <i>Handphone</i> (Unit)							
	<i>Cash</i>				<i>Kredit</i>			
	Samsung	Vivo	Oppo	Nokia	Samsung	Vivo	Oppo	Nokia
Januari	1 Unit	31 Unit	2 Unit	12 Unit	-	4 Unit	2 Unit	-
Februari	1 Unit	19 Unit	1 Unit	7 Unit	1 Unit	2 Unit	-	-
Maret	1 Unit	24 Unit	1 Unit	11 Unit	-	6 Unit	-	-
April	-	23 Unit	3 Unit	5 Unit	-	3 Unit	1 Unit	1 Unit
Mei	1 Unit	28 Unit	9 Unit	10 Unit	2 Unit	1 Unit	2 Unit	-
Juni	2 Unit	28 Unit	5 Unit	10 Unit	-	3 Unit	1 Unit	1 Unit
Juli	-	19 Unit	4 Unit	3 Unit	-	5 Unit	2 Unit	-
Agustus	-	16 Unit	-	3 Unit	-	-	2 Unit	-
September	1 Unit	7 Unit	1 Unit	2 Unit	1 Unit	5 Unit	-	-
Oktober	1 Unit	17 Unit	7 Unit	-	-	-	-	-
November	6 Unit	12 Unit	7 Unit	7 Unit	-	4 Unit	1 Unit	-
Desember	-	9 Unit	6 Unit	7 Unit	-	1 Unit	-	-

Sumber : Matrix Celluler.

Tabel 1.2 Data Penjualan Produk *Accessories* Tahun 2021

Bulan	Produk <i>Accessories</i> (Unit)			
	Charger	Antigores	Handsfree	Softcase
Januari	21 Unit	55 Unit	38 Unit	16 Unit
Februari	18 Unit	37 Unit	27 Unit	3 Unit
Maret	13 Unit	66 Unit	19 Unit	8 Unit
April	14 Unit	35 Unit	18 Unit	8 Unit
Mei	25 Unit	66 Unit	13 Unit	19 Unit
Juni	19 Unit	28 Unit	4 Unit	10 Unit
Juli	17 Unit	18 Unit	11 Unit	4 Unit
Agustus	17 Unit	14 Unit	13 Unit	1 Unit
September	11 Unit	4 Unit	9 Unit	1 Unit
Oktober	10 Unit	13 Unit	5 Unit	1 Unit
November	19 Unit	9 Unit	4 Unit	2 Unit
Desember	3 Unit	14 Unit	12 Unit	2 Unit

Sumber : Matrix Celluler.

Adapun data pada tabel diatas memperlihatkan perkembangan produk di tahun 2021, dimana pada volume produk saat ini tidak stabil. Contohnya pada penjualan produk *handphone*, penjualan yang dilakukan secara kredit sangat sedikit dibandingkan dengan penjualan secara *cash* karena masih ada keraguan antara pihak Matrix Celluler dengan pelanggan itu sendiri. Sehingga berdampak bagi pemilik toko yaitu kurangnya pemasukan atau pendapatan yang terjadi setiap harinya dan minimnya pembelian yang dilakukan dalam bertransaksi.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk merancang suatu sistem yang baru yaitu *Customer Relationship Management* yang menarik dan efektif untuk penjualan dan pelayanan pelanggan sesuai dengan kebutuhan pihak toko dan pelanggan, Membantu Matrix Celluler memberikan kepercayaan kepada pelanggan dengan menerapkan fitur transaksi *cash*, kredit dan COD (*Cash On Delivery*) di sistem dan memberikan solusi dalam meningkatkan hasil pendapatan penjualan di toko Matrix Celluler seperti menerapkan fitur koin dan *voucher* kepada pelanggan.

CRM berbasis *web* merupakan salah satu cara dalam mengaplikasi *Customer Relationship Management* yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan yaitu sebagai sarana penyebaran informasi dan berinteraksi dengan pelanggan dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan dengan penggunaan media cetak [1].

CRM adalah strategi bisnis yang terdiri dari *software* dan layanan yang didesain untuk meningkatkan pendapatan dan kepuasan pelanggan. Caranya adalah dengan membantu berbagai bentuk perusahaan untuk mengidentifikasi pelanggannya dengan tepat, mendapatkan lebih banyak pelanggan dengan lebih cepat dan mempertahankan kesetiaan pelanggan [2].

Dengan adanya penggunaan E-CRM (*Elektronik Customer Relationship Management*) dapat membantu dalam hal mempertahankan pelanggan lama, mendatangkan pelanggan baru dan meningkatkan penjualan bagi para pelaku bisnis tersebut.

Adapun penerapan dalam penelitian sebelumnya di bidang peningkatan keuntungan dalam penjualan, salah satunya pada PT. Cipta Aneka Buah menggunakan E-CRM (*Elektronik Customer Relationship Management*), penelitian tersebut menjelaskan bahwa pentingnya E-CRM (*Elektronik Customer Relationship Management*) dapat mengatasi semua keluhan pelanggan, meningkatkan penjualan, dan mempermudah dalam pekerjaan sehari-hari [3].

METODE

Metode penelitian adalah cara *ilmiah* untuk mendapatkan data yang *valid*, dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada prosesnya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.

Metode penelitian dibedakan menjadi dua bagian yaitu metode *kuantitatif* dan metode *kualitatif*: (1) Metode *kuantitatif* merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti sebuah sampel dengan teknik survey atau pengujian dengan menggunakan kuisioner dimana hasilnya berupa angka (*numeric*), (2) Metode *kualitatif* merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan kalimat yang akan menggambarkan proses penelitian yang dilakukan dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara *observasi* dan *study* pustaka.

Dalam penelitian yang dilakukan, metode penelitian yang dipakai adalah menggunakan metode *kualitatif* dengan format desain *deskriptif kualitatif*. Metode *deskriptif* dapat di artikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diteliti dengan menggambarkan keadaan objek atau subjek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak dan sebagaimana adanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tampilan *Dashboard* Penjualan

Tampilan dashboard penjualan merupakan tampilan yang berisi informasi seputaran produk untuk dapat di lihat pengunjung.



Gambar 1. Tampilan *Dashboard* Penjualan

Tampilan *Login*

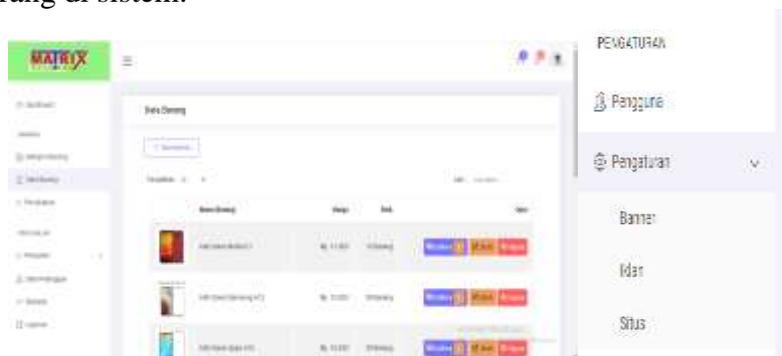
Tampilan login merupakan tampilan untuk admin, pimpinan, karyawan dan pelanggan masuk ke dalam sistem dengan memasukkan *username* dan *password* terlebih dahulu.



Gambar 2. Tampilan *Login*

Tampilan Data Barang

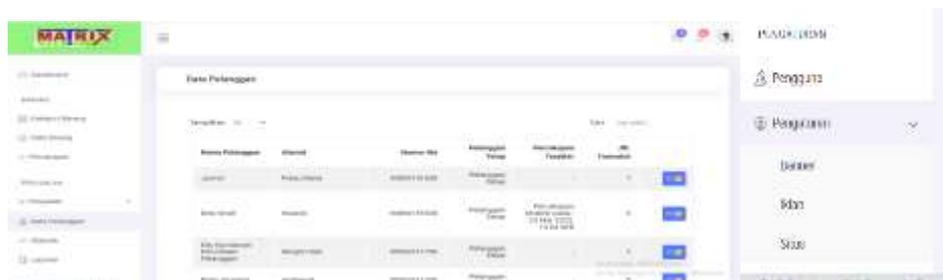
Tampilan data barang merupakan tampilan untuk admin dalam mengelola data dari setiap barang, dimana admin dapat melakukan tambah, input gambar, ubah dan hapus barang di sistem.



Gambar 3. Tampilan Data Barang

Tampilan Data Pelanggan

Tampilan data pelanggan merupakan tampilan untuk admin dalam mengelola data pelanggan, dimana admin dapat mengelola komentar di sistem.



Gambar 4. Tampilan Data Pelanggan

Tampilan Laporan Penjualan

Tampilan laporan merupakan tampilan untuk admin dalam cetak laporan penjualan di sistem.



Gambar 5. Tampilan Laporan Penjualan

Tampilan Laporan Penjualan

Tampilan laporan merupakan tampilan untuk pimpinan untuk melihat laporan penjualan di sistem.



Gambar 6. Tampilan Laporan Penjualan

Transaksi Cash

Tampilan pengiriman transaksi *cash* merupakan tampilan untuk karyawan dalam mengelola pengiriman dengan pembayaran *cash* di sistem.



Gambar 7. Tampilan Pengiriman Transaksi Cash

Transaksi Kredit

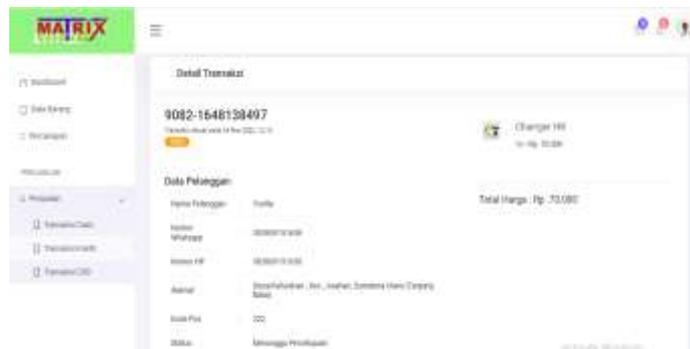
Tampilan pengiriman transaksi *kredit* merupakan tampilan untuk karyawan dalam mengelola pengiriman dengan pembayaran *kredit* di sistem.



Gambar 8. Tampilan Pengiriman Transaksi Kredit

Transaksi COD

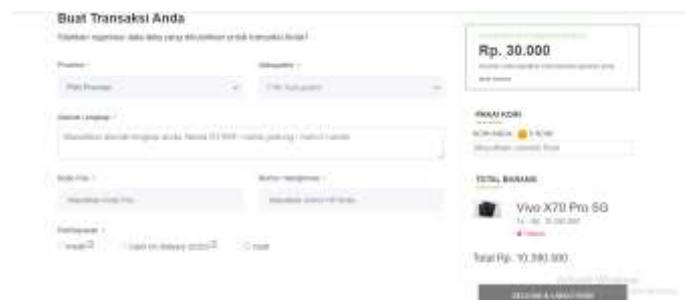
Tampilan pengiriman transaksi COD merupakan tampilan untuk karyawan dalam mengelola pengiriman dengan pembayaran langsung di tempat.



Gambar 9. Tampilan Pengiriman Transaksi COD

Tampilan Mengelola Keranjang Belanja

Merupakan tampilan pelanggan dalam melakukan pembelian setelah melakukan proses *checkout*.



Gambar 10. Tampilan Mengelola Keranjang Belanja

SIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pengujian yang telah di lakukan selama membuat sistem ini, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut : (1) Dapat memudahkan pelanggan dalam hal melakukan pembelian karena telah tersedia di dalam sistem beberapa fitur seperti *discount*, *koin*, *voucher* belanja, *live chat*, dan lain sebagainya

agar hubungan baik dengan pelanggan dapat terjaga, (2) Dapat memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi karena menggunakan MidTrans sehingga pelanggan tidak perlu *upload* pembayaran di system, (3) Dapat memudahkan dalam mengelola produk serta pembuatan laporan penjualan di system, (4) Dapat memudahkan dalam pengiriman barang karena telah tersedia tempat untuk *upload* bukti pengiriman di sistem sehingga proses transaksi dapat berjalan dengan efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Yohari, I. Ardiansah, and D. Purnomo, “Sistem Informasi Berbasis Web Untuk Ketersediaan,” vol. XXI, no. 1, pp. 1–14, 2019.
- [2] E. Rosinta and D. Hasibuan, “Implementasi Customer Relationship Management Pada Aplikasi Penjualan Berbasis Web PT . Buana Telekomindo,” *J. TIMES (Techonology Informatics Comput. Syst.*, vol. VII, no. 1, pp. 8–14, 2018.
- [3] B. D. Andah and W. William, “Penerapan Electronic Customer Relationship Management (E-Crm) Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Penjualan Pada Pt . Cipta Aneka Buah,” *I D E a L I S*, vol. 3, pp. 20–25, 2020.