

**PENERAPAN CRM DENGAN METODE FRAMEWORK
OF DYNAMIC UNTUK PEMASARAN PAKAIAN
(STUDI KASUS: TOKO JENTI FASHION)**

Putri Handayani¹, Risnawati^{2*}, Andrinata³

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

²Sistem Komputer, STMIK Royal Kisaran

*email: rhisnawati716@gmail.com

Abstract: Information system development is progressing very rapidly. Problems such as the efficiency of the work, a process that takes a lot of time has become a common problem that can be solved with technology meenggunakan information. The proposed information system design dirancang using the programming language PHP and MySQL database. Dirancangan system that is expected to replace the old system. In designing the system in this study, the authors use the Flow of Information Systems (ASI) long, Flow of Information Systems (ASI) recently, Context Diagram (CD), Data Flow Diagrams (DFD), Entity Relationship Diagram (ERD) in order to design more targeted and easier understood. The information system is correct and appropriate to manage this data, we need a new system to more effectively and efficiently by using PHP and MySQL.

Keywords: Information System; Sales; PHP; MySQL.

Abstrak: Perkembangan sistem informasi mengalami kemajuan yang sangat pesat. Masalah-masalah seperti efisiensi kerja, proses yang memakan banyak waktu telah menjadi masalah umum yang dapat diselesaikan dengan menggunakan teknologi informasi. Perancangan sistem informasi yang diusulkan dirancang menggunakan bahasa pemrograman PHP dan *database MySQL*. Sistem yang dirancang dapat menggantikan sistem lama. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Aliran Sistem Informasi (ASI) lama, Aliran Sistem Informasi (ASI) baru, *Context Diagram* (CD), *Data Flow Diagram* (DFD), *Entity Relationship Diagram* (ERD) agar perancangan lebih terarah dan mudah dipahami. Sistem informasi yang benar dan tepat dalam mengelola data ini, diperlukan suatu sistem yang baru agar lebih *efektif* dan *efisien* yaitu dengan menggunakan PHP dan MySQL.

Kata kunci: Sistem Informasi; Penjualan; PHP; MySQL

PENDAHULUAN

Dewasa ini persaingan usaha yang ketat mengharuskan perusahaan untuk lebih berfokus pada kebutuhan yang diinginkan oleh pelanggan. Kondisi persaingan bisnis yang terjadi juga membuat perusahaan harus mengetahui target pasar yang ditujunya serta cara untuk mempertahankan pelanggannya. Hal tersebut dapat dimulai dengan mengubah pola pikir yang dulunya berorientasi pada keuntungan ke arah faktor-faktor potensial seperti tingkat kepuasan pelanggan, hal ini menjadi salah satu faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan[1]. Namun pada masa sekarang ini strategi

saja tidak cukup untuk menarik pelanggan dikarenakan saat ini sektor pasar semakin diperluas dengan adanya teknologi [2].

Kemajuan teknologi terkhusus dalam bidang komputer dan internet yang mendukung dalam penciptaan sebuah karya baru dengan adanya dorongan dari sektor pasar yang semakin meluas. Begitupun juga halnya dengan internet yang digunakan sebagai media komunikasi. Internet juga mempunyai manfaat untuk, menambah relasi baru dan juga mencari informasi informasi maupun berita aktual serta melakukan transaksi secara online. Dalam hal ini dibutuhkan manajemen hubungan pelanggan atau yang biasa disebut dengan *Customer Relationship Management (CRM)* yang dapat membantu perusahaan meningkatkan keuntungan dan loyalitas pelanggan. Baik usaha kecil sekalipun CRM dibutuhkan di era globalisasi internet saat ini seperti halnya Toko Jenti Fashion.

Toko Jenti Fashion menjual pakaian khusus wanita yang memiliki banyak pelanggan dari berbagai kalangan, mulai dari anak sekolah, mahasiswa, pegawai, dan masyarakat umum. Toko ini menjual berbagai macam merek dan jenis pakaian. Dalam penerapan CRM pengelola memiliki kendala yakni belum adanya pencatatan informasi pribadi dan transaksi pelanggan menyebabkan pihak Toko Jenti Fashion mengalami kesulitan dalam memberikan diskon khusus berdasarkan tingkat loyalitas pelanggan. Pengelolaan komplain pelanggan juga belum sepenuhnya ditangani dengan tepat, tidak adanya pencatatan keluhan pelanggan dapat menyebabkan kesalahan dalam mengelola dan mengatasi keluhan pelanggan sehingga dapat membuat citra Toko Jenti Fashion menjadi buruk.

Hal ini dapat menimbulkan rasa kecewa pelanggan dan berpotensi menyebabkan pelanggan berpindah pada produk dari toko lain. Berdasarkan permasalahan manajemen hubungan pelanggan pada Toko Jenti Fashion, maka diperlukan solusi untuk memanfaatkan teknologi informasi yaitu merancang dan mengembangkan *Customer Relationship Management* berbasis website. Penggunaan kerangka kerja yang baik diperlukan sebagai acuan untuk menjamin kesuksesan penerapan strategi pemasaran dengan teknologi informasi. Salah satu kerangka kerja *Customer Relationship Management* yang dapat digunakan adalah *Framework of Dynamic CRM* yang menjelaskan serangkaian tahapan pada pembangunan dan penerapan *Customer Relationship Management* [3].

CRM menggambarkan suatu strategi penempatan client sebagai pusat proses aktivitas. Konsep ini telah dikenal dan banyak diterapkan untuk meningkatkan pelayanan di perusahaan. Pada era teknologi informasi sekarang ini web menjadi salah satu sarana untuk menerapkan *Customer Relationship Management* bagi perusahaan untuk menjalin hubungan yang erat dengan pelanggan dan menjaga loyalitas pelanggan. Situs web merupakan salah satu sarana penerapan *Customer Relationship Management* yang memberikan beberapa nilai keuntungan bagi suatu perusahaan [4]. Situs web dapat menyebarkan informasi kepada pelanggan dengan cakupan yang lebih luas dan tidak terbatas jarak dan waktu. Penggunaan situs web membutuhkan biaya yang rendah dibandingkan media yang lain. Biaya untuk menarik pelanggan baru, diperkirakan lima kali lipat biaya mempertahankan pelanggan lama agar tetap loyal, maka yang harus diperhatikan adalah menjaga hubungan dengan para pelanggan.

METODE

Kerangka kerja penelitian yang diterapkan dalam studi ini melibatkan eksplorasi materi terkait strategi Customer Relationship Management (CRM) dalam penjualan produk pakaian di toko Jenti Fashion. Metode penelitian yang digunakan adalah *Framework of Dynamic*, yang menjadi langkah-langkah penting dalam pembangunan dan implementasi CRM. Inti dari metode ini adalah pengumpulan informasi yang menghasilkan Commitment Hubungan, yaitu hubungan yang dapat menciptakan loyalitas dan keuntungan bagi perusahaan.

Metode *Dynamic* dalam Pengumpulan Informasi [3]:

Pendekatan dinamis mencerminkan kemampuan untuk mengakomodasi perubahan dan adaptasi dalam hubungan pelanggan. Metode ini mungkin melibatkan pengumpulan informasi secara terus-menerus, sehingga toko dapat mengidentifikasi dan merespons perubahan dalam preferensi atau perilaku pelanggan.

Output: Relationship Commitment

Tujuan utama dari metode ini adalah menghasilkan Relationship Commitment, yaitu hubungan yang dapat menciptakan loyalitas pelanggan dan memberikan keuntungan jangka panjang bagi toko Jenti Fashion. Ini mencakup komitmen pelanggan untuk tetap berbelanja di toko dan memberikan dukungan yang berkelanjutan.

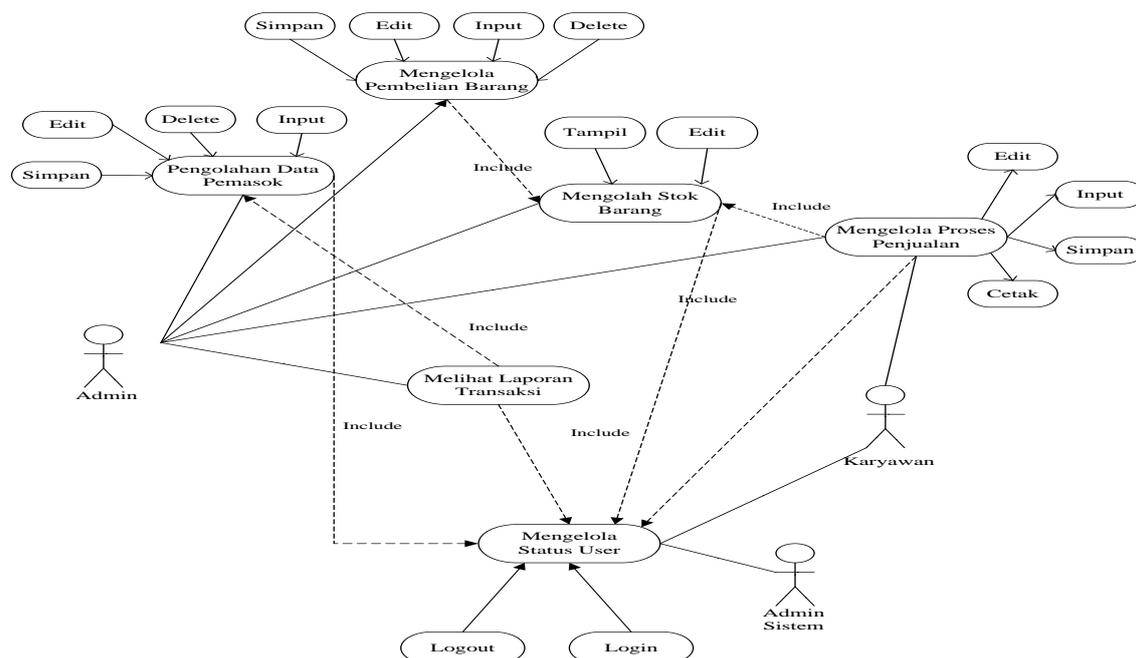
Fokus Informasi dalam Metode

Metode ini menekankan pada tiga kategori informasi utama, yaitu: Informasi Mengenai Pelanggan: Data dan karakteristik pelanggan yang dapat membantu toko memahami kebutuhan dan preferensi mereka. Informasi Untuk Pelanggan: Penyediaan informasi yang relevan dan bermanfaat kepada pelanggan, mungkin melalui promosi atau pelayanan yang disesuaikan. Informasi Oleh Pelanggan: Pengumpulan umpan balik atau data dari pelanggan untuk memahami persepsi mereka terhadap produk dan layanan [4].

Dengan menerapkan *Framework of Dynamic* dalam konteks toko Jenti Fashion, diharapkan dapat menciptakan strategi CRM yang adaptif, responsif, dan efektif dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan serta meningkatkan loyalitas dan keuntungan perusahaan [5].

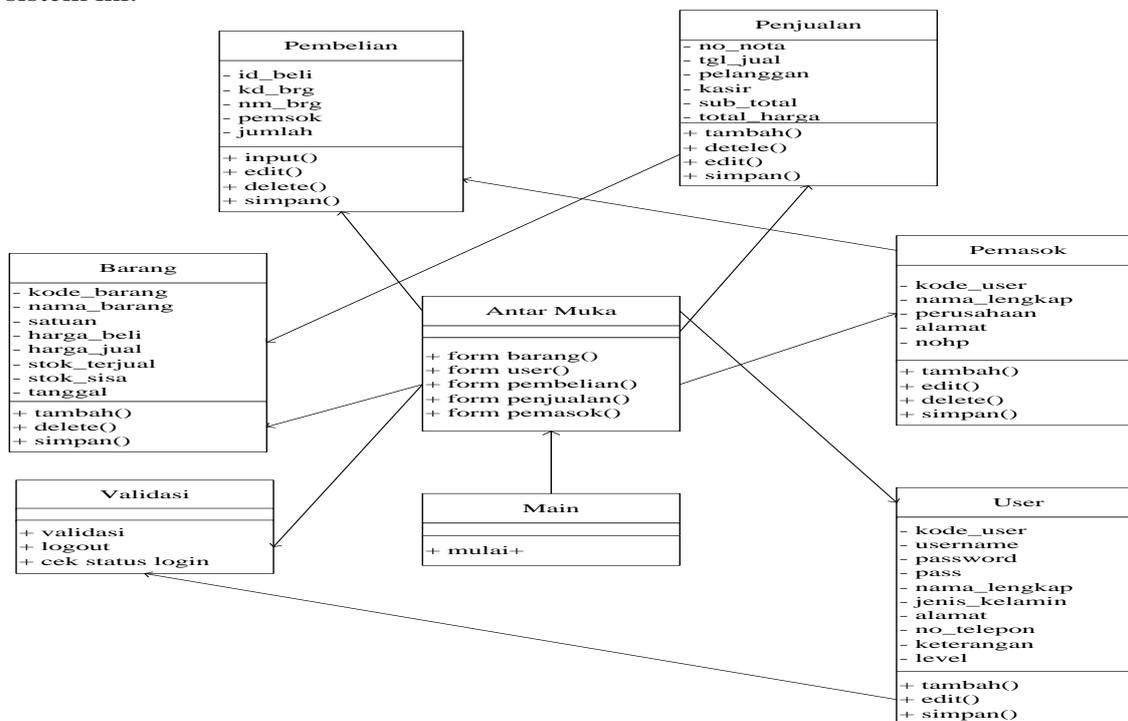
HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan sistem suatu tahapan untuk mendesain program melalui kreatifitas menggunakan bentuk operasi berupa sumber-sumber diagram alir sistem dan pemodelan berupa diagram-diagram. *Use Case Diagram* gambaran (*graphical*) dari beberapa *actor*, *Use Case*, dan interaksi diantaranya yang memperkenalkan suatu sistem. *Use Case Diagram* menggambarkan siapa saja aktor yang melakukan prosedur dalam sistem serta fungsi-fungsi (proses) yang terlibat dalam transformasi pada sistem tersebut.



Gambar 1. Use Case Diagram

Class Diagram menampilkan eksistensi atau keberadaan dari class-class dan hubungan (relationship) dalam desain logikal dari sebuah sistem. Semua proses yang dilakukan oleh aktor terhadap aplikasi akan didefinisikan dengan menggunakan class diagram. Class diagram merupakan diagram yang akan memperlihatkan dan menjelaskan tabel-tabel database dan relasi antar tabel yang akan digunakan didalam sistem ini.



Gambar 2. Class Diagram

Desain Input dan Output

Rancangan *input* dan *output* untuk menjelaskan item-item data yang akan dimasukkan ke dalam file dan merupakan format tampilan yang digunakan untuk melihat tampilan akhir sebagai bentuk laporan data, dapat dilihat melalui layar monitor atau kertas

Desain Input

Rancangan *input* suatu alat masukan data, yang mana *input* dibutuhkan dalam proses pembuatan blok gambar. Adapun bentuk rancangan *input system* strategi *Customer Relationship Management* dalam penjualan pakaian yang lebih diutamakan dalam strategi penjualan adalah sebagai berikut:

The image shows a simple web form for user administration. It consists of four main elements: a text input field labeled 'USERNAME', another text input field labeled 'PASSWORD', a button labeled 'MASUK' (Login), and a button labeled 'MENDAFTAR' (Register). The form is centered on a light gray grid background.

Gambar 3. Form Administrasi *User*

Rancangan Input Data Katagori

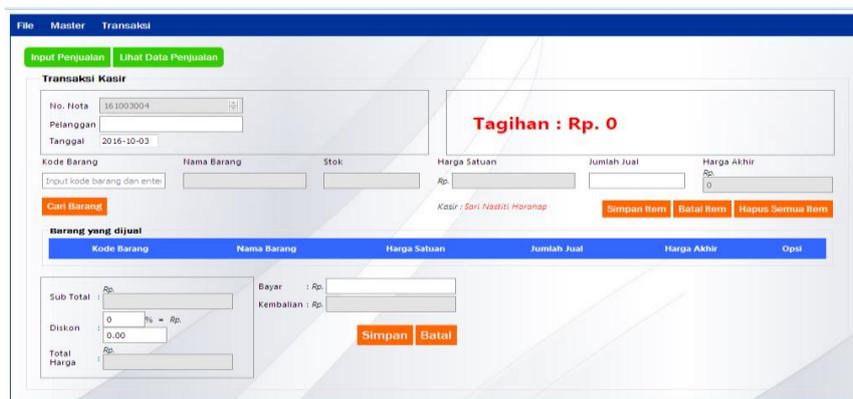
Pada rancangan dibawah ini menjelaskan input data katagori jenis pakaian yang mana terdiri dari nama kategori, edit, hapus.

The image shows a web form for managing clothing categories. At the top, there are two dropdown menus: 'Katagori' and 'Kata Kunci'. Below these, there is a table with six rows of clothing categories. Each row contains the category name, an 'Edit' button, and a 'Hapus' button. The categories listed are: 'Kaos Anak Laki-laki', 'Baju Anak Perempuan', 'Baju Anak Laki-Laki', 'Kaos Anak Perempuan', 'Kaos Remaja Laki Laki', and 'Kaos Remaja Perempuan'.

Gambar 4. Form *Input* Data Kategori

Form Input Penjualan

Pada *form* ini terdapat data yang berhubungan dengan penjualan. Pada form ini, selain kasir melakukan *input* data yang dibeli oleh pelanggan, form ini juga memiliki CRM apabila pelanggan melakukan transaksi dengan nominal diatas 100 ribu maka pelanggan akan mendapatkan bonus, hal tersebut juga berlaku apabila pelanggan melakukan pembelian dengna nominal diatas dari 100 ribu, apabila semakin besar nomimal transaksi maka semakin besar pula bonus yang akan diterima oleh pelanggan. Sehingga dengan demikian, pelanggan akan semakin tertarik dengan membeli pakaian di toko jenti fashion.



Gambar 5. Tampilan Penjualan Dilengkapi CRM

SIMPULAN

Hasil rancangan sistem yang baru mempunyai kelebihan dan kemampuan yang lebih cepat, efektif dan dapat memproses data lebih akurat karena sistem komputerisasi memiliki kecepatan dalam proses pengolahan data. Dengan adanya aplikasi ini akan meningkatkan kualitas sistem pemasaran produk pada toko Jenti Fashion. CRM dengan metode *dynamic framework* dinilai sangat membantu dan lebih efisien dalam memberikan loyaliti kepada pelanggan, harapannya dengan adanya penelitian ini dapat membantu untuk pengimplementasian pada kasus serupa di toko lainnya

DAFTAR PUSTAKA

- [1] O. Dyantina, M. Afrina, and A. Ibrahim, "Penerapan Aplikasi CRM (Customer Relationship Management) Berbasis Web Dalam Bidang Jasa," 2009. [Online]," *J. Sist. Inf.*, vol. 4, No. 2, no. 2, pp. 516–529, 2012.
- [2] E. Ernawati, R. Hurriyati, and P. D. Dirgantari, "Strategi pengembangan kerajinan anyaman Purun untuk meningkatkan daya saing," *J. Ekon. Mod.*, vol. 17, no. 1, pp. 27–40, 2021, doi: 10.21067/jem.v17i1.5215.
- [3] R. D. H. Rully Mujiastuti, "APLIKASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DENGAN METODE FRAMEWORK OF DYNAMIC CRM".
- [4] A. Voutama, "Sistem Antrian Cucian Mobil Berbasis Website Menggunakan Konsep CRM dan Penerapan UML," *Komputika J. Sist. Komput.*, vol. 11, no. 1, pp. 102–111, 2022, doi: 10.34010/komputika.v11i1.4677.
- [5] E. Wicaksono, F. Fauziah, and D. Hidayatullah, "Implementasi Electronic Customer Relationship Management menggunakan Metode Framework of Dynamic berbasis Web," *J. JTJK (Jurnal Teknol. Inf. dan Komunikasi)*, vol. 5, no. 4, p. 371, 2021, doi: 10.35870/jtik.v5i4.226.