

E-CRM Berbasis Web Pada Sistem Informasi Penjualan

Donni Nasution^{1*}, Wily Julitawaty²

¹Program Studi Sistem Informasi, Universitas Royal Prima Medan, Indonesia

²Program Studi Akuntansi, STIE Professional Manajemen College Indonesia, Indonesia

Email: ^{1*}nasution.donni@gmail.com, ²wily_julitawaty@yahoo.com

Email Corresponding Author: nasution.donni@gmail.com

Abstrak-Aplikasi Toko Fashion Bety & Budy adalah sebuah inovasi sistem informasi digital yang membuat pemesanan pakaian menjadi lebih mudah dan efisien. Dalam era digitalisasi saat ini, pengguna diharapkan lebih memanfaatkan teknologi ini untuk mengoptimalkan waktu dan efektivitas dalam berbagai aktivitas, seperti membeli pakaian. Salah satu keuntungan menggunakan aplikasi toko pakaian Bety & Budy Fashion bersama dengan strategi manajemen hubungan pelanggan (CRM) adalah pelanggan tidak perlu menghabiskan waktu lagi untuk mengunjungi Toko Fashion Bety & Budy untuk menanyakan informasi yang ada karena dengan adanya sistem informasi ini maka pelanggan atau pengguna dapat secara langsung mendapatkan informasi dari sistem yang telah dibuat. Mereka juga dapat meningkatkan layanan pelanggan dengan menciptakan hubungan yang kuat antara pelanggan dan pemilik. Aplikasi toko baju fifa fashion juga memberikan manfaat bagi para pemilik bisnis toko baju tersebut. Penelitian ini menemukan bahwa pemilik Toko Fashion Bety & Budy dapat meningkatkan keuntungan finansial dengan memperluas jangkauan pasar dan memudahkan proses pemesanan, serta membangun hubungan baik dengan pemilik dan pelanggan. Aplikasi Toko Fashion Bety & Budy juga dapat lebih mudah dipromosikan dan dilaporkan.

Kata Kunci: Customer Relationship Management, Toko Fashion

Abstrak-The Bety & Budy fashion clothing store application is an innovative digital information system that makes ordering clothes easier and more efficient. In the current era of digitalization, users are expected to make more use of this technology to optimize time and effectiveness in various activities, such as buying clothes. One of the advantages of using the Bety & Budy Fashion clothing store application together with a customer relationship management (CRM) strategy is that customers no longer need to spend time visiting the Fifa Fashion clothing store to ask for information because with this information system, customers or users can directly get information from the system that has been created. They can also improve customer service by creating strong relationships between customers and owners. The Bety & Budy fashion clothing store application also provides benefits for the clothing store business owners. This research found that Bety & Budy fashion clothing shop owners can increase financial profits by expanding market reach and making the ordering process easier, as well as building good relationships with owners and customers. The Bety & Budy fashion clothing store application can also be more easily promoted and reported.

Kata Kunci: Customer Relationship Management, Clothes Shop Bety & Budy Fashion.

1. PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman yang dimasa modern ini, perkembangan sistem informasi mengalami perubahan yang signifikan [1]. Salah satunya yaitu dengan dunia yang makin lama makin modern saat ini, data merupakan hal yang sangat penting di Toko Fashion Bety & Budy. Informasi adalah satu-satunya sumber daya yang dapat menghubungkan pihak toko ke semua bagian yang sedang terlibat [2]. Perusahaan juga dapat menggunakan E-CRM untuk tempat tetap dekat dan tidak akan kehilangan komunikasi dengan para pelanggan baik pelanggan yang lama ataupun pelanggan yang baru [3]. Diera modern teknologi, *website* juga berperan penting dalam berbisnis. *Website* inilah yang sangat dibutuhkan oleh Toko Fashion Bety & Budy.

Toko Fashion Bety & Budy merupakan toko pakaian yang berada di Jl. Hos Cokroaminoto. Toko Fashion Bety & Budy melayani pelanggan menggunakan sosial media seperti WhatsApp untuk memberikan informasi kepada pelanggan; unit pelayanan hanya dapat menggunakan WhatsApp untuk bertanya kepada pelanggan tentang produk yang tersedia di toko belum adanya hasil dari jualan yang ideal dalam pemasaran produk baju karena tidak dapat menjangkau pelanggan di luar provinsi atau daerah setempat. untuk menarik minat pelanggan dan mendorong mereka untuk berlangganan toko. untuk memberikan pelanggan akses ke informasi tentang produk Toko Fashion Bety & Budy. untuk meningkatkan ketertarikan dan menarik pelanggan yang setia dan berlangganan. membantu pelanggan mendapatkan informasi tentang produk dan layanan yang tersedia di toko tanpa harus mengunjungi toko secara langsung. Bagi Toko Fashion Bety & Budy Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan penjualan, membantu perusahaan memasarkan barang-barang mereka dengan cara yang lebih efektif [4].

Ada beberapa penelitian dengan judul *Implementation Of Customer Relationship Management In Operations Efforts To Increase Sales*. Menarik kesimpulan dengan Hubungan Pelanggan Sistem manajemen, Toko Syafri bisa melakukan penjualan secara online sehingga dapat meningkatkan penjualan. Hubungan Pelanggan dan Sistem manajemen yang dirancang dapat membantu menampilkan laporan produk dan bulanan atau data penjualan tahunan [5]. Melakukan penelitian dengan judul Implementasi CRM (*Customer Relationship Management*) Menggunakan VTiger CRM Pada Perusahaan (Studi Kasus: CV. Maha Sari), menarik kesimpulan menyatakan bahwa hasil penelitian yang dilakukan, CRM yang diterapkan mampu mengelola kegiatan kuesioner dan keluhan pelanggan dalam rangka memaksimalkan proses bisnis kuesioner dan keluhan pelanggan *existing* serta mampu untuk mengelola kegiatan pemasaran, yang dimana kegiatan ini masih belum dilakukan perusahaan sebelumnya [6]. Penggunaan sosial media tetap tidak efektif dengan sistem saat ini jika pelanggan ingin memesan barang atau memesan jadwal. Potensi pelanggan, termasuk informasi tentang promosi, layanan, dan keuntungan sebagai anggota Toko Fashion Bety & Budy, menghadapi tantangan dalam sistem yang digunakan oleh pemilik Toko Fashion Bety & Budy [7]. Meskipun demikian, informasi ini dapat membantu Toko Fashion Bety & Budy mendapatkan pelanggan baru. Konsep CRM, yang berarti mendapatkan pelanggan baru, tentu saja tidak didukung oleh masalah ini. Sulit bagi pelanggan untuk menyampaikan keluhan atau pengaduan jika terjadi kesalahan di Toko Fashion Bety & Budy [8].

Dari permasalahan yang ada di Toko Fashion Bety & Budy karena toko tersebut masih menjual barang secara manual dan hanya menjual di toko saja, sehingga pelanggan harus datang langsung ke toko jika mereka ingin membeli sesuatu [9], hal ini menyebabkan pemasaran yang tidak efektif di seluruh jangkauan karena pencatatan barang dan transaksi masih dilakukan secara manual, yaitu dicatat atau direkap pada buku [10]. Data pelanggan dapat hilang jika dicatat dalam buku. Oleh karena itu, karena semua proses pengiriman informasi pelanggan masih dilakukan secara manual, penanganan masalah pelanggan menjadi lebih lama [11].

Perusahaan diharapkan dapat mengatasi masalah di atas dengan menjaga hubungan dengan pelanggan, mempertahankan pelanggan baru dan lama, dan memberikan kemudahan kepada pelanggan [12].

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif. Penelitian terdiri dari berbagai jenis metode yang digunakan oleh peneliti untuk menemukan dan memecahkan masalah. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif untuk melakukan penelitian ini.

Penelitian kualitatif mempresentasikan, menafsirkan, dan menuliskan situasi atau peristiwa untuk mempelajari masalah dan mengambil kesimpulan umum. Penelitian jenis ini akan dilakukan dengan cara wawancara langsung dengan pemilik Toko Fashion Bety & Budy. Tujuannya adalah untuk menjelaskan fakta-fakta atau keadaan di lokasi penelitian [18].

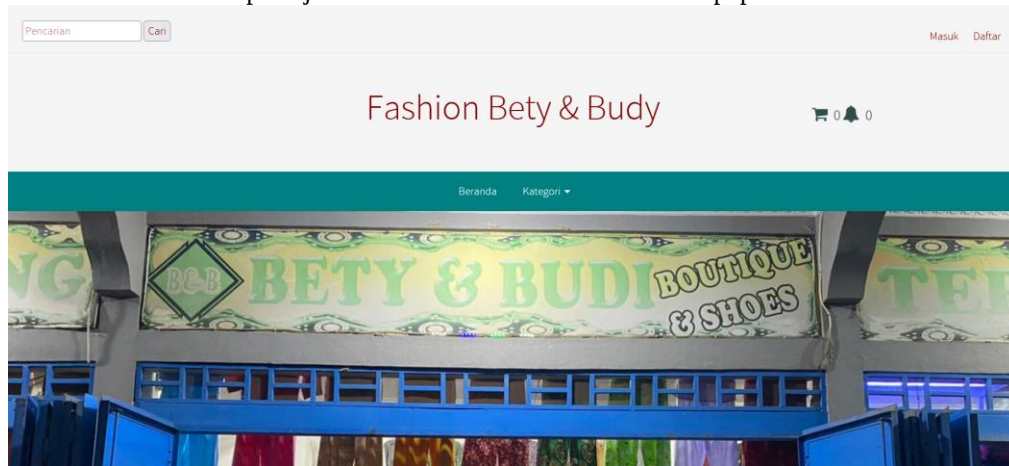
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Implementasi Sistem

Setelah perencanaan, langkah berikutnya adalah penerapan sistem. Fase ini melibatkan penerapan desain pada bahasa pemrograman yang akan digunakan untuk membuat aplikasi. Tujuan implementasi ini merupakan untuk menerapkan suatu perancangan yang telah dibuat pada sistem sehingga pengguna dapat berkontribusi pada pengembangan sistem di masa mendatang. Salah satu ilustrasi dari temuan penelitian ini adalah:

3.2. Halaman Utama Dari Website Toko Fashion Bety & Budy

Tampilan utama sistem merupakan bagian halaman utama yang akan di kunjungi setiap pengguna Toko Fashion Bety & Budy, Dimana halaman depan ini berisikan konten mengenai informasi Toko Fashion Bety & Budy seperti informasi daftar akun, promo, kategori, kontak dan lokasi Toko Fashion Bety & Budy. Adapun tampilannya yaitu:



Gambar 1. Tampilan Halaman Utama

Halaman Registrasi

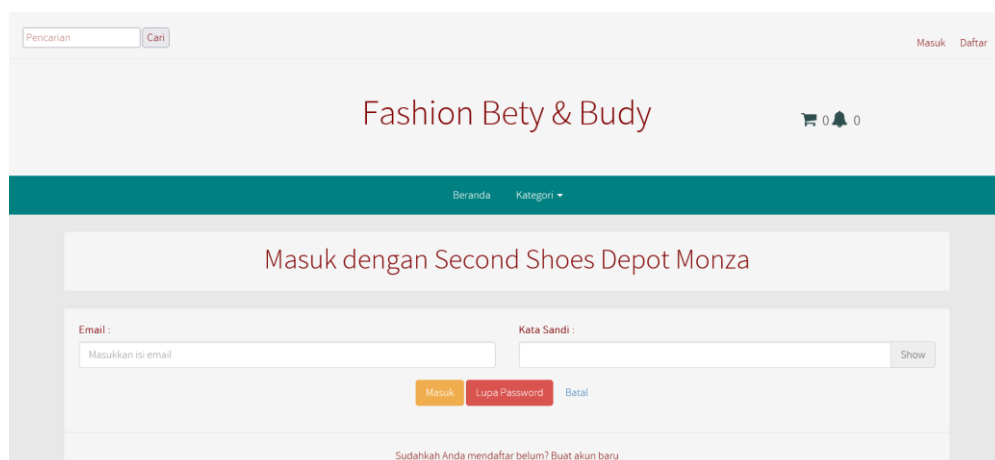
Tampilan Registrasi merupakan halaman untuk para pelanggan atau pengunjung dari Toko Fashion Bety & Budy mendaftar akun terlebih dahulu yang akan di kunjungi setiap pengguna web Toko Fashion Bety & Budy, Adapun tampilannya yaitu :



Gambar 2. Tampilan Halaman Registrasi

Halaman Login

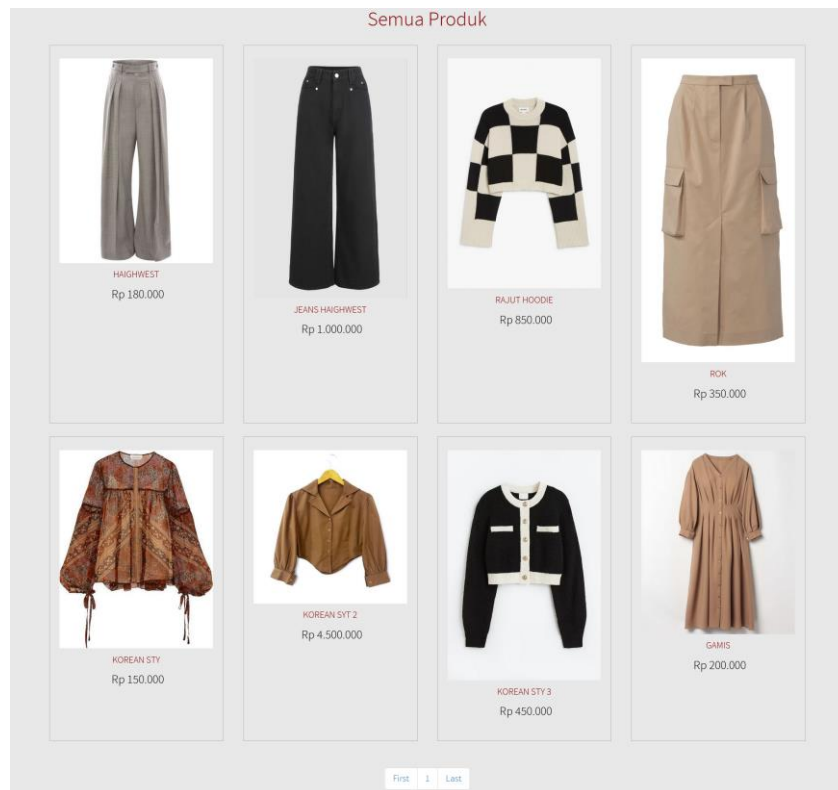
Tampilan Halaman Login merupakan halaman untuk masuk ke akun pelanggan atau pengunjung setelah pelanggan tersebut sudah melakukan registrasi. Adapun tampilannya yaitu :



Gambar 3. Tampilan Halaman Home Pelanggan

Halaman Semua Produk

Tampilan Halaman Semua Produk merupakan halaman untuk tampilan produk yang ingin dibeli oleh pelanggan di web Toko Fashion Bety & Budy. Adapun tampilannya yaitu :



Gambar 4. Tampilan Halaman Beli Produk

Halaman Contact Us

Tampilan Halaman Contact Us merupakan halaman untuk tampilan data pribadi dari pelanggan yang sudah mendaftar di web Toko Fashion Bety & Budy. Adapun tampilannya yaitu :



Gambar 5. Tampilan Halaman Contact Us

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang ada maka dapat disimpulkan bahwa, Hasil merancang dan membangun aplikasi sistem informasi Toko Fashion Bety & Budy berbasis web dengan strategi Customer Relationship Management dengan framework codeigniter dan database MySQL dapat mempermudah pelanggan atau pengunjung, dan Hasil penerapan CRM dapat meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan pada Toko Fashion Bety & Budy serta dapat memberikan informasi mengenai produk terbaru, potongan harga atau diskon, dan agar mempermudah untuk para pelanggan berbelanja di Toko Fashion Bety & Budy secara online.

REFERENCES

- [1] R. W. Witjaksono, W. Puspitasari, M. Saputra, and C. R. Management, "Implementasi Crm Di Umkm Kota Bandung Untuk," vol. 6, pp. 1–8, 2023.
- [2] U. Hasdiana, "No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する 分散構造分析Title," *Anal. Biochem.*, vol. 11, no. 1, pp. 1–5, 2018, [Online]. Available: <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/>
- [3] Putri Nabillah Yusri Sirait, A. Afrisawati, and M. Mardalius, "Proses CRM Untuk Memberikan Pelayanan Terbaik Pada Toko Eka Putri Sidomukti," *J. Comput. Sci. Technol.*, vol. 1, no. 2, pp. 57–68, 2023, doi: 10.59435/jocstec.v1i2.58.
- [4] D. Wahyu Priyambodo and J. Alfa Razaq, "Rancang Bangun Customer Relationship Managemet Pada Factorylandstore," *J. Manaj. Inform. Sist. Inf.*, vol. 6, no. 1, pp. 14–25, 2023.
- [5] 홍종욱, "3월 1일의 밤은 대한민국의 봄이었다 — 권보드래, 3월 1일의 밤: 폭력의 세기에 꾸는 평화의 꿈? (둘베개, 2019) —," *Concept Commun.*, vol. null, no. 23, pp. 301–316, 2019, doi: 10.15797/concom.2019..23.009.
- [6] R. A. Sihombing and F. Natsir, "Peningkatan Pelayanan Pelanggan Melalui E-CRM Dengan Metode User Centered Design (UCD)," *J. Sist. Inf. dan Teknol. Perad.*, vol. 2, no. 2, pp. 54–59, 2021.
- [7] S. Informasi *et al.*, "Implementasi Sistem Pelayanan Pelanggan Menggunakan E-CRM di Kaka Proyek Musthafa Haris Munandar 1 , Muhammad Amin 2 , Ahmad Muhazir 3 Rahmad Ihza Mahendra 4," vol. 16, no. 1, pp. 88–97, 2024.
- [8] E. Kurniadi, L. Anggraeni, E. Suseno, and D. Nugraha, "Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada Sistem Informasi Pelayanan Pelanggan Puspita Dekorasi Beber Kabupaten Cirebon," *J. Penelit. Univ. Kuningan*, vol. 14, pp. 80–91, 2023.
- [9] R. Oktarina, "Implementasi Teknologi Sistem Customer Relationship Management (CRM) Guna Meningkatkan Pelayanan Penjualan," *J. Teknol. Terkini*, vol. 2, no. 5, pp. 1–13, 2022.
- [10] "4002-10979-2-PB.pdf."
- [11] I. A. Nugraha, V. Rosalina, and Suherman, "Penerapan Customer Relationship Management (Crm) Pada Sistem Informasi Pelayanan Jasa Meteorologi Berbasis Web," *JSiI (Jurnal Sist. Informasi)*, vol. 9, no. 1, pp. 36–44, 2022, doi: 10.30656/jsii.v9i1.4390.
- [12] A. K. Saputra and M. Fahrizal, "Rancang Bangun Berbasis Web Crm (Customer Relationship Management) Berbasis Web Studi Kasus Pt Budi Berlian Motor Hajimena Bandar Lampung," *Portaldata.org*, vol. 17, no. 1, pp. 1–31, 2021.
- [13] P. Penjualan and K. Tangan, "1, 2* , 3 12," vol. 1, no. 1, pp. 79–88, 2021.
- [14] N. A. A. Anggara, J. Hutahacan, and M. Iqbal, "Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Dalam Sistem Informasi Penjualan Kosmetik Berbasis Web," *Build. Informatics, Technol. Sci.*, vol. 3, no. 4, pp. 480–488, 2022, doi: 10.47065/bits.v3i4.1440.
- [15] J. S. Irsandi, I. Fitri, and N. D. Nathasia, "Sistem Informasi Pemasaran dengan Penerapan CRM (Customer Relationship Management) Berbasis Website menggunakan Metode Waterfall dan Agile," *J. JTIK (Jurnal Teknol. Inf. dan Komunikasi)*, vol. 5, no. 4, p. 346, 2020, doi: 10.35870/jtik.v5i4.192.
- [16] A. D. Andriana, "Penentuan Jenis Promosi Menggunakan Pendekatan Customer Relationship Management (Crm)," *Maj. Ilm. UNIKOM*, vol. 15, no. 2, pp. 239–246, 2017, doi: 10.34010/miu.v15i2.563.
- [17] I. Munandar and T. N. Sari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Customer Relationship Management (CRM) terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada CV Mars Global Group The Influence of Service Quality and Customer Relationship Management (CRM) on Customer Purchasing Decisions at CV Mars," *J. Ekon. Bisnis, dan Manaj.*, vol. 2, no. 1, pp. 15–26, 2023.
- [18] D. P. Ramadhani, H. Syafwan, and C. Latiffani, "Penerapan Metode E – CRM Pada Toko Wati Collection," *JATISI (Jurnal Tek. Inform. dan Sist. Informasi)*, vol. 9, no. 4, pp. 3503–3518, 2022, doi: 10.35957/jatisi.v9i4.2839.