

E-CRM Berbasis Web Pada Sistem Informasi Penjualan Toko Kue

Varissa Hikmatillah¹, Iqbal Kamil Siregar^{*2}, Wan Mariatul Kifti³

¹Mahasiswa Prodi Sistem Informasi STMIK Royal Kisaran,

^{2*}Prodi Sistem Komputer STMIK Royal Kisaran,

³Prodi Sistem Informasi STMIK Royal Kisaran.

e-mail: ¹varissahikmatillah10@gmail.com, ^{*2}iqbalkamilsiregar@royal.ac.id,

³kifti.inti@gmail.com

Abstrak

Bunda Bakery merupakan salah satu tempat penjualan kue dengan berbagai macam bentuk. Bunda Bakery memiliki varian rasa dan bahan yang beragam serta harga yang beragam. Sejauh ini, proses penjualan pada toko kue bunda bakery masih secara manual seperti informasi dari mulut ke mulut yang menyebabkan jangkauan penjualannya masih terbatas sehingga perlu di terapkannya strategi penjualan yang dapat meningkatkan layanan penjualan serta customer supportnya. Disini pelanggan juga harus datang ke produsen untuk melihat lebih detail apa yang dijual oleh produsen. Konsep CRM ini dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan serta dapat membantu toko bunda bakery dalam meningkatkan pengelolaan data agar lebih mudah mengambil keputusan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas pada toko bunda bakery. Toko Bunda Bakery yang berlokasi di Jl. Besar Sidokeno, Sukadamai Barat, Kecamatan Pulo Bandring, Kabupaten Asahan. Toko Bunda Bakery yang bergerak di bidang penjualan berbagai bakery seperti aneka roti, kue dan lain sebagainya.

Kata kunci—Penjualan Kue, CRM, Web

Abstract

Bunda Bakery is a place to sell cakes with various shapes. Bunda Bakery has a variety of flavors and ingredients as well as various prices. So far, the sales process at the Bunda bakery is still manual, such as word of mouth information which causes the sales reach to be limited so it is necessary to implement a sales strategy that can improve sales service and customer support. Here the customer must also come to the manufacturer to see in more detail what the manufacturer sells. This CRM concept can increase customer loyalty and satisfaction and can help the main bakery store in improving data management to make it easier to make decisions to improve the quality and quantity of the bakery main store. Bunda Bakery shop which is located on Jl. Besar Sidokeno, Sukapeace Barat, Pulo Bandring District, Asahan Regency. Bunda Bakery shop which is engaged in the sale of various kinds of bakery such as various breads, cakes and so on.

Keywords—Cake sale, CRM, Web

1. PENDAHULUAN

CRM (Customer Relationship Management) adalah strategi bisnis dalam memberikan nilai tambah bagi perusahaan yang dapat menggabungkan proses-proses seluruh jaringan internal maupun eksternal, serta strategi bisnis digunakan untuk menghasilkan perusahaan yang terintegrasi, berkompeten, terpercaya dan membantu dalam meningkatkan hubungan relasi yang menguntungkan. Customer Relationship Management (CRM) juga merupakan jenis manajemen yang dikhususkan untuk teori-teori tentang manajemen antara perusahaan dan pelanggannya, dengan tujuan meningkatkan hubungan dengan pelanggan untuk mencapai pertumbuhan perusahaan yang maksimal.[1] Tujuan dari CRM adalah untuk berinteraksi dengan pelanggan, juga dapat melacak informasi pelanggan dan cara baru untuk mengelola hubungan antara perusahaan dan pelanggan bisnis. Selain mengintegrasikan pemesanan, pemasaran, dan layanan pelanggan, dimungkinkan untuk mengelola hubungan antara perusahaan dan pelanggannya dengan membuat aplikasi dengan konsep CRM. [2] Terdapat 4 (empat) bagian manfaat dalam *Customer Relationship Management* (CRM) yaitu[3]:

1. Mendorong Loyalitas Pelanggan
2. Mengurangi biaya & meningkatkan efisiensi operasional
3. Peningkatan *tune to market*
4. Peningkatan pendapatan

Diharapkan dalam melakukan penerapan CRM mampu membuat pelanggan lama menetap kepada perusahaan sehingga relasi antara pembeli maupun penjual tetap terjalin, tetapi lebih mengarah kepada suatu hubungan mitra.[4]

Beberapa Penelitian diantaranya Malawat, M. S., Harwini, D., Mulyani, N., & Hutahaean, J. (2018). Melakukan penelitian dengan judul *E-CRM Penjualan Menggunakan Metode Customer Relationship Management* (CRM) menghasilkan sebuah sistem *E-Commerce* penjualan, proses penyimpanan data yang akurat serta proses promosi juga lebih efektif dan efisien dan juga sistem ini dibangun terintegrasi dengan sistem pemasaran dan hubungan antar pelanggan [5]. Selanjutnya Arita, E., Sovita, I., Faradika, F., & Idwar, I. (2018). Melakukan penelitian dengan judul Pemasaran Usaha Kue Bolu “Jihan” Kota Payakumbuh melakukan ekspansi pasar dengan cara pemasaran guna untuk melakukan terobosan pasar yang lebih luas dalam bentuk pemasaran suatu produk atau jasa [6]. Kemudian penelitian Evaryanti, F. P., Estiyanti, N. M., & Sephy Lavianto, S. E. (2020). dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Penjualan *Travel Agent Online my bali wisata* melakukan penganalisis strategi *marketing online* sehingga hasilnya *mybaliwisata.com* telah berhasil mendapatkan tamu saat melakukan promosi *online* di media sosial [7]. Selanjutnya penelitian Kifti, W. M., & Swaradana, W. (2020). dengan judul Analisis Dan Perancangan Pemasaran Dengan Konsep *Customer Relationship Manajemen* (CRM) menghasilkan sebuah system yang dapat memudahkan pelanggan dalam pembelian yang dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun, mempermudah UD. Terang Jaya menjual produk yang dipasarkan sesuai dengan keinginan konsumen [8].

Bunda Bakery merupakan salah satu tempat yang menyediakan berbagai macam kue. Bunda Bakery memiliki varian rasa dan bahan yang beragam serta harga yang beragam. Sejauh ini, proses penjualan pada toko kue bunda bakery masih secara manual seperti informasi dari mulut ke mulut sehingga jangkauan penjualan belum bisa merambah ke beberapa daerah-daerah sehingga masih sedikit masyarakat yang mengenal toko kue “Bunda Bakery”.

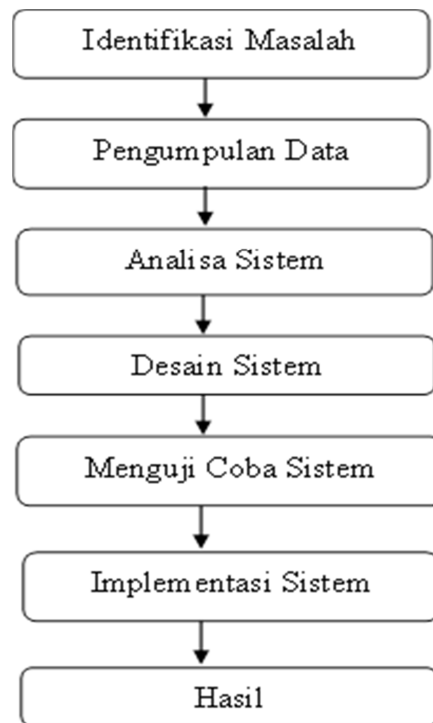
Analisis Sistem penjualan yang dilakukan masih kurang efektif dan efisien karena masih menggunakan cara konvensional yang mengakibatkan kurang maksimalnya pelayanan yang didapat oleh pelanggan. Laporan penjualan dilakukan masih dengan cara pembukuan sehingga sering mengakibatkan rancunya pencatatan ataupun kehilangan suatu dokumen transaksi yang sangat penting.

Dengan berkembangnya teknologi informasi, perlu diterapkan strategi yang baik yang dapat membuat usaha Bakery ini menjadi lebih berkembang, dengan menggunakan konsep CRM Toko Bunda Bakery dapat memberikan pelayanan kepada pelanggan serta mampu meningkatkan loyalitas pelanggan. Toko Bunda Bakery yang berlokasi di Jl. Besar Sidokeno, Sukadamai Barat, Kecamatan Pulo Bandring, Kabupaten Asahan. Toko Bunda Bakery bergerak di bidang penjualan berbagai bakery seperti aneka roti, kue dan lain sebagainya. Proses penjualan yang masih dilakukan secara manual membuat pelanggan harus datang ke produsen untuk melihat lebih detail apa yang dijual oleh produsen. Dengan dirancangnya CRM berbasis web maka dapat membantu pengelolaan pelanggan dalam meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan serta dapat membuat pelanggan tidak mudah berpaling ke pihak pesaing dan dapat membantu perusahaan dalam mengambil suatu keputusan dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas perusahaan.[9]

Berdasarkan uraian tersebut penulis memfokuskan pemanfaatan tujuan dari teknologi informasi yang dapat memberi dukungan kelancaran usaha penjualan yang dapat dilakukan dalam suatu perusahaan, maka dengan itu penulis mengambil judul **"Sistem Informasi Penjualan Kue Dengan Metode Customer Relationship Management Pada Toko Bunda Bakery Berbasis Online.**

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan gambaran langkah-langkah dalam melakukan penelitian. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Menurut [10], metode penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian. Metode ini merupakan alternatif model komputasi matematis dan statistik untuk menyelesaikan permasalahan terkait pemasaran dan penjualan produk yang dihadapi Toko Bunda Bakery Sidodadi dengan membuat dan merancang sistem informasi dengan pemodelan Unified Modeling Language (UML) dan database MySQL terkomputerisasi berbasis web. Dalam sistem informasi yang penulis usulkan, pengolahan data secara komputerisasi, atau dengan kata lain menghindari efisiensi pengolahan data yang selama ini dilakukan. Sistem informasi baru ini perlu untuk mempermudah dalam mengolah data saat dijalankan nantinya. Sistem informasi baru yang diusulkan adalah untuk memperbaiki kekurangan dalam penggunaan sistem yang ada yaitu pada proses pemasaran dan proses penjualan, karena terdapat kelemahan pada bagian ini. Ini mengarah pada kebutuhan untuk mengubah proses sistem informasi. Oleh karena itu, disarankan untuk menggunakan E-CRM pada produk kue Toko Bunda Bakery Sidodadi dan mengadopsi strategi manajemen hubungan pelanggan yang terkomputerisasi yaitu bahasa pemrograman PHP dan MySQL.



Gambar 1. Kerangka Kerja Penelitian

Adapun kerangka kerja penelitian pada penjualan kue di Toko Bunda Bakery yaitu :

1. Identifikasi Masalah
Dalam tahap ini peneliti akan mengidentifikasi masalah dengan tujuan mengantisipasi suatu masalah yang akan dihadapi sehingga penulis dapat segera memperbaiki dan mengatasi atas masalah yang sedang dihadapi.
2. Pengumpulan Data
Pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan penelitian yang dilakukan dengan cara wawancara dan *observasi*. Maka data yang diambil berupa foto produk yang di jual.
3. Analisa Sistem
Setelah melakukan pengumpulan data maka peneliti membuat analisis sistem bertujuan untuk mengetahui penerapan CRM penjualan kue pada Toko Bunda Bakery. Analisa sistem perlu dilakukan sebelum menganalisis permasalahan, kelemahan-kelemahan sistem, dan kebutuhan sistem.
4. Desain Sistem
Dalam merancang aplikasi pada Toko Bunda Bakery penulis membagi prosesnya dalam beberapa tahap, yaitu tampilan *login*, menu semua produk, dan menu cara pembelian.
5. Menguji Coba Sistem
Sebelum *website e-marketing* diterapkan, terlebih dahulu harus dilakukan pengujian sistem. Dengan begitu maka dapat mengetahui *website* yang dirancang sesuai atau tidak dengan yang diharapkan.
6. 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.

7. Hasil

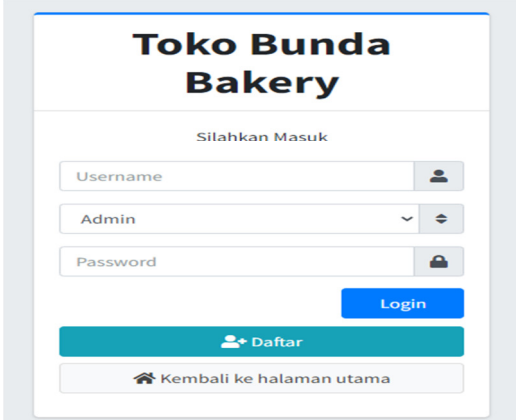
Sistem yang sudah diimplementasikan hasilnya nanti akan dipakai oleh pegawai Toko Bunda Bakery dalam menjalankan usaha tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah hasil tampilan program Sistem Informasi Penjualan Kue Dengan Metode *Customer Relationship Management* Pada Toko Bunda Bakery Berbasis *Online*.

1. Tampilan *Form Login*

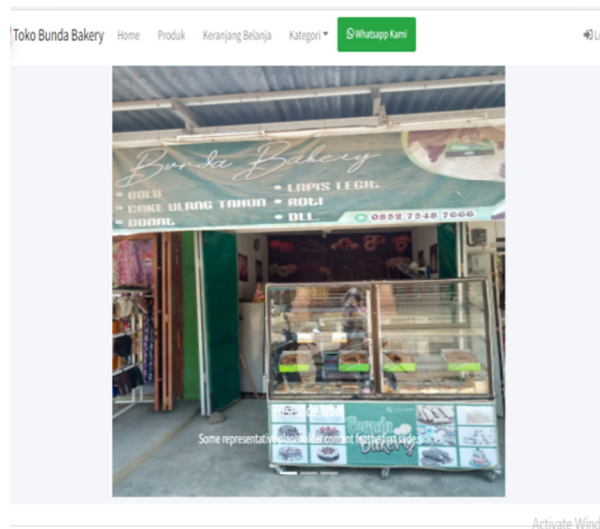
Tampilan *Form login* ini berisi tombol-tombol yang dibutuhkan seperti tombol *login* dan tombol *logout*. Tampilan form login dapat dilihat pada gambar 2 berikut:



Gambar 2. Tampilan *Form Login*

2. Tampilan Menu Utama E-CRM Penjualan Kue Pada Toko Bunda Bakery

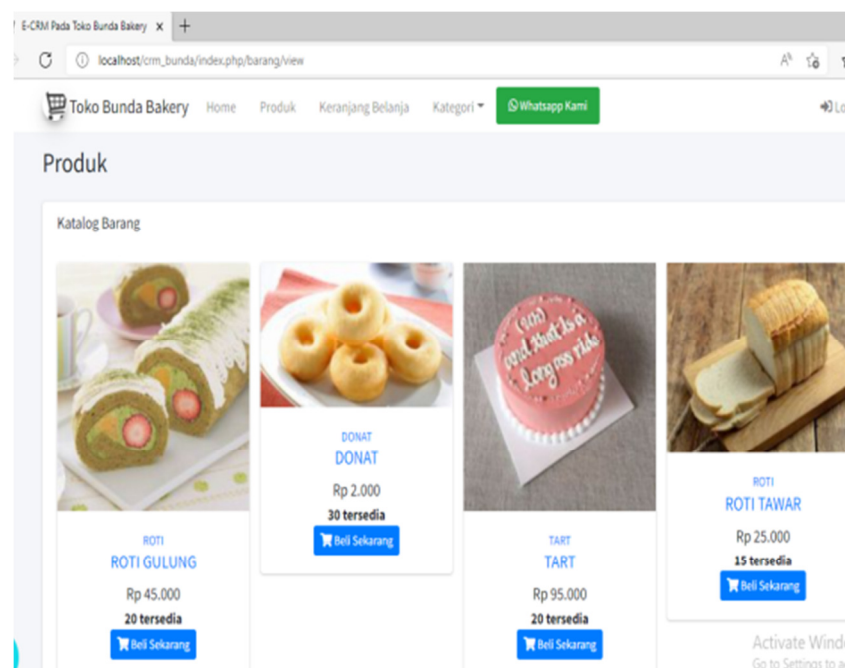
Form menu utama E-CRM Penjualan Kue merupakan tampilan awal saat memasuki program setelah melakukan login. Pada form menu utama E-CRM terdapat menu produk, keranjang belanja serta kategori produk. Tampilan awal form menu utama E-CRM Penjualan Kue pada Toko Bunda Bakery dapat dilihat pada gambar nomor 3:



Gambar 3. Tampilan Menu Utama E-CRM Pemesanan Penjualan Kue pada Toko Bunda Bakery

3. Tampilan Halaman Produk

Halaman produk merupakan halaman yang berisi daftar produk-produk yang ada di website Toko Bunda Bakery Kelurahan Sidodadi. Halaman produk dapat dilihat pada gambar 4 berikut:



Gambar 4. Tampilan Halaman Produk

4. Tampilan Form Pendaftaran Pelanggan

Form pendaftaran ini berisikan tentang data pelanggan seperti nama, alamat rumah, kode pos serta email dan password agar pelanggan dapat login saat ingin melakukan pemesanan. Form pendaftaran ini dapat di lihat pada gambar 5:

The screenshot shows a web browser window with the URL `localhost/crm_bunda/index.php/pelanggan/daftar`. The page title is 'Toko Bunda Bakery' and the navigation bar includes 'Home', 'Produk', 'Keranjang Belanja', and 'Kategori'. A green 'Whatsapp Kami' button is also present. The main content area is titled 'Pendaftaran Pelanggan' and contains a 'Form Pendaftaran' with the following fields: 'Nama *', 'Email *', 'Password *', 'Kota *' (a dropdown menu showing '--pilih kota--'), 'Alamat *', and 'Kode pos *'. A 'Login' button is located in the top right corner of the page.

Gambar 5. Tampilan Form Pendaftaran Pelanggan

5. Tampilan Halaman Katagori Produk.

Halaman kategori produk merupakan halaman untuk admin mengolah data kategori produk, tampilan halaman kategori produk dapat dilihat pada gambar 6:

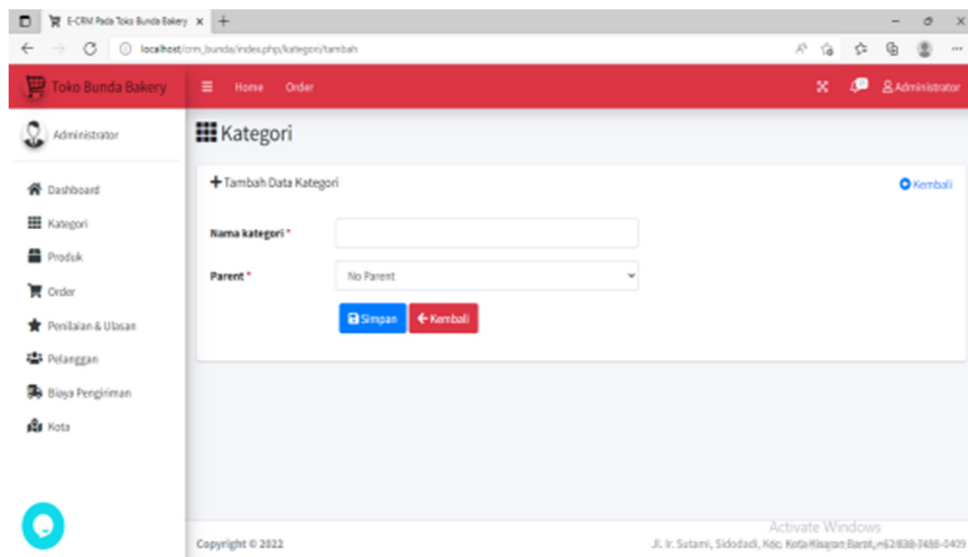
The screenshot shows a web browser window with the URL `localhost/crm_bunda/index.php/kategori`. The page title is 'Toko Bunda Bakery' and the navigation bar includes 'Home', 'Order', and 'Administrator'. A sidebar on the left contains links to 'Dashboard', 'Kategori', 'Produk', 'Order', 'Penilaian & Ulasan', 'Pelanggan', 'Biaya Pengiriman', and 'Kota'. The main content area is titled 'Kategori' and contains a 'Data Kategori' table. The table has columns for 'No', 'Nama kategori', and 'Option'. The data rows are: 1. BOLU, 2. ROTI, 3. TART, and 4. DONAT. Each row has a checkbox in the 'Option' column. A 'Tambah' button is located in the top right corner of the table. Below the table, there is a 'Showing 1 to 4 of 4 entries' message and pagination controls with 'Previous' and 'Next' buttons. The footer of the page includes 'Copyright © 2022' and contact information for J.I. Sutarni, Sidodadi, Kec. Kota Kisanan Barat, +62 838-7438-0409.

No	Nama kategori	Option
1	BOLU	<input checked="" type="checkbox"/>
2	ROTI	<input checked="" type="checkbox"/>
3	TART	<input checked="" type="checkbox"/>
4	DONAT	<input checked="" type="checkbox"/>

Gambar 6. Tampilan Halaman Katagori Produk

6. Tampilan Tambah Katagori

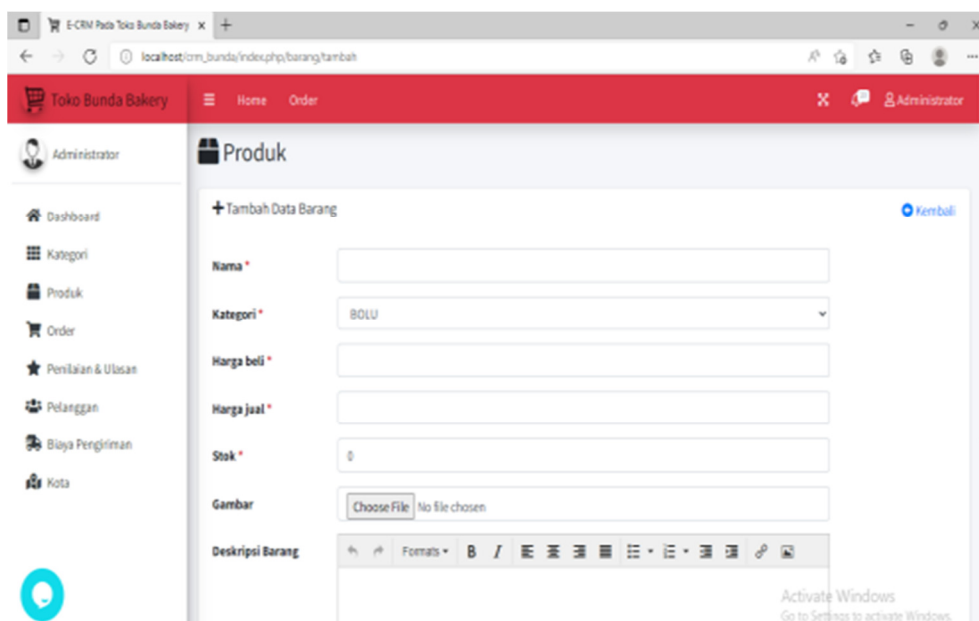
Halaman ini merupakan halaman untuk admin menambah data kategori produk, berikut tampilan halaman tambah kategori dapat dilihat pada gambar 7 berikut:



Gambar 7. Tampilan Tambah Katagori

7. Tampilan Halaman Tambah Produk

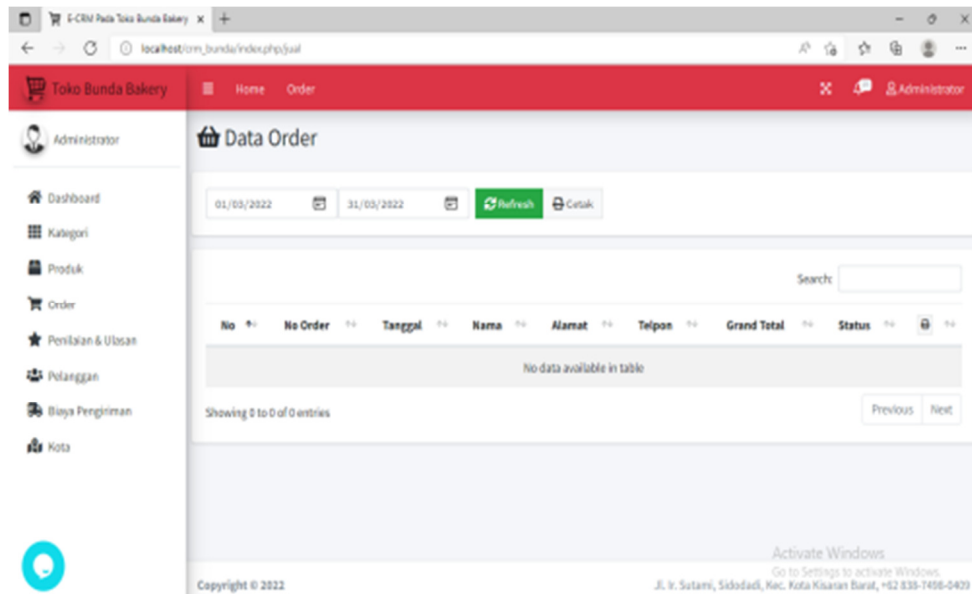
Halaman tambah produk merupakan halaman untuk menambahkan stok produk, harga jual, harga beli serta katagori. Berikut tampilan halaman tambah produk pada gambar 8:



Gambar 8. Tampilan Halaman Tambah Produk

8. Tampilan Halaman Order

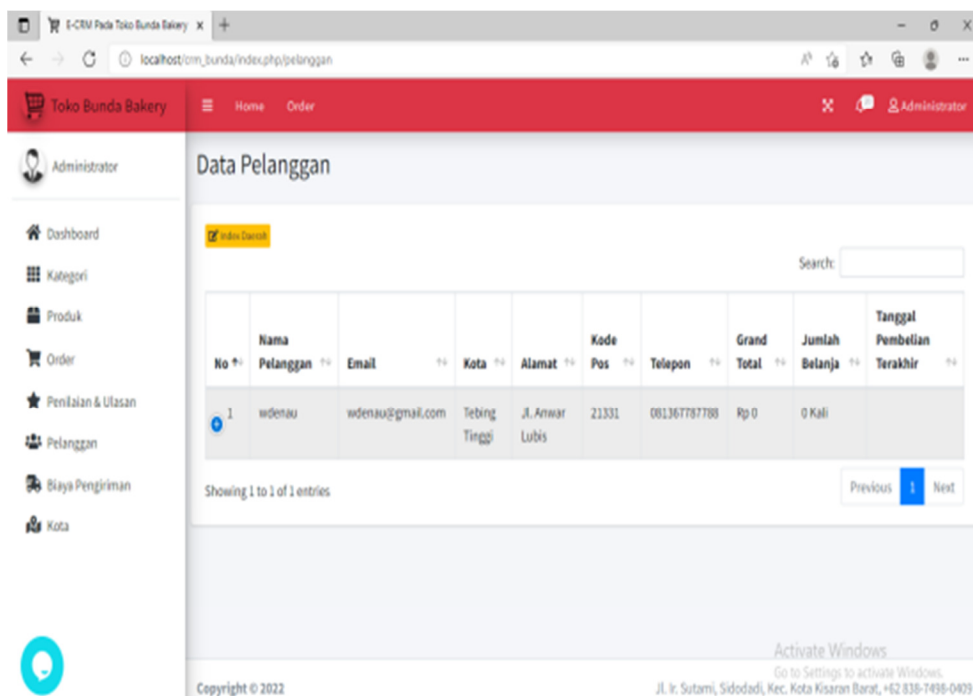
Halaman ini berisi halaman untuk mengolah data order, tampilan halaman order dapat dilihat pada gambar 9 berikut:



Gambar 9. Tampilan Halaman Order

9. Tampilan Data Pelanggan

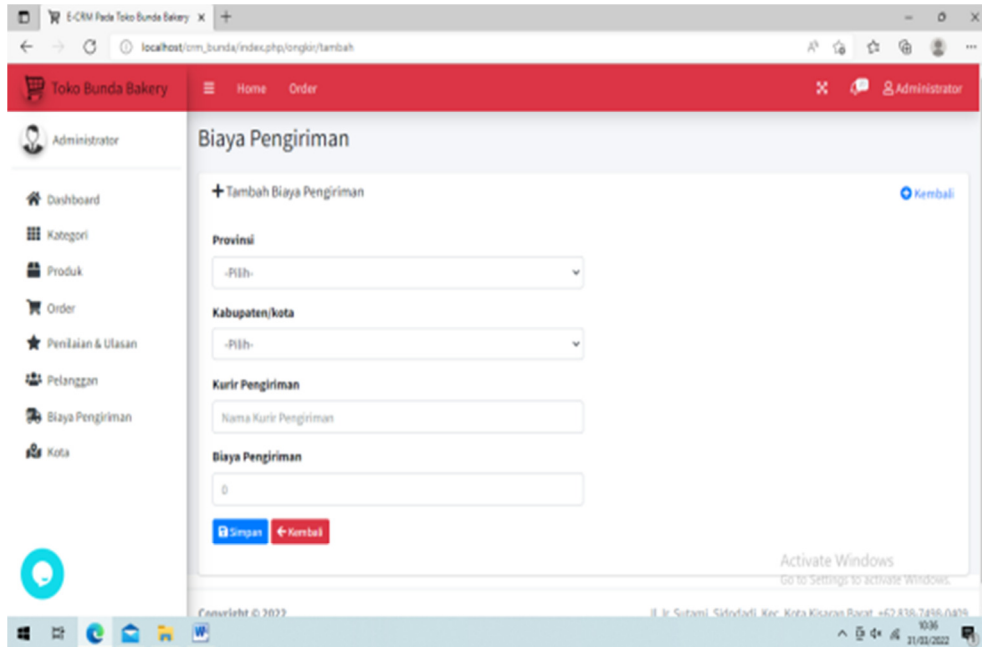
Tampilan ini berisi data pelanggan yang telah melakukan pembelian kue pada toko Bunda Bakery, jumlah kue yang di order dan grand totalnya yang dapat dilihat pada gambar 10:



Gambar 10. Tampilan Data Pelanggan

10. Tampilan Form Biaya Pengiriman

Saat ingin melakukan transaksi maka pelanggan dapat mengisi provinsi dan kabupaten/kota tempat tinggal dan biaya pengiriman akan tertera sesuai jarak lokasi yang telah dipilih, tampilan ini dapat dilihat pada gambar 11 dibawah:



Gambar 11. Tampilan Form Biaya Pengiriman

4. KESIMPULAN

Berdasarkan implementasi dan pengujian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan yaitu sistem yang dibangun dengan menggunakan metode CRM berbasis *web* dapat mempermudah pelanggan dalam melakukan pembelian dan mempermudah dalam melakukan suatu pemasaran. Sistem yang diterapkan dapat mempermudah Toko Bunda Bakery Kelurahan Sidodadi dalam meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan, sehingga pelanggan tetap mempercayai pembelian kue pada Toko Bunda Bakery.

5. SARAN

Adapun saran dari proses implementasi dan pengujian yang telah dilakukan, maka diharapkan sistem ini dapat diterapkan dan dipelajari secara mendalam, sehingga mendapatkan kemudahan dalam menggunakan sistem baru. Serta dapat memaksimalkan penggunaan CRM guna memperoleh informasi tentang pelanggan yang bertujuan meningkatkan mutu pelayanan dan dapat menambahkan sistem keamanan pada CRM untuk menghindari serangan *hacker*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Supriatna and H. Budianto, “*Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Gelora Mukti Sport Berbasis Web*,” *Nuansa Inform.*, Vol. 13, No. 2, p. 11, 2019, doi: 10.25134/nuansa.v13i2.1948.
- [2] Y. O. Siallagan *et al.*, “*Implementasi Customer Relationship Management (CRM) pada Toko Roti*,” Vol. 6, No. 1, pp. 6–13, 2020.
- [3] A. Muhazir, Y. Siagian, and I. Amelia, “*Pemanfaatan E-Commerce Untuk Meningkatkan Strategi (Studi Kasus Ud . Gambaro Putro Air Joman)*,” *Semin. Nas. R. 2018*, Vol. 9986, No. September, pp. 2–5, 2018.
- [4] M. S. Malawat, D. Harwini, N. Mulyani, and J. Hutahaeen, “*E - Commerce Penjualan Menggunakan Metode Customer Relationship Management (CRM)*,” *J. Mantik Penusa*, Vol. 2, No. 2, pp. 98–104, 2018.
- [5] M. S. Malawat, D. Harwini, N. Mulyani, and J. Hutahaeen, “*E-Commerce Penjualan Menggunakan Metode Customer Relationship Management (Crm)*,” *J. Mantik Penusa*, Vol. 2, No. 2, 2018.
- [6] E. Arita, I. Sovita, Faradika, and Idwar, “*E-Marketing Usaha Kue Bolu ‘Jihan’ Kota Payakumbuh*,” *Pros. PKM-CSR*, Vol. 1, pp. 19–21, 2018.
- [7] F. P. Evariyanti, N. M. Estiyanti, and S. Lavianto, “*Analisis Strategi E-Marketing Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Travel Agent Online mybaliwisata.com*,” *J. Appl. Informatics Comput.*, Vol. 3, No. 1, pp. 12–17, 2019, doi: 10.30871/jaic.v3i1.1154.
- [8] W. M. Kifti and W. Swaradana, “*Analisis Dan Perancangan E-Marketing Dengan Konsep Customer Relationship Manajemen (CRM) Teknik Pengumpulan Data : A . Observasi*,” *J. Sci. Soc. Res.*, Vol. 3, No. 1, pp. 57–63, 2020.
- [9] S. A. Putri and J. Tambotoh, “*Analisis dan Perancangan Aplikasi Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web pada Post Mode Fashion House Semarang*,” *J. Ilm. Fak. Teknol. Infromasi*, Vol. 1, No. 1, pp. 1–22, 2012.
- [10] I. P. A. E. Pratama, “*Sistem Informasi dan Implementasinya: Teori & Konsep Sistem Informasi Disertasi Berbagai Contoh Praktiknya Menggunakan Perangkat Lunak Open Source*,” 2019.