

IMPLEMENTATION OF A CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SYSTEM TO IMPROVE THE QUALITY OF SERVICES OF SIDODADI EMY OLSHOP STORE

Kiki Andriani¹, Neni Mulyani², Elly Rahayu³

^{1,2,3}Program Studi Sistem Informasi, STMIK Royal Kisaran, Indonesia
Email: ¹kikiandrianisilaen2125@gmail.com, ²neni.muliani@gmail.com, ³ellyrahayu68@gmail.com.

(Naskah masuk: 7 Maret 2022, Revisi: 14 Maret 2022, Diterbitkan: 25 April 2022)

Abstract

The development of information technology is currently very rapid by utilizing the internet as one of the factors of business success in conducting online-based fashion service and sales transactions. The sales system at the EMY Olshop store which is located at Jl Ir Sutami Sidodadi, Asahan Regency, North Sumatra 21211 needs to be improved, so that it can compete with other competitors who can provide good and satisfying service to every customer. To create customer satisfaction, EMY Olshop stores must recognize a desire from their customers through efforts to manage good relationships with customers. Customer Relationship Management is a system that can be developed with the aim of supporting the fashion business in order to create a close relationship with its customers, CRM also helps the EMY Olshop store to find out what customers need related to fashion and important information from the store. The results of this study can help the store in promoting fashion outside the region, maintain good relations with customers, get new customers, access the fashion offered by the EMY Olshop store. In addition, there is also a CRM such as discounts, live chat, comments, reviews and selection of address options that will make it easier for the store to sell various types of high-quality fashion according to customer needs and desires.

Keywords: CRM System, Fashion, PHP & Mysql

PENERAPAN SISTEM CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN TOKO EMY OLSHOP SIDODADI

Abstrak

Pada era globalisasi saat ini yang semakin maju, diikuti dengan majunya perkembangan sistem informasi, ilmu pengetahuan, dan teknologi mengakibatkan para pelaku bisnis berupaya untuk meningkatkan kualitas dan keunggulan mereka dengan mengerahkan seluruh potensi yang ada. Mereka dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengelola Toko EMY Olshopnya agar bisa berkembang dalam dunia usaha, serta dibutuhkan cara khusus agar para pembeli tidak pergi kepada pesaingnya. Perkembangan teknologi informasi saat ini sangat pesat dengan memanfaatkan internet sebagai salah satu faktor keberhasilan usaha dalam melakukan transaksi pelayanan dan penjualan *fashion* yang berbasis online. Sistem penjualan pada Toko EMY Olshop yang beralamat di Jl Ir Sutami Sidodadi, Kabupaten Asahan, Sumatera Utara 21211 perlu diperbaiki, agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya yang dapat memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan bagi setiap pelanggannya. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, Toko EMY Olshop harus mengenali suatu hal keinginan dari pelanggannya melalui upaya mengelola hubungan yang baik dengan pelanggan. *Customer Relationship Management* merupakan suatu sistem yang dapat dikembangkan dengan tujuan untuk menunjang usaha *fashion* agar terciptanya jalinan erat dengan para pelanggannya, CRM juga membantu pihak Toko EMY Olshop untuk mengetahui apa saja yang dibutuhkan pelanggan terkait *fashion* dan informasi penting dari pihak Toko. Hasil dari penelitian ini dapat membantu pihak Toko dalam mempromosikan *fashion* keluar daerah, menjaga hubungan baik dengan pelanggan, mendapatkan pelanggan baru, mengakses *fashion* yang ditawarkan oleh pihak Toko EMY Olshop. Selain itu, ada juga CRM seperti diskon, live chat, komentar, ulasan dan pemilihan option alamat akan memudahkan pihak toko dalam menjual berbagai macam jenis *fashion* dengan kualitas tinggi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Kata Kunci: Sistem CRM, Fashion, PHP & Mysql

1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini yang semakin maju, diikuti dengan majunya perkembangan sistem informasi, ilmu pengetahuan, dan teknologi mengakibatkan para pelaku bisnis berupaya untuk meningkatkan kualitas dan keunggulan mereka dengan mengerahkan seluruh potensi yang ada. Mereka dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengelola Toko EMY Olshop agar bisa berkembang dalam dunia usaha, serta dibutuhkan cara khusus agar para pembeli tidak pergi kepada pesaingnya. Dalam perkembangan dunia usaha, teknologi informasi sangat membantu dan dibutuhkan. Terutamanya internet, dengan internet usaha bisa maju dengan pesat seperti membantu dalam mempercepat kinerja, promosi, mengurangi biaya, dan meningkatkan penjualan dan juga sebagai sarana komunikasi dua arah antara toko dengan para pembeli.

Strategi pemasaran yang berbasis online pada umumnya menciptakan hubungan antara pihak toko dengan pelanggan lebih di kenal dengan istilah *Customer Relationship Management* (CRM) yaitu strategi tingkat korporasi yang berfokus pada pembangunan dan pemeliharaan hubungan dengan pelanggan[1].

Implementasi program *Customer Relationship Management* (CRM) diharapkan mampu membuat pelanggan menjadi setia kepada toko sehingga yang terjadi tidak hanya hubungan antara penjual dan pembeli, tetapi lebih mengarah kepada suatu hubungan mitra. Toko menjadi lebih memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan sehingga pelanggan enggan untuk berpaling kepada pesaing.

Kepuasan pelanggan ini sudah banyak dibicarakan oleh para bisnis, untuk memenuhi kepuasan pelanggan ini dengan memberikan cara yang mudah diantaranya yaitu bisa mengembangkan *Customer Relationship Management* (CRM) menjadi lebih luas sehingga dikenal dan dijadikan sebagai strategi untuk bisa meningkatkan keuntungan yang mampu dalam menciptakan peningkatan transaksi dalam suatu bisnis. tujuan menciptakan peningkatan keuntungan, pendapatan dan kepuasan pelanggan agar mencapai *Customer Relationship Management* (CRM) yang lebih bermanfaat bagi Toko EMY Olshop dengan menyediakan alat komputer dan teknologi serta cara-cara untuk mempromosikan hubungan antara pelanggan ke beberapa tahun yang akan datang.

Customer Relationship Management (CRM) telah berkembang dengan menjadi dekat dengan bisnis sehingga penting dalam bisnis. untuk membangun *Customer Relationship Management* (CRM) harus memiliki tiga komponen yaitu: pelanggan, hubungan dan proses manajemen *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan salah satu hal pembeda dalam suatu

pembisnis dengan memiliki beberapa sektor diantaranya suatu posisi pasar yang mempunyai organisasi dalam membutuhkan satu keunggulan dan mengembangkan bisnis dengan khas tersendiri untuk lebih meningkatkan penjualan dengan menarik pelanggan dan mempertahankannya. *Customer Relationship Management* (CRM) harus membutuhkan kapasitas keahlian softskill untuk memberikan tanggapan respon pada permintaan dalam satu keunggulan pasar dan mampu merubah kondisi pasar. prosos bisnis ini merupakan pusat dari *Customer Relationship Management* (CRM) dan pelanggan bagian dari proses bisnis. pelanggan juga bisa dikatakan sebagai bagian dari operasional Toko EMY Olshop yang mampu memperoleh keuntungan yang lebih besar dari persaingan yang sebelumnya. Dengan itu *Customer Relationship Management* (CRM) ini mampu meningkatkan kepuasan pelanggan serta mempertahankannya[2].

Customer Relationship Management (CRM) merupakan strategi komprehensif dari toko agar setiap dari daur hidup pelanggan itu bisa dimanfaatkan dengan optimal. *Customer Relationship Management* (CRM) merujuk pada *software* sistem yang membantu toko memperoleh dan menyimpan data pelanggannya serta melakukan hubungan dua arah, guna memperoleh kepuasan pelanggannya[3]. Pernyataan bahwa pembeli ialah raja memanglah benar, akan tetapi toko tidak bisa memberikan pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, karena pada kenyataannya tidak semua pelanggan memberikan keuntungan maksimal kepada toko. *Customer Relationship Management* (CRM) adalah salah satu sarana untuk menjalin hubungan yang berkelanjutan antara toko dengan para pelanggan. Saat ini banyak toko yang menggunakan *Customer Relationship Management* (CRM) untuk menjalin hubungan erat dengan pelanggan, dengan menggunakan *Customer Relationship Management* (CRM), toko akan mengetahui apa yang diharapkan dan diperlukan pelanggannya sehingga akan tercipta ikatan emosional yang mampu menciptakan hubungan bisnis yang erat dan terbuka serta komunikasi dua arah atau timbal balik di antara mereka, dengan demikian kesetiaan pelanggan bisa dipertahankan dan tidak mudah berpindah ke lain produk dan merek, terlebih produk dan merek toko pesaing.

Toko EMY Olshop Kisaran merupakan salah satu toko jasa yang bergerak dalam bidang penjualan bermacam jenis produk fashion seperti baju, celana, rok, tas dan aksesoris lainnya yang terletak di jl Ir Sutami Sidodadi, Kabupaten Asahan, Sumatera Utara 21211. Dengan ini dalam menentukan tindakan termasuk penentuan keputusan dalam melakukan pemasaran. Tujuan penelitian ini untuk menerapkan sebuah aplikasi berbasis web sebagai pemasaran produk serta

penjualan produk dan data pelanggan. Sistem yang akan dikembangkan menggunakan Sistem *Customer Relationship Management* (CRM) yaitu untuk mengembangkan produk, kegiatan pemasaran dan serta strategi komunikasi pemasaran. Berikut ini merupakan data penjualan Toko EMY Olshop:

Tabel 1.1. Data Penjualan Toko EMY Olshop

Bln	2018	2019	2020
Jan	8.655.000	4.200.000	8.655.000
Feb	5.403.000	3.235.000	8.280.000
Mar	7.585.000	4.635.000	8.060.000
Apr	7.485.000	3.825.000	5.805.000
Mei	9.305.000	5.127.000	7.455.000
Jun	8.280.000	4.715.000	5.603.000
Jul	9.605.000	5.200.000	6.545.000
Agu	8.560.000	6.320.000	7.085.000
Sep	6.205.000	3.843.000	5.127.000
Okt	8.700.000	5.535.000	8.700.000
Nov	7.640.000	3.475.000	7.045.000
Des	5.370.000	2.528.000	9.305.000
Total	92.793.000	52.638.000	87.665.000

Sumber : Toko EMY Olshop Sidodadi (2021)

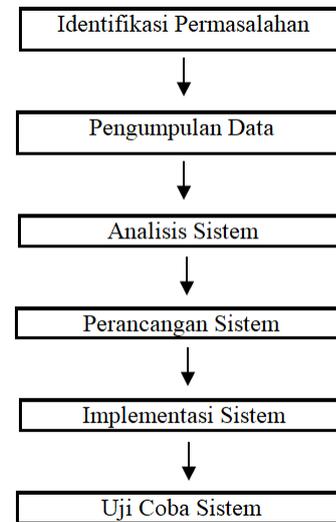
Dari tabel 1.1 terlihat bahwa terjadi perubahan penjualan yang cenderung mengalami naik turun. Dilihat dari total penjualan tahunan, pada akhir tahun 2018 Toko EMY Olshop mendapatkan penjualan sebesar Rp. 92.793.000 hingga akhir tahun 2019 mengalami penurunan penjualan menjadi Rp. 52.638.000 lalu pada akhir tahun 2020 mengalami kenaikan kembali, hal tersebut bisa dilihat pada pendapatan tiap bulan apabila dibandingkan dengan penjualan tahun-tahun sebelumnya cenderung mengalami penurunan. Berdasarkan wawancara dengan Saudara EMY selaku pemilik toko menyatakan bahwa penjualan di Toko EMY Olshop sedang mengalami penurunan pada masa covid-19 tetapi pada tahun 2020, penjualan mengalami peningkatan dari tahun 2019. Hal ini dikarenakan fashion kembali menjadi trend pada saat itu. Keputusan konsumen untuk membeli merupakan bentuk tanggapan dari konsumen terhadap barang maupun jasa yang dijual oleh toko atau Toko EMY Olshop. Harga, promosi, produk dan tempat atau lokasi menjadi faktor penting bagi sebuah toko atau Toko EMY Olshop untuk menang dalam persaingan usaha. Harga sangat berhubungan dengan nilai dasar dari persepsi konsumen. Harga bisa menciptakan suatu gambaran dan pengalaman bertransaksi, dan tentunya hal ini sangat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Promosi yaitu kegiatan ritel yang bertujuan untuk mendorong penjualan atau meningkatkan penjualan[4]

2. METODE PENELITIAN

2.1 Kerangka Kerja Penelitian

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode analisis dengan pendekatan terstruktur yang lengkap dengan (tools) dan teknik yang dibutuhkan

dalam sistem sehingga hasil analisis dari sistem yang dikembangkan menghasilkan sistem yang strukturnya bisa didefinisikan dengan baik dan jelas Kerangka kerja penelitian merupakan tahapan-tahapan yang jelas untuk melakukan langkah-langkah dalam penelitian serta bisa membantu dan mempermudah peneliti. Kerangka kerja yaitu tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penyelesaian masalah yang dibahas. Adapun kerangka kerja yang digunakan dalam peneliti sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Kerja Penelitian

2.1.1 Uraian Kerangka Kerja

Berdasarkan kerangka kerja penelitian yang telah digambarkan diatas, maka dapat diuraikan pembahasan masing-masing tahap dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalahnya ialah Toko EMY Olshop menjual berbagai jenis fashion secara manual sehingga belum dapat meningkatkan hasil penjualan dan pemasaran produk secara optimal, Belum adanya media komunikasi langsung atau online untuk mempromosikan Toko EMY Olshop kepada pelanggan lain dalam meningkatkan relasi pelanggan, Toko EMY Olshop mengalami kesulitan dalam pengecekan ketersediaan produk yang ada, Toko EMY Olshop mengalami kesulitan dalam memberikan informasi seputar harga, diskon, promo kepada pelanggan, Promosi hanya bisa dilakukan untuk pelanggan yang datang langsung ke Toko EMY Olshop.

2. Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan proses pengumpulan data dengan metode observasi, wawancara dan studi pustaka untuk melakukan pengamatan dan analisa terhadap proses penjualan yang terjadi pada Toko EMY Olshop untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan peneliti.

3. Analisis Sistem

Pada tahap ini dilakukan analisis sistem yang sedang berjalan dengan data yang diperoleh dari pengumpulan data. Dengan demikian, diharapkan peneliti dapat menemukan kendala-kendala dan permasalahan yang terjadi pada sistem dan memudahkan proses penjualan produk pakaian sehingga peneliti dapat mencari solusi dari permasalahan tersebut.

4. Perancangan Sistem

Tahap perancangan adalah tahap sebuah sistem penjualan produk fashion jadi yang telah direncanakan. Spesifikasi yang dibuat cukup rinci sehingga pada tahap implementasi tidak diperlukan keputusan baru dan menggunakan apa yang sudah ditentukan pada tahap perancangan, didalam perancangan sistem yang akan dirancang sesuai dengan tujuan Toko EMY Olshop sehingga dapat mengatasi permasalahan yang ada. Adapun Use Case Diagram, Sequence Diagram, Entity Relationship Diagram, data flow Chart, perancangan struktur menu, Perancangan layar, perancangan database.

5. Implementasi Sistem

Implementasi sistem dijelaskan tentang alur penggunaan aplikasi yang dirancang, apakah sistem yang dibuat dapat diterapkan oleh pihak Toko EMY Olshop dan aplikasi yang dibuat apakah sesuai dengan proses bisnis di Toko EMY Olshop. Didalam tahap ini juga dibahas bagaimana cara menggunakannya agar user dapat mengoptimalkan penggunaan dari sistem tersebut.

6. Uji Coba Sistem

Perlu dilakukan uji coba sistem untuk mengetahui apakah sistem yang dirancang tersebut sesuai dengan yang diharapkan atau tidak. Software pemrograman yang digunakan adalah PHP. Hasil yang didapatkan akan dievaluasi, apakah masalah yang dihadapi selama ini dapat diatasi atau tidak, sistem selesai dibuat dengan percobaan pada komputer user interface.

2.2 Metode Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan metode yang menuju terhadap pemahaman secara mendalam, seperti wawancara dan observasi. Penulis akan menganalisis data melalui cara terbuka yaitu mendapat data dari lapangan dengan detail. Metode penelitian yaitu suatu cara atau jalan untuk bisa memperoleh solusi terhadap segala permasalahan.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif yang lebih cenderung sifatnya deskriptif dan menggunakan analisis, selain itu landasan teori ini juga lebih bermanfaat

menekankan dalam memberikan pemahaman gambaran secara umum mendalam tentang terhadap latar penelitian suatu masalah.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

a. Observasi (*observation*)

Observasi adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis yang diteliti di tempat kejadian peristiwa yaitu Toko EMY Olshop.

b. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah proses tanya-jawab dalam penelitian yang bertujuan secara lisan dengan pihak Toko EMY Olshop dengan bettyum mengetahui proses manual penjualan produk *fashion* dari masalah dan, telah terjadi.

c. Studi Pustaka (*literature review*)

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dan informasi long melakukan kegiatan kepastakaan melalui *e-book, jurnal, peueintiar tecstaath* dan lain sebagainya yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

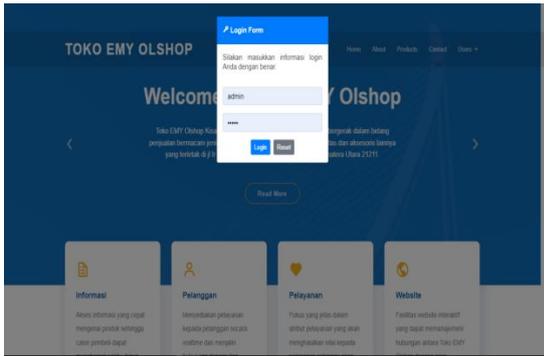
Implementasi adalah penerapan atau pelaksanaan sebuah aplikasi. Dalam implementasi sistem ini akan menampilkan implementasi rancangan antarmuka. Implementasi rancangan antarmuka ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu implementasi rancangan antarmuka user dan implementasi rancangan antarmuka admin. Implementasi antarmuka user terdiri atas beberapa menu pilihan antara lain menu home, About, cara pembelian, semua produk, keranjang belanja, faq dan login. Sedangkan pada implementasi rancangan antarmuka admin terdiri dari home, ganti password, About home online, katagori produk, produk, order, ongkos kirim, contact us, laporan dan logout.

Sebelum sistem ini dijalankan pada server internet, sistem ini akan dijalankan pada server komputer lokal dahulu. Aktifkan terlebih dahulu *Apache web server* lokal dan *MySQL database* sebelum menjalankan sistem yang telah dibuat. Jika keduanya sudah aktif maka jalankan aplikasi web browser, misalnya mozilla firefox atau browser lain. Pada *address web browser* ketik alamat seperti berikut: http://localhost/crm_nsh/

1. Halaman Login

Halaman login merupakan halaman untuk klarifikasi hak admin untuk masuk ke dalam pengolahan sistem. Admin yang mempunyai username dan password yang sah berhak untuk

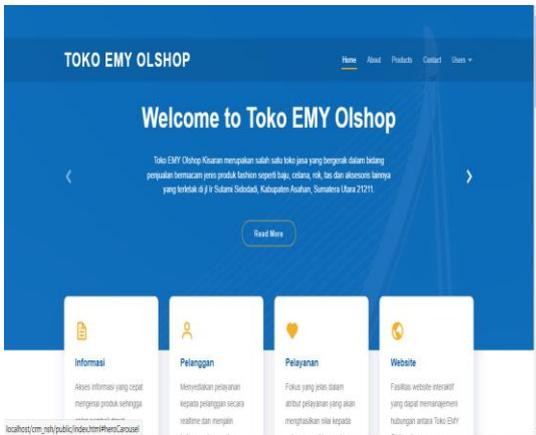
masuk ke dalam sistem melalui halaman login, berikut tampilan halaman login:



Gambar 1. Tampilan Login

2. Halaman Home

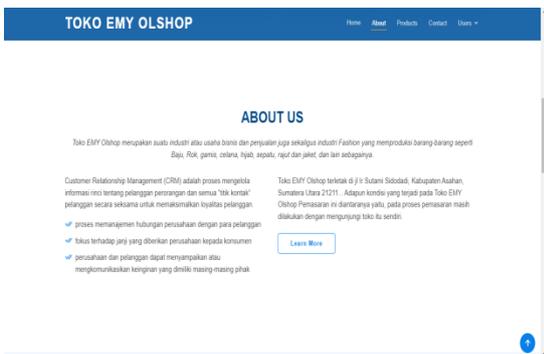
Halaman home merupakan halaman awal yang dijumpai setelah pengguna memasuki website Toko EMY Olshop Online, berikut tampilan halaman home



Gambar 2. Tampilan Halaman Home

3. Halaman About

Halaman About merupakan halaman yang berisikan informasi mengenai About Toko EMY Olshop. Berikut tampilan halaman About:



Gambar 3. Tampilan Halaman About

4. Halaman Semua Produk

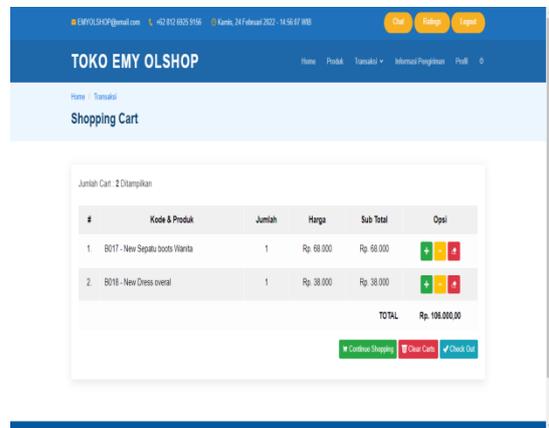
Halaman semua produk merupakan halaman yang berisikan daftar produk-produk yang ada di website Toko EMY Olshop. Berikut tampilan halaman semua produk:



Gambar 4. Tampilan Halaman Semua Produk

5. Halaman Keranjang Belanja

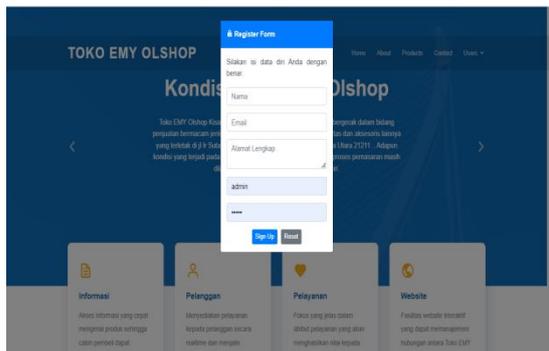
Halaman keranjang belanja merupakan halaman yang berisikan daftar produk-produk yang akan dibeli. Berikut tampilan halaman keranjang belanja:



Gambar 5. Tampilan Halaman Keranjang Belanja

6. Halaman Daftar Dan Login Pelanggan

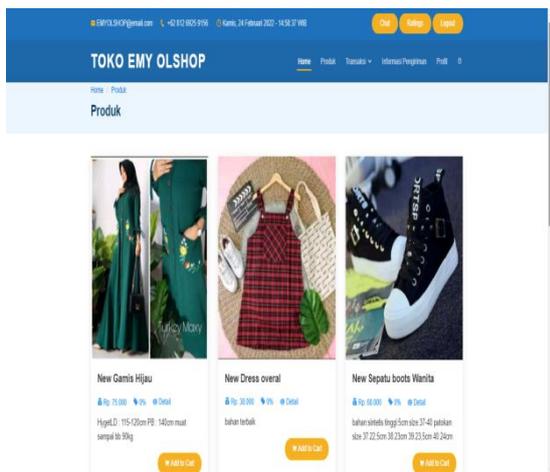
Saat calon pembeli sudah selesai berbelanja, maka akan masuk ke form pendaftaran Pelanggan dan login ketika selesai mendaftar. Berikut tampilan halaman daftar dan login Pelanggan:



Gambar 6. Tampilan Halaman Daftar Dan Login Pelanggan

7. Halaman Produk

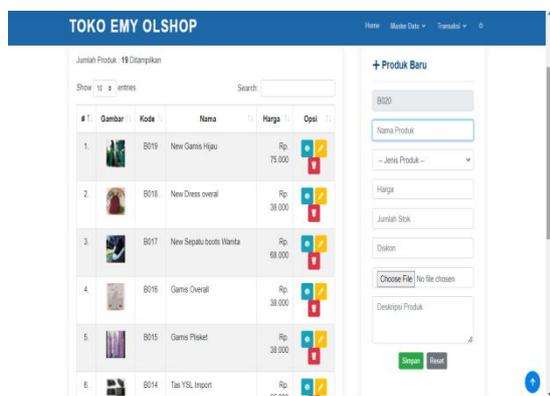
Halaman produk merupakan halaman untuk admin mengolah data produk, berikut tampilan halaman produk:



Gambar 7. Tampilan Halaman Produk

8. Halaman Tambah Produk

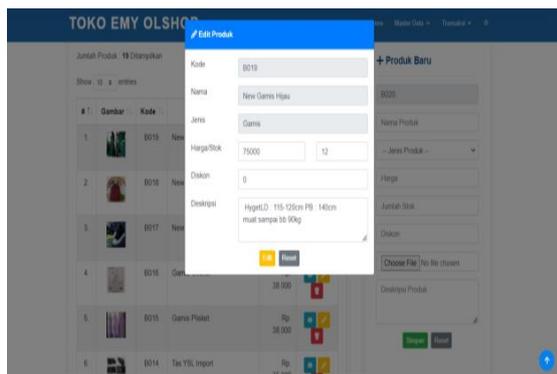
Halaman tambah produk merupakan halaman untuk menambah data produk, berikut tampilan halaman tambah produk:



Gambar 8. Tampilan Halaman Tambah Produk

9. Halaman Edit Produk

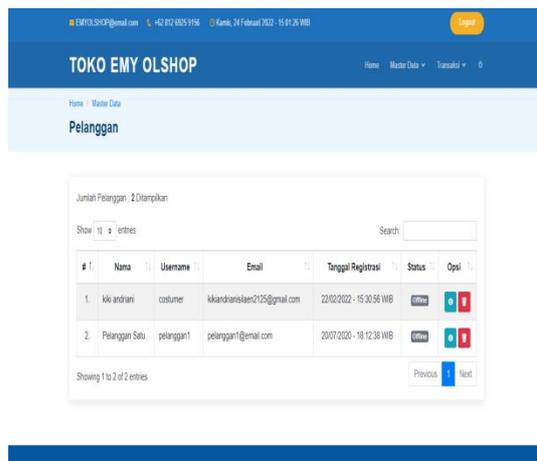
Halaman edit produk merupakan halaman untuk mengubah data produk, berikut tampilan halaman edit data produk:



Gambar 9. Tampilan Halaman Edit Produk

10. Halaman Order

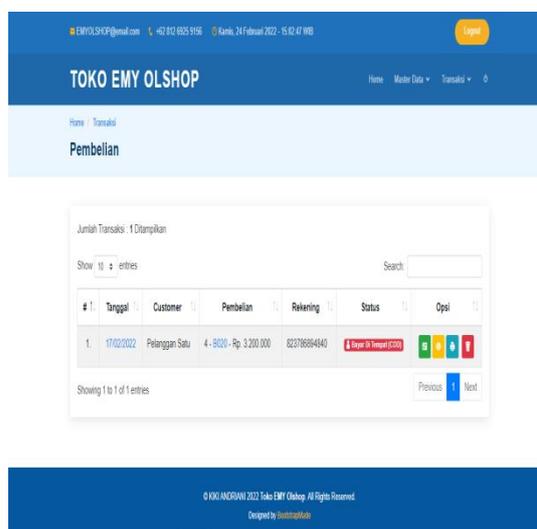
Halaman order merupakan halaman untuk mengolah data order, berikut tampilan halaman order:



Gambar 10. Tampilan Halaman Order

11. Halaman Laporan Order

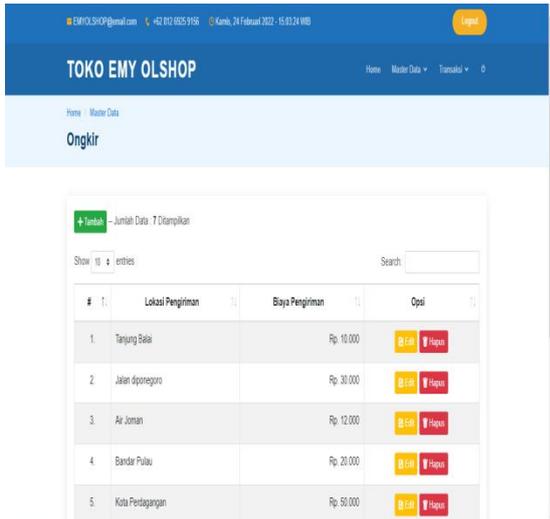
Halaman laporan order merupakan halaman untuk admin menginputkan tanggal laporan order untuk di proses, berikut tampilan halaman laporan order:



Gambar 11. Tampilan Halaman Laporan Order

12. Halaman Ongkos Kirim

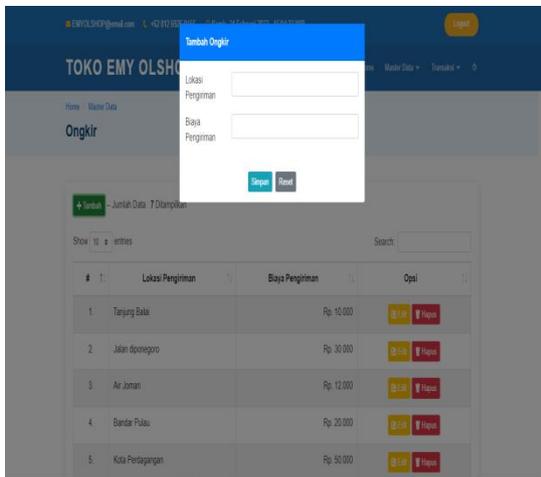
Halaman ongkos kirim merupakan halaman untuk admin mengolah data ongkos kirim, berikut tampilan halaman ongkos kirim:



Gambar 12. Tampilan Halaman Ongkos Kirim

13. Halaman Tambah Ongkos Kirim

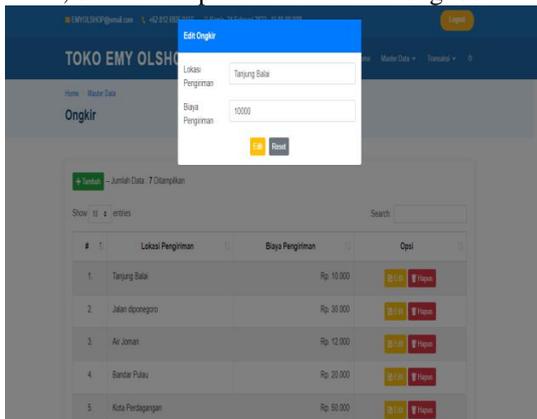
Halaman tambah ongkos kirim merupakan halaman untuk admin menambah data ongkos kirim, berikut tampilan halaman tambah ongkos kirim:



Gambar 13. Tampilan Halaman Tambah Ongkos Kirim

14. Halaman Edit Ongkos Kirim

Halaman edit ongkos kirim merupakan halaman untuk admin mengubah data ongkos kirim, berikut tampilan halaman edit ongkos kirim:



Gambar 14. Tampilan Halaman Edit Ongkos kirim

3.2 Pengujian Sistem

Proses implementasi sistem selesai, dihasilkan sebuah program sistem informasi yang siap digunakan. Sebelum itu diperlukan pengujian untuk menguji kemampuan dari program. Tujuan utama dari tahapan ini adalah untuk memastikan bahwa elemen dari sistem telah berfungsi sesuai dengan yang diharapkan. Apabila sistem yang telah dibuat masih dianggap kurang layak, maka harus dilakukan perbaikan agar sistem yang dibuat lengkap dan akurat. Sistem yang telah diperbaiki itu, akan diuji kembali sampai benar-benar siap untuk digunakan. Adapun pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pengujian Login

Pengujian yang dilakukan pada form login yaitu dengan melakukan input data sesuai form yang disediakan. Untuk lebih jelasnya dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1 Pengujian Login

Data Masukan	Proses Diharapkan	Pengamatan	Kesimpulan
Data Normal			
Memasukkan data username dan password secara lengkap	Dapat masuk kedalam sistem melewati form login	Proses berhasil sesuai yang diharapkan	Berjalan
Data kurang			
Tidak memasukkan salah satu data	Sistem menolak proses	Proses berhasil sesuai yang diharapkan	Berjalan
Data salah			
Masukkan data login salah	Sistem menolak proses	Proses berhasil sesuai yang diharapkan	Berjalan

2. Pengujian Input Data Produk

Pengujian yang dilakukan pada input data produk yaitu dengan mengisi data produk sesuai dengan form yang disediakan. Untuk lebih jelasnya dilihat pada table berikut:

Tabel 3.2 Pengujian Input Data Produk

Data Masukan	Proses Diharapkan	Pengamatan	Kesimpulan
Data Normal			
Memasukkan Data produk secara lengkap	Sistem menyimpan data masukan ke dalam database	Proses berhasil sesuai yang diharapkan	Berjalan
Data kurang			
Tidak mengisi form secara lengkap	Sistem menolak proses	Proses berhasil sesuai yang diharapkan	Berjalan

3. Pengujian Input Data Order

Pengujian yang dilakukan pada input data order yaitu dengan memasukkan data produk yang ingin dibeli di keranjang belanja. Untuk lebih jelasnya dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.3 Pengujian Input Data Order

Data Masukan	Proses Diharapkan	Pengamatan	Kesimpulan
Data Normal			
Memilih produk yang diorder	Sistem menyimpan data masukan ke dalam keranjang belanja	Proses berhasil sesuai yang diharapkan	Berjalan
Data kurang			
Tidak memilih produk	Sistem tidak menjalankan proses	Proses berhasil sesuai yang diharapkan	Berjalan

4. Pengujian Input Data Pelanggan

Pengujian yang dilakukan pada input data Pelanggan yaitu dengan memasukkan data Pelanggan pada form daftar Pelanggan. Untuk lebih jelasnya dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.4 Pengujian Input Data Pelanggan

Data Masukan	Proses Diharapkan	Pengamatan	Kesimpulan
Data Normal			
Memasukkan data Pelanggan	Sistem menyimpan data masukan ke dalam database	Proses berhasil sesuai yang diharapkan	Berjalan
Data kurang			
Tidak memasukkan data Pelanggan	Sistem menolak proses	Proses berhasil sesuai yang diharapkan	Berjalan

5. Pengujian Edit Data Produk

Pengujian yang dilakukan pada edit data produk yaitu dengan mengedit data produk. Untuk lebih jelasnya dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.5 Pengujian Edit Data Produk

Data Masukan	Proses Diharapkan	Pengamatan	Kesimpulan
Data Normal			
Mengedit data produk	Sistem mengubah data produk di database	Proses berhasil sesuai yang diharapkan	Berjalan
Data kurang			
Tidak mengedit data produk	Sistem tidak mengubah data produk di database	Proses berhasil sesuai yang diharapkan	Berjalan

6. Pengujian Hapus Data Produk

Pengujian yang dilakukan pada hapus data produk yaitu dengan mengklik link hapus jika ingin menghapus data produk. Untuk lebih jelasnya dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.6 Pengujian Hapus Data Produk

Data Masukan	Proses Diharapkan	Pengamatan	Kesimpulan
Data Normal			
Mengklik link Hapus pada form data produk	Sistem menghapus data produk di database	Proses berhasil sesuai yang diharapkan	Berjalan
Data kurang			
Tidak mengklik link hapus pada data produk	Sistem tidak menghapus data produk	Proses berhasil sesuai yang diharapkan	Berjalan

7. Pengujian Cetak Laporan

Pengujian yang dilakukan untuk mencetak laporan yaitu dengan memasukkan tanggal perperiode pada form cetak laporan. Untuk lebih jelasnya dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.7 Pengujian Cetak Laporan

Data Masukan	Proses Diharapkan	Pengamatan	Kesimpulan
Data Normal			
Memasukkan tanggal perperiode	Sistem menjalankan proses output	Proses berhasil sesuai yang diharapkan	Berjalan
Data kurang			
Tidak memasukkan tanggal	Sistem tidak menjalankan proses output	Proses berhasil sesuai yang diharapkan	Berjalan

3.3 Analisa Hasil

Contact us Dari hasil implementasi dan pengujian hasil dapat dijelaskan bahwa sistem yang dirancang pada Toko EMY Olshop merupakan sistem yang memberikan kemudahan kepada admin dalam proses pengolahan data, seperti penginputan data produk, dan pencetakan laporan. Begitu juga bagi konsumen, dapat memilih produk dan melakukan pemesanan produk secara cepat. Selain itu dengan adanya fasilitas, konsumen dapat dengan mudah mengajukan pertanyaan tentang produk dan memperoleh jawaban langsung dari admin atau customer servis, sehingga pembeli dengan mudah memperoleh informasi yang dibutuhkan.

4 Dasar Teori

4.1 Sistem Informasi

Pada pertama peradapan manusia ini sudah tergantung pada sistem informasi untuk melakukan komunikasi antara individu dengan individu yang lain dengan menggunakan berbagai alat komunikasi atau alat yang lainnya (hardware). Untuk melakukan sesuai arahan dan aturan maka pengolahan informasi (software) mempunyai suatu jaringan data yang disimpan. Sejak jaman era globalisasi dahulu perkembangan sistem informasi ini melalui alat pengolahan data yang dikelompokkan menjadi 4 (empat) bagian, yaitu

1. Peralatan manual, yaitu peralatan pengolahan data yang sangat sederhana, dan faktor terpenting dalam pemakaian alat tersebut menggunakan tenaga tangan manusia.
2. Peralatan Mekanik, yaitu peralatan yang sudah berbentuk mekanik yang digerakkan dengan tangan secara manual.
3. Peralatan Mekanik, Elektronik Peralatan mekanik yang digerakkan secara otomatis oleh motor elektronik.
4. Peralatan Elektronik, Peralatan yang bekerja secara elektronik

Secara sederhana, sistem informasi dipahami sebagai himpunan atau kumpulan dari kelompok orang-orang yang bekerja, prosedur-prosedur, dan sumber daya peralatan yang mengumpulkan data dan mengolah menjadi informasi, dan menyebarkan informasi dalam suatu kalangan masyarakat.

Maka dari itu sistem informasi ini bukan suatu hal yang baru melainkan suatu sarana yang bisa mengalami perubahan. Dengan cepatnya teknologi ini berkembang maka bisa munculnya suatu istilah baru dari sistem informasi ini yang berbasis komputer dimana bisa di gunakan sistem informasi sebagai sarana sumber komputer software dan hardware. Adanya teknologi komputer ini bisa membantu sistem informasi dalam menghasilkan suatu data yang lebih berkualitas, tepat, tepat waktu dan akurat.

4.2 Customer Relationship Management (CRM)

Customer Relationship Management (CRM) ialah jenis manajemen yang secara khusus membahas teori mengenai penanganan hubungan antara Toko EMY Olshop dengan pelanggannya, yang mana tujuannya untuk meningkatkan hubungan dengan tiap pelanggan demi mencapai pertumbuhan Toko EMY Olshop yang sehat[5].

4.3 Fitur-Fitur Customer Relationship Management (CRM)

Fitur *Customer Relationship Management* (CRM) yang tepat dapat memberikan informasi yang lebih efektif dan efisien sehingga berguna bagi pelanggan yang membutuhkannya. *Customer Relationship Management* (CRM) memiliki beberapa fitur yang mendukung dalam proses

pelayanan kepada pelanggan, antara lain Informasi layanan secara lengkap pada sistem sehingga pelanggan dapat mengetahui informasi secara transparan.

Berikut adalah fitur-fitur pada *Customer Relationship Management* (CRM) yaitu sebagai berikut:

1. Fitur cara belanja online seperti Informasi produk, Cara pemesanan, Alamat Toko EMY Olshop, Produk yang sesuai umur pengguna Kategori produk, Pilihan untuk pengiriman barang
2. Fitur Profil Toko EMY Olshop Informasi bisa di *Share link media sosial (facebook, twitter, dll)*
3. Fitur Form saran/kritik mengenai produk dan layanan Toko EMY Olshop
4. Fitur Keranjang belanja *Review* produk Kategori produk
5. Fitur Registrasi pelanggan Buku tamu Cara pembayaran
6. Fitur History transaksi
7. Fitur Pembayaran menggunakan *cash*, dan debit
8. Fitur *Chat box*[6].

4.4 Tujuan Customer Relationship Management (CRM)

Tujuan dari Implementasi Customer Relationship Management (CRM) pada Toko EMY Olshop yaitu:

1. Mengetahui kebutuhan pelanggan pada masa yang akan datang.
2. Membantu Toko EMY Olshop dalam meningkatkan pelayanan yang lebih baik yang dapat diberikan kepada pelanggan.
3. Mendapatkan pelanggan baru.
4. Mengetahui perbaikan yang diperlukan oleh Toko EMY Olshop dalam rangka memuaskan pelanggan.
5. Mampu menganalisa perilaku pelanggan.
6. Mengurangi biaya yang dikeluarkan dalam rangka mendapatkan pelanggan baru karena dengan CRM Toko EMY Olshop dapat menahan pelanggan lama untuk tetap loyal pada Toko EMY Olshop[7].

4.5 Kelebihan Customer Relationship Management (CRM)

1. Menjaga pelanggan yang sudah ada
2. Menarik pelanggan baru
3. Cross Selling: menjual produk lain yang mungkin dibutuhkan pelanggan berdasarkan pembeliannya.
4. Upgrading: menawarkan status pelanggan yang lebih tinggi (gold card vs. silver card).
5. Identifikasi kebiasaan pelanggan untuk menghindari penipuan
6. Mengurangi resiko operasional karena data pelanggan tersimpan dalam satu sistem.

7. Respon yang lebih cepat ke pelanggan
8. Meningkatkan efisiensi karena otomatisasi proses
9. Meningkatkan kemampuan melihat dan mendapatkan peluang[8].

4.6 Kekurangan *Customer Relationship Management (CRM)*

1. Kelebihan data pelanggan atau informasi tentang pelanggan tidak dikelola dengan benar sehingga bisa menyebabkan kegagalan proyek CRM.
2. Tidak ada sistem CRM datang dimuat dengan informasi pelanggan.
3. Implementasi CRM akan menyebabkan budaya perubahan dalam organisasi, terutama dikalangan staf[8].

4.7 Alat Bantu dalam Perancangan Sistem

4.7.1 Aliran Sistem Informasi (ASI)

ASI (Aliran Sistem Informasi) adalah bagan yang menunjukkan alir didalam prosedur suatu sistem didalam logika. Aliran sistem informasi juga dapat menampilkan urutan-urutan dari prosedur-prosedur yang ada didalam sistem serta menunjukkan apa-apa saja yang dikerjakan didalam sistem. Aliran sistem informasi merupakan alat yang digunakan dalam proses yang mana berguna untuk menunjukkan urutan dari prosedur-prosedur yang ada pada sistem.

Dengan demikian aliran sistem informasi adalah bagan yang menunjukkan arus pekerjaan yang terjadi secara keseluruhan dari sebuah sistem mulai dari input hingga menghasilkan sebuah output, baik dari sistem yang sedang berjalan maupun dari sistem yang akan dibangun[9].

4.7.2 *Unified Modeling Language (UML)*

Unified Modeling Language (UML) merupakan salah satu metode pemodelan visual yang digunakan dalam proses dan pembuatan sebuah software yang berorientasikan pada objek. UML merupakan sebuah standar penulisan atau semacam blue print dimana didalamnya termasuk sebuah bisnis proses, penulisan kelas-kelas dalam sebuah bahasa yang spesifik[10].

4.7.3 *Entity Relationship Diagram (ERD)*

ERD (*Entity Relationship Diagram*) adalah model teknik pembuktian yang menyatakan atau menggambarkan hubungan suatu model. Didalam hubungan ini tersebut dinyatakan yang utama dari ERD adalah menunjukkan objek data (*Entity*) dan hubungan (*Entity Relationship Diagram*), yang ada pada *Entity* berikutnya. Menurut Simarmata (2010:67), "*Entity Relationship Diagram (ERD)* adalah alat proses data utama dan akan membantu mengorganisasi data dalam suatu proyek ke dalam entitas-entitas dan menentukan hubungan antar entitas".

Proses memungkinkan analisis menghasilkan struktur basis data dapat disimpan dan diambil secara efisien. Simbol-simbol dalam ERD (*Entity Relationship Diagram*) adalah sebagai berikut:

- a. Entitas: suatu yang nyata atau abstrak yang mempunyai karakteristik dimana kita akan menyimpan data.
- b. Atribut: ciri umum semua atau sebagian besar instansi pada entitas tertentu.
- c. Relasi: hubungan alamiah yang terjadi antara satu atau lebih entitas.
- d. Link: garis penghubung atribut dengan kumpulan entitas dan kumpulan entitas dengan relasi[11].

4.8 Perangkat Lunak Yang Digunakan

4.8.1 *Web*

Website yaitu "sebuah sistem yang berkaitan dengan dokumen digunakan sebagai media untuk menampilkan teks, gambar, multimedia dan lainnya yang terhubung pada jaringan internet. Dari penjelasan tersebut, bisa disimpulkan website merupakan kumpulan halaman berisikan informasi-informasi yang dihubungkan oleh jaringan dan disimpan dalam sebuah web server[12].

Internet (*Interconnected Network*) yaitu jaringan komputer yang berhubungan antar jaringan secara global, internet bisa juga disebut jaringan alam suatu jaringan yang luas. Internet merupakan suatu rencana dari Departement Pertahanan Amerika Serikat (*US Departement of Defense*) pada serikat tahun 60-an. Diawali dari suatu proyek yang dinamakan *Advance Research Project Agency Network (ARPANET)*[13].

4.8.2 *PHP*

PHP atau kependekan dari *Hypertext Preprocessor* adalah salah satu bahasa pemrograman open source yang sangat cocok atau dikembangkan untuk pengembangan sebuah Web dan dapat diterapkan pada sebuah skrip HTML. *PHP* merupakan skrip yang digunakan di server, dimana kode yang menyusun program tidak perlu dipindahkan ke pemakai sehingga kerahasiaan kode bisa dilindungi. *PHP* didesain khusus untuk aplikasi web. *PHP* bisa diletakkan diantara bahasa HTML dan bahasa server-side, maka bahasa *PHP* akan diperbaiki di server, sehingga dikirimkan ke browser yaitu "hasil jadi" dalam bentuk HTML, dan kode *PHP* tidak akan terlihat *PHP*. *PHP* termasuk *Open Source Product*. *PHP* bisa berjalan di berbagai Web Server[13].

4.8.3 *XAMPP*

XAMPP yaitu aplikasi yang sangat digunakan untuk menjalankan suatu website berbasis *PHP* dan menggunakan pengolah data *MySQL* di komputer lokal. *XAMPP* berperan sebagai server web pada komputer lokal. *XAMPP* juga bisa disebut sebuah server virtual, yang dapat

membantu untuk melakukan preview sehingga mudah dimodifikasi website tanpa online atau terakses dengan internet[11].

4.8.4 Sublime Text

Sublime Text yaitu aplikasi editor untuk merubah suatu program agar terciptanya desain *web* atau sebuah aplikasi. Kegunaan dari aplikasi ini bisa dikembangkan lagi dengan menggunakan *sublime-packages*.

Bisa disimpulkan *sublime text* yaitu sebuah teks editor canggih yang sangat cocok untuk coding dan lain-lain. *Sublime text* mendukung berbagai bahasa pemrograman yang bisa menghadirkan fitur *syntaxhighlight*, bahasa pemrograman mendukung seperti; *PHP*, *HTML*, *CSS*, *C++*, *Ruby* dan lain sebagainya[14]

5. KESIMPULAN

Berdasarkan implementasi dan pengujian yang telah dilakukan selama membuat sistem ini, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam membangun sebuah sistem pada Toko EMY Olshop yang menggunakan metode *Customer Relationship Management (CRM)*,
2. Adanya implementasi metoda CRM ini seperti fitur diskon untuk produk yang ditawarkan ke pelanggan, komentar, ulasan dan live chat akan dapat membedakan pelanggan baru dengan pelanggan lama untuk dapat menjaga hubungan pelanggan dan meningkatkan kualitas layanan pada penjualan Toko EMY Olshop.
3. Sistem yang di bangun ini dapat digunakan untuk media promosi dalam cakupan yang lebih luas lagi seperti pelanggan yang berada pada luar kota dapat mengakses website dan melakukan pemesanan secara online.

DATAR PUSTAKA

- [1] F. Onna, Anatasha C, "Penerapan customer relationship management (CRM) sebagai upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan," *J. Adm. Bisnis*, vol. 15, no. 1, pp. 229–235, 2014, [Online]. Available: <http://jurnal.poltektriguna.ac.id/Volume4/encinci.pdf>.
- [2] A. D. Suhendra, R. D. Asworowati, and T. Ismawati, "No," *Akrab Juara*, vol. 5, no. 1, pp. 43–54, 2020, [Online]. Available: <http://www.akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/919>.
- [3] M. Visser and M. Fokkema, "Customer relationship management," *Digit. Mark. Fundam. From Strateg. to ROI*, pp. 427–470, 2021.
- [4] L. Belakang, "Bab I " no. 2504, pp. 1–9, 2015.
- [5] S. Tinggi, M. Informatika, and D. Komput, "SEMINAR PROPOSAL Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komput puter Royal."
- [6] E. Fuad, R. Ferdiana, and Selo, "Perancangan Fitur E-Commerce Berdasarkan Konsep Customer Relationship Management Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan," *Pros. SNATIF Ke-1*, pp. 259–266, 2014.
- [7] N. Sitohang, "Penerapan Customer Relationship Management Pada Sistem Informasi Penjualan (Studi Kasus Lavas Kopi Kisaran)," *Ready Star -2*, vol. 2, no. 1, pp. 224–234, 2019, [Online]. Available: <https://ptki.ac.id/jurnal/index.php/readystar/article/view/60>.
- [8] E. A. Wibowo, "CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DAN APLIKASINYA DALAM INDUSTRI MANUFAKTUR DAN JASA Edwin Agung Wibowo Fakultas Ekonomi, Universitas Riau Kepulauan Batam."
- [9] Indrajani, "Pengertian Flowchart," *It.Jurnal.Com*, pp. 5–22, 2011.
- [10] M Teguh Prihandoyo, "Unified Modeling Language (UML) Model Untuk Pengembangan Sistem Informasi Akademik Berbasis Web," *J. Inform. J. Pengemb. IT*, vol. 3, no. 1, pp. 126–129, 2018.
- [11] Debarun Chakraborty, "No Title," vol. IV, no. 2, pp. 14–16, 2016.
- [12] N. Gürbilek, "Pengertian HTML," *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2013.
- [13] Widyatama & Suprpty, "Bab II Landasan Teori," *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2018.
- [14] Autoridad Nacional del Servicio Civil, "No Title No Title No Title," *Angew. Chemie Int. Ed. 6(11)*, 951–952., pp. 2013–2015, 2021.