

## **APPLICATION OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TO INCREASE SALES AT UD ULONG PIAN**

Mutiara Putri Cendana<sup>\*1</sup>, Havid Syafwan<sup>2</sup>, Rohminatin<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Sistem Informasi, STMIK Royal Kisaran, Indonesia

Email: [mutiaraputricndn27@gmail.com](mailto:mutiaraputricndn27@gmail.com), [havid\\_syafwan@yahoo.com](mailto:havid_syafwan@yahoo.com), [rohminatin2019@gmail.com](mailto:rohminatin2019@gmail.com)

(Naskah masuk: 21 Maret 2022, Revisi: 25 Maret 2022, diterbitkan: 28 Juni 2022)

### **Abstract**

*The development of the business world has entered a new era, where more and more new companies and competing companies in the service, commerce, and manufacturing sectors. The higher the level of customer education, the indirectly the customer will be critical and careful in determining his choice. In this situation, the company should not only rely on the products produced, but the company must also establish a good relationship to every loyal customer then the customer will be loyal to the company. UD Ulong Pian is engaged in sales and services such as the sale of sewing or convection tools, fabrics, home décor equipment and the sale of café tents or tent making services in accordance with customer demand. The problem that occurs in UD Ulong Pian is, the sales process at UD Ulong Pian is still selling conventionally, there are no facilities that help customers to get information, convey assessments of products and also have difficulty in the process of processing and storing customer data that has made buying and selling transactions. This research leverages CRM features that aim to help UD Ulong Pian's service systems attract new customers and retain old customers and expand the sales system. The application is created using php and MySQL programming languages as a database server. With this system is expected to improve the marketing system, sales, service and utilization of Customer Relationship Management has a positive influence on customer loyalty so as to keep customers loyal to UD Ulong Pian.*

**Keywords:** *Customer Relationship Management, Customer Satisfaction, Sales, UD. Ulong Pian*

## **PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UD ULONG PIAN**

### **Abstrak**

Perkembangan dunia usaha sudah memasuki era baru, dimana semakin banyak perusahaan-perusahaan baru dan perusahaan-perusahaan pesaing di sektor jasa, dagang, maupun manufaktur. Semakin tinggi tingkat pendidikan pelanggan maka secara tidak langsung pelanggan akan menjadi kritis dan teliti dalam menentukan pilihannya. Dalam situasi seperti ini, perusahaan tidak boleh hanya mengandalkan produk yang dihasilkan, melainkan perusahaan juga harus menjalin hubungan baik kepada setiap pelanggan setianya maka pelanggan akan loyal kepada perusahaan. UD Ulong Pian bergerak pada bidang penjualan dan jasa seperti penjualan alat-alat jahit atau konveksi, bakal kain, perlengkapan dekorasi rumah dan penjualan tenda *cafe* atau jasa pembuatan tenda sesuai dengan permintaan pelanggan. Permasalahan yang terjadi pada UD Ulong Pian yaitu, proses penjualan pada UD Ulong Pian masih melakukan penjualan secara konvensional, belum adanya fasilitas yang membantu pelanggan pelanggan untuk mendapatkan informasi, menyampaikan penilaian terhadap produk dan juga mengalami kesulitan dalam proses pengolahan dan penyimpanan data pelanggan yang telah melakukan transaksi jual beli. Penelitian ini memanfaatkan fitur-fitur CRM yang bertujuan untuk membantu sistem pelayanan pada UD Ulong Pian untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama dan memperluas sistem penjualan. Aplikasi ini dibuat menggunakan bahasa pemrograman *PHP* dan *MySQL* sebagai *database server*. Dengan adanya sistem ini diharapkan dapat meningkatkan sistem pemasaran, penjualan, pelayanan dan pemanfaatan *Customer Relationship Management* memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sehingga membuat pelanggan tetap setia pada UD Ulong Pian.

**Kata kunci:** *Customer Relationship Management, Kepuasan Pelanggan, Penjualan, UD. Ulong Pian*

## 1. PENDAHULUAN

Era sistem informasi saat ini banyak perusahaan atau organisasi diberbagai bidang baik perdagangan ataupun jasa, yang menggunakan aplikasi *online* berbasis *web* sebagai sarana dalam usahanya untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Di bidang perdagangan hal ini sudah banyak digunakan, sebagai bagian dari strategi untuk menjangkau banyak konsumen yang lebih dikenal dengan istilah toko *online* (*e-commerce*).

Strategi pemasaran yang berbasis pada upaya menciptakan hubungan antara pihak perusahaan dengan pelanggan lebih dikenal dengan istilah *Customer Relationship Management (CRM)*. *Customer Relationship Management* adalah strategi atau filosofi yang memberikan visi bagi perusahaan untuk berurusan dengan pelanggan. Strategi manajemen hubungan pelanggan adalah memaksimalkan nilai hubungan. Dibutuhkan strategi dan proses holistik untuk keberhasilannya [1].

Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)*, diharapkan mampu membuat pelanggan menjadi setia kepada perusahaan sehingga hubungan yang terjadi tidak hanya hubungan antar penjual dan pembeli, tetapi lebih mengarah kesuatu hubungan mitra. Perusahaan menjadi lebih memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan sehingga pelanggan enggan untuk berpaling kepada pesaing.

UD Ulong Pian terletak di jalan Indra Sakti, Kecamatan Tanjungbalai Selatan, Kota Tanjungbalai, Sumatera Utara. UD ini bergerak pada bidang penjualan dan jasa seperti penjualan alat-alat jahit atau konveksi, bakal kain, perlengkapan dekorasi rumah dan penjualan tenda *cafe* atau jasa pembuatan tenda sesuai dengan permintaan pelanggan. UD Ulong Pian sudah berdiri dari tahun 1995 dan sudah memiliki banyak pelanggan tetap serta sudah melakukan pengiriman sampai ke luar kota. Adapun permasalahan yang terjadi pada UD Ulong Pian saat ini yaitu proses penjualan pada UD Ulong Pian masih melakukan penjualan secara konvensional, dimana transaksi jual beli masih dilakukan dengan mengunjungi langsung UD Ulong Pian dan jika melakukan pemesanan dari luar kota harus terlebih dahulu berlangganan di UD Ulong Pian, sehingga pemesanan hanya dilakukan lewat komunikasi via *handphone*.

Permasalahan lainnya yaitu pada proses pelayanan pelanggan tidak adanya fasilitas yang membantu mereka untuk mendapatkan informasi mengenai produk, harga, promo, diskon, *voucher* atau kupon pelanggan yang membuat pelanggan lebih tertarik. Tidak adanya fasilitas untuk menyampaikan penilaian dan ulasan pelanggan terhadap produk tersebut. UD Ulong Pian juga mengalami kesulitan dalam proses mengelola dan menyimpan data pelanggan yang telah melakukan transaksi jual beli. UD Ulong Pian juga ingin mengembangkan dalam hal pemasaran produk, agar dikenal oleh masyarakat luas.

Oleh karena itu dibutuhkan suatu sistem yang dapat mengatasi permasalahan yang ada. Dengan dibangunnya sistem yang komunikatif dan informatif serta mampu menyediakan segala kemudahan seperti informasi, promosi, penyediaan barang, transaksi penjualan serta sarana komunikasi yang terarah. Segala kemudahan ini ditujukan untuk memberikan kenyamanan pada pelanggan dalam berintraksi. Dengan kenyamanan ini pula pelanggan sebisa mungkin dapat dipertahankan serta dapat memberi informasi untuk menarik pelanggan lain sehingga dapat dihasilkan keuntungan yang besar. Aplikasi yang dibangun ini dapat menghubungkan antara perusahaan dan pelanggan, dengan menyediakan media alternatif komunikasi sehingga loyalitas pelanggan dapat terjaga.

Dengan menerapkan *Electronic Customer Relationship Management* pada UD Ulong Pian dapat dengan mudah menjalin hubungan dengan pelanggan baik pelanggan setia maupun pelanggan menarik pelanggan baru. Dimana UD Ulong Pian ini sudah memiliki berbagai jenis produk yang dijual. Dengan memanfaatkan E-CRM pada UD Ulong Pian maka UD Ulong Pian akan memberikan fasilitas fitur-fitur CRM seperti diskon produk, *cashback*, promo atau *voucher* belanja, penilaian atau ulasan serta media *chat* untuk komunikasi antara UD Ulong Pian dengan pelanggan, sehingga UD Ulong Pian dapat mengetahui apa yang diharapkan atau diinginkan oleh pelanggan. Sistem penjualan pada UD Ulong Pian masih menggunakan sistem konvensional. UD Ulong Pian masih kesulitan untuk mencari data pelanggan serta tingkat kepuasan pelanggan. Belum adanya fasilitas pelanggan untuk menyampaikan keluhan atau penilaian dan ulasan terhadap produk yang dijual UD Ulong Pian. Sistem dibuat hanya meliputi: pendaftaran akun, pemasaran produk, pemesanan produk, data stok, penilaian pelanggan, serta adanya keterangan tentang diskon dan *voucher* belanja, *cashback* untuk pelanggan. Sistem *Customer Relationship Management* ini berbasis *web*. Dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan *database MySQL* sebagai *database server*. Notifikasi yang disediakan berupa media *chat*, diskon produk, *cashback*, dan *voucher* belanja untuk pelanggan. Untuk merancang dan membuat aplikasi *Customer Relationship Management (CRM)* berbasis *web* untuk pemasaran, penjualan dan pelayanan pelanggan pada UD Ulong Pian. Dapat menerapkan dan memanfaatkan aplikasi *Customer Relationship Management (CRM)* pada UD Ulong Pian. Dapat mempermudah pelanggan dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan penjual melalui media *website* yang disediakan oleh UD Ulong Pian. Dapat sebagai sarana untuk mempererat hubungan yang positif antara UD Ulong Pian dengan STMIK Royal Kisaran.

### 1.1 Customer Relationship Management(CRM)

*Customer Relationship Management* adalah seluruh proses dalam membangun dan menjaga hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan melalui pengantaran nilai (*value*) dan kepuasan (*satisfaction*) yang tinggi bagi pelanggan. Ini mencakup seluruh aspek dalam mendapatkan, menjaga, dan meningkatkan jumlah pelanggan. *Customer Relationship Management* adalah sebuah proses yang meliputi semua aspek dalam mengidentifikasi pelanggan, menciptakan pengetahuan tentang pelanggan, membangun hubungan dengan pelanggan, dan membentuk pendapat pelanggan tentang organisasi dan produknya. Di dalam definisi ini tidak dibahas mengenai peran teknologi dalam *Customer Relationship Management*. Definisi ini lebih memperhatikan pelanggan dan sasaran yang ingin diraih (*vis-a-vis the customer*) [2]

### 1.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Sedangkan Lupiyoadi dan Hamdani mengatakan kualitas pelayanan adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan. Kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian [6].

### 1.3 Indikator Kepuasan Pelanggan

Pengukuran kepuasan konsumen sangatlah penting untuk dilakukan karena memberikan informasi bermanfaat bagi perusahaan, pemegang saham, investor, pemerintah dan konsumen. Ada enam indikator kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan
2. Dimensi kepuasan pelanggan
3. Konfirmasi harapan
4. Minat pembelian ulang
5. Kesiediaan untuk merekomendasikan ketidakpuasan pelanggan [6].

### 1.4 Hubungan Antara CRM dan Loyalitas Pelanggan

Perusahaan diharuskan mampu untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya. Perusahaan diharuskan mampu untuk memahami apa yang diinginkan pelanggannya. *Customer Relationship Management* adalah alat bantu dalam berkomunikasi, pelanggan pada dasarnya ingin diperlakukan secara berbeda, karena pelayanan yang memuaskan akan membuat pelanggan menjadi loyal. Inti dari *Customer Relationship Management* bukan hanya melayani, akan tetapi karena perusahaan memiliki data

konsumen, maka perusahaan harus melayani dengan lebih baik, sehingga pelanggan akan menjadi loyal.

### 1.5 Analisis Sitem Informasi

Aliran sistem informasi berguna mengetahui permasalahan yang ada pada suatu sistem. Dari analisis sistem informasi dapat diketahui apakah sistem informasi masih layak dipakai atau tidak, manual atau berkomputerisasi. Jika sistem informasi sudah tidak layak maka perlu adanya perubahan dalam pengolahan data sehingga menghasilkan informasi cepat dan akurat serta keputusan yang lebih baik [16].

### 1.6 Pemodelan Berorientasi Objek Menggunakan UML

Pada perkembangan teknik pemrograman berorientasi objek, muncullah sebuah standarisasi bahasa pemodelan untuk pembangunan perangkat lunak yang dibangun dengan menggunakan teknik pemrograman berorientasi objek, yaitu *Unified Modeling Language* (UML). UML merupakan bahasa *visual* untuk pemodelan dan komunikasi mengenai sebuah sistem dengan menggunakan diagram dan teks-teks pendukung.

### 1.7 PHP

*PHP* merupakan bahasa pemrograman yang difungsikan untuk membangun suatu website dinamis, *PHP* menyatu dengan kode *HTML*, maksudnya adalah beda kondisi, *HTML* digunakan sebagai pembangun atau pondasi dari kerangka *layout web* sedangkan *PHP* difungsikan sebagai prosesnya [12].

*Hypertext Preprocessor (PHP)* adalah bahasa *server-side scripting* yang menyatu dengan *HTML* untuk membuat halaman *web* yang dinamis. *PHP* banyak dipakai untuk pemrograman situs *WEB* dinamis. Karena *PHP* merupakan *server-side scripting* maka sintaks dan perintah-perintah *PHP* akan dieksekusi di *server* kemudian hasilnya dikirim ke *browser* dalam format *HTML*. Dengan demikian kode program yang ditulis dalam *PHP* tidak akan terlihat oleh *user* sehingga keamanan halaman *web* lebih terjamin. *PHP* dirancang untuk membentuk satu tampilan berdasarkan permintaan terkini, seperti menampilkan isi basis data ke halaman *web* [13]

### 1.8 XAMPP

*XAMPP* merupakan aplikasi yang mengintegrasikan beberapa aplikasi utama *web* di dalamnya. Dalam *XAMPP* terdapat instalasi modul *PHP*, *MySQL*, *webserver Apache* [12].

### 1.9 Sublime Text

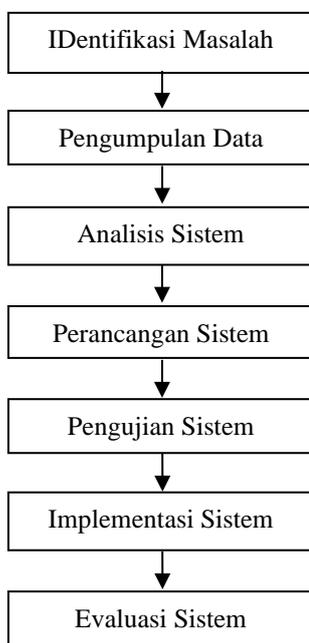
*Sublime Text* adalah aplikasi editor untuk kode dan teks yang dapat berjalan di berbagai platform operating system dengan menggunakan teknologi Python API. Terciptanya aplikasi ini terinspirasi dari

aplikasi Vim. Aplikasi ini sangatlah fleksibel dan powerfull. Fungsionalitas dari aplikasi ini dapat dikembangkan dengan menggunakan sublime-packages. Sublime Text bukanlah aplikasi open source, yang artinya aplikasi ini membutuhkan lisensi (license) yang harus dibeli. Akan tetapi beberapa fitur pengembangan fungsionalitas (packages) dari aplikasi ini merupakan hasil dari temuan dan mendapat dukungan penuh dari komunitas serta memiliki linsensi (license) aplikasi gratis [12]

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Kerangka Kerja Penelitian

Adapun kerangka kerja yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Kerja Penelitian

### 2.2 Uraian Kerangka Kerja

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

#### 1. Identifikasi Masalah

Pada tahapan ini dilakukan identifikasi masalah untuk mengetahui suatu proses permasalahan yang terdapat pada UD Ulong Pian.

#### 2. Pengumpulan Data

Tahap ini dilakukan proses pengumpulan data dengan metode wawancara dan observasi untuk melakukan pengamatan dan analisa terhadap sistem pemasaran dan pelayanan pada UD Ulong Pian.

#### 3. Analisis Sistem

Pada tahap ini dilakukan identifikasi masalah pada sistem yang sedang berjalan. Dengan demikian, diharapkan peneliti dapat menemukan kendala-kendala dan permasalahan yang terjadi

pada sistem pemasaran dan pelayanan pada UD Ulong Pian, sehingga peneliti dapat mencari solusi dari permasalahan tersebut.

#### 4. Perancangan / Pengembangan Sistem

Pada tahap ini untuk merancang *output*, *input*, struktur *file*, program, prosedur, perangkat keras dan perangkat lunak yang diperlukan untuk mendukung sistem informasi.

#### 5. Pengujian

Tahap ini mengarahkan pengujian untuk menemukan kesalahan-kesalahan dan memastikan bahwa *input* yang dibatasi akan memberikan hasil aktual yang sesuai dengan hasil yang dibutuhkan.

#### 6. Implementasi

Prosedur yang dilakukan untuk menyelesaikan desain yang ada dalam dokumen desain sistem yang disetujui dan menguji, menginstal, memulai, serta menggunakan sistem yang baru atau sistem yang diperbaiki.

#### 7. Evaluasi

Evaluasi digunakan untuk melihat apakah hasil rancangan dengan proses uji coba sistem yang telah dibuat sesuai dengan permintaan pengguna (*user*).

### 2.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yaitu metode yang membahas masalah dengan memaparkan, menafsirkan dan menulis suatu keadaan atau peristiwa kemudian dianalisis serta mengambil kesimpulan umum dari permasalahan yang dibahas, atau suatu bentuk penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan melukiskan mengenai fakta-fakta atau keadaan yang terdapat di dalam UD Ulong Pian.

Sistem ini dirancang dengan menerapkan teori-teori yang berhubungan dengan Customer Relationship Management serta menerapkan tinjauan penelitian dari penelitian-penelitian terdahulu untuk melengkapi perancangan sistem tersebut. Dalam merancang sistem ini, penulis menggunakan bahasa pemrograman PHP dan MySQL sebagai database server.

Penerapan Customer Relationship Management (CRM) yang diterapkan oleh UD Ulong Pian bukan hanya bertujuan untuk mempertahankan para pelanggan lama saja, namun juga untuk menarik para calon pelanggan baru sehingga nantinya UD Ulong Pian dikenal masyarakat luas.

### 2.4 Teknik Pengumpulan Data

Valid atau tidaknya suatu penelitian tergantung pada jenis pengumpulan data yang dipergunakan untuk pemilihan metode yang tepat sesuai dengan jenis dan sumber data yang dalam penelitian. Teknik pengumpulan data adalah upaya untuk mengamati variabel yang diteliti. Teknik pengumpulan data

dalam penulisan penelitian ini dilakukan dengan tiga cara yaitu *interview*, *observation* dan studi pustaka.

#### 1. *Interview* (Wawancara)

Metode wawancara dilakukan dengan cara melakukan wawancara ke bagian pihak terkait mengenai hal yang berkaitan dengan informasi objek dimana penulis mengadakan penelitian.

#### 2. *Observation* (Pengamatan)

Metode ini dilaksanakan untuk mengumpulkan data dan informasi dengan cara meninjau dan melakukan pengamatan secara langsung ke UD Ulong Pian.

#### 3. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan mencari sumber-sumber pustaka dalam mendukung penelitian dan memberikan informasi yang memadai untuk menyelesaikan penelitian ini.

### 2.5 Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di UD Ulong Pian yang berada di yang berlokasi di jalan Indra Sakti, Kecamatan Tanjungbalai Selatan, Kota Tanjungbalai, Sumatera Utara. Lokasi tersebut dipilih karena memiliki semua aspek pendukung agar peneliti dapat berjalan dengan baik.

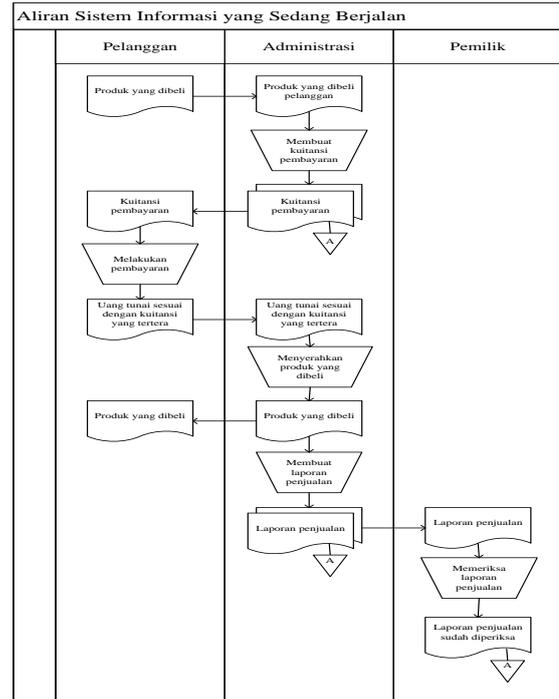
## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Analisa Sistem

#### 3.1.1 Analisa Prosedur sedang Berjalan

Analisa prosedur sedang berjalan adalah proses sistem yang menggambarkan sistem kerja yang pada saat ini diterapkan oleh UD Ulong Pian. Adapun analisis prosedur yang sedang berjalan adalah:

1. Pelanggan memilih produk yang dibeli kemudian menyerahkannya kepada bagian administrasi.
2. Bagian administrasi kemudian membuat kuitansi sesuai dengan produk yang dibeli sebanyak dua rangkap, satu rangkap diserahkan kepada pelanggan dan satu rangkap lagi diarsipkan.
3. Setelah itu pelanggan membayar sesuai dengan jumlah di kuitansi tersebut lalu bagian administrasi menyerahkan produk yang telah dibeli kepada pelanggan.
4. Bagian administrasi kemudian membuat laporan penjualan sebanyak dua rangkap, satu rangkap untuk diarsipkan dan satu rangkap lagi diserahkan kepada pemilik.
5. Pemilik memeriksa laporan penjualan tersebut dan diarsipkan.

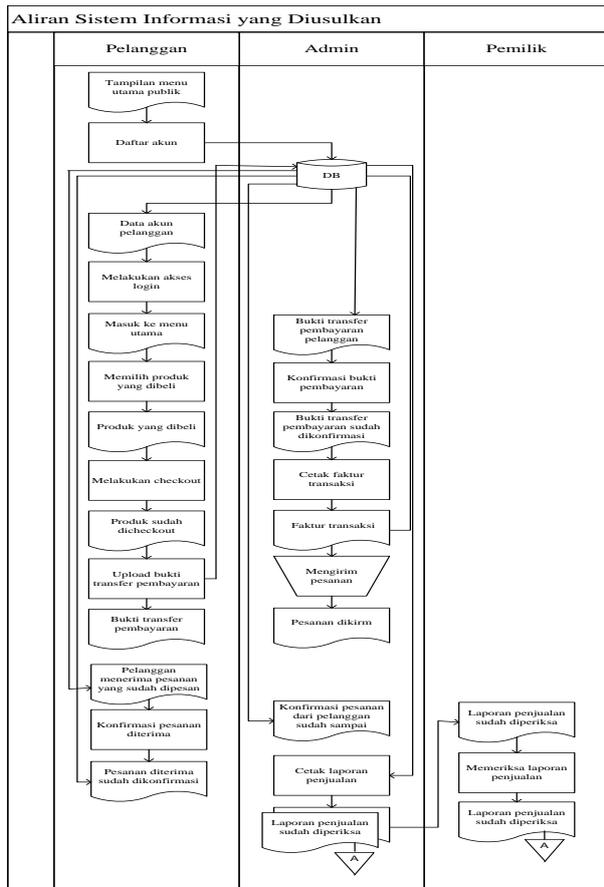


Gambar 2. Aliran Sistem Informasi yang Sedang Berjalan

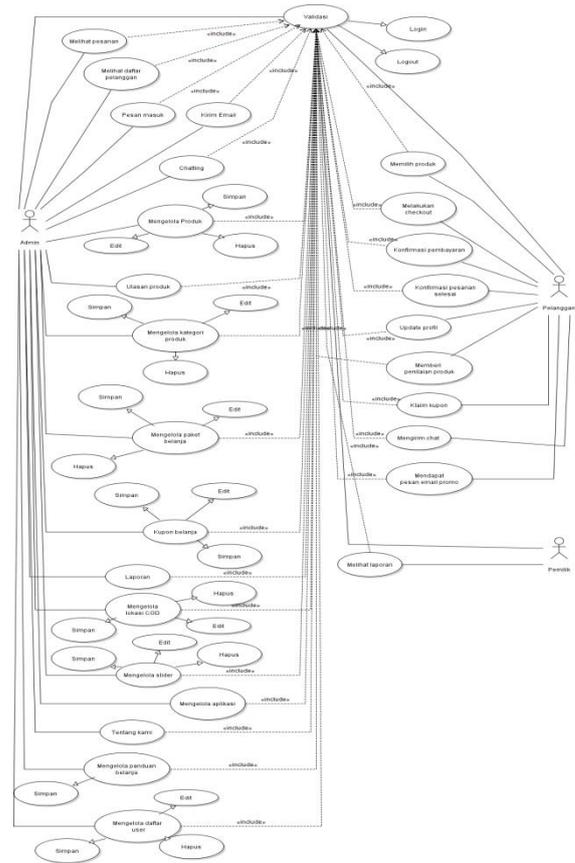
#### 3.1.2 Analis Sistem Yang Diusulkan

Berikut ini Analisa sistem yang diusulkan pada UD Ulong Pian :

1. Pelanggan mendaftar akun dan data tersebut tersimpan ke dalam *database*.
2. Pelanggan kemudian melakukan akses *login* dan masuk ke menu utama pelanggan,
3. Kemudian pelanggan memilih produk yang akan dibeli, setelah dipilih pelanggan melakukan *checkout*.
4. Lalu pelanggan mengupload pembayaran bukti transfer ke dalam *website* tersebut.
5. Bagian admin akan mengkonfirmasi bukti transfer tersebut, jika sudah dikonfirmasi maka bagian admin akan mencetak faktur transaksi, kemudian mengirim pesan pelanggan.
6. Setelah pesanan produk sudah sampai maka pelanggan mengkonfirmasi pesanan diterima dan pelanggan memberi *rating* produk tersebut.
7. Bagian admin akan melihat konfirmasi pesanan yang sudah sampai dari pelanggan.
8. Bagian admin kemudian mencetak laporan penjualan sebanyak dua rangkap, satu rangkap untuk diarsipkan dan satu rangkap untuk diserahkan kepada pemilik.
9. Setelah itu pemilik memeriksa laporan penjualan yang diserahkan admin, kemudian diarsipkan.



Gambar 3. Aliran Sistem Informasi yang Diusulkan



Gambar 4. Usecase Diagram

### 3.2 Perancangan UML

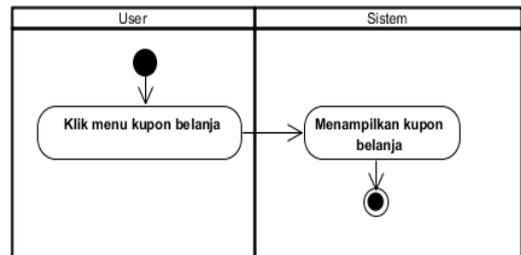
Berikut adalah deskripsi pendefinisian aktor pada UD Ulong Pian :

Tabel 1. Deskripsi Aktor

No	Aktor	Deskripsi
1	Karyawan / Admin	Admin adalah orang yang dapat <i>login</i> ke sistem dan memiliki hak akses untuk melakukan operasi pengolahan data produk, kategori produk, pesanan, pelanggan, pembelian, paket belanja, kupon belanja, mengirim <i>email</i> , konfirmasi pembayaran, <i>user</i> , lokasi <i>cod</i> , <i>slider</i> , laporan.
2	Pelanggan	Pelanggan adalah orang yang dapat <i>login</i> ke sistem dan memiliki hak akses untuk melakukan operasi pembelian secara <i>online</i> .
3	Pemilik	Pemilik adalah orang yang dapat <i>login</i> ke sistem dan memiliki hak akses untuk melihat laporan-laporan.

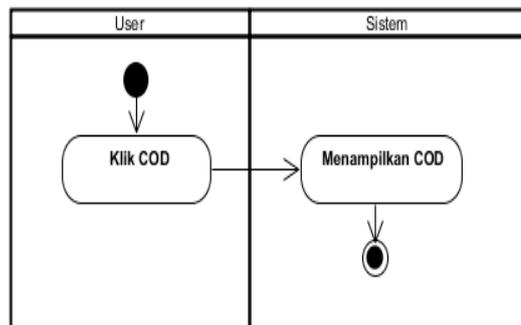
Harga *reseller* yaitu proses pemesanan produk yang minimal belanja satu lusin atau 12 pcs produk yang dipesan oleh pelanggan. Potongan ongkir yaitu potongan biaya ongkir yang diberikan UD Ulong Pian, jika pemesanan melebihi nominal rupiah atau nominal yang sama yang sudah ditentukan oleh admin. Gratis ongkir yaitu biaya ongkir yang ditanggung UD Ulong Pian untuk pelanggan baru dan minimal melebihi nominal rupiah atau nominal yang sama yang sudah ditentukan oleh admin.

#### 1. Activity Diagram Melihat Kupon Belanja



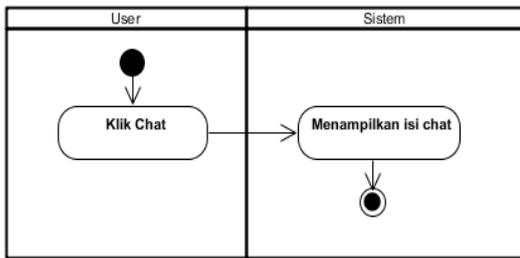
Gambar 5. Activity Diagram Melihat Kupon Belanja

#### 2. Activity Diagram Melihat COD



Gambar 6. Activity Diagram Melihat COD

3. Activity Diagram Melihat Chat



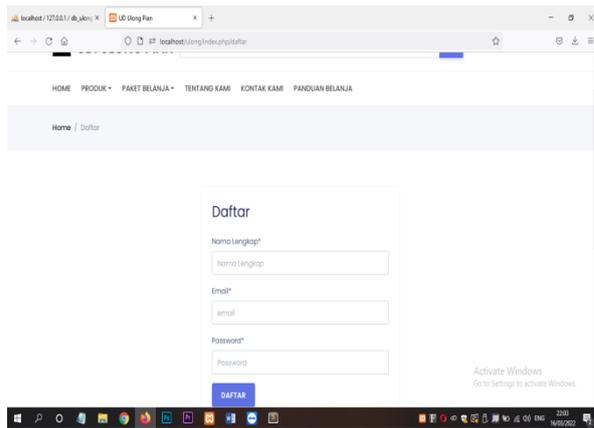
Gambar 7. Activity Diagram Melihat Chat

3.3 Implementasi

Setelah dilakukan perancangan sistem, maka tahap selanjutnya adalah pengimplementasian. Tujuan dari implementasi sistem adalah untuk menerapkan sistem agar dapat dioperasikan secara optimal sesuai dengan kebutuhan proses.

1. Menu Daftar Akun

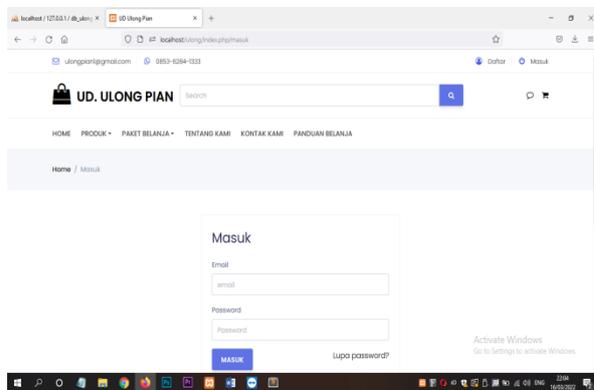
Pelanggan yang ingin memiliki akun untuk bisa login, harus melakukan pendaftaran akun terlebih dahulu.



Gambar 8. Menu Daftar Akun

2) Menu Login Pelanggan

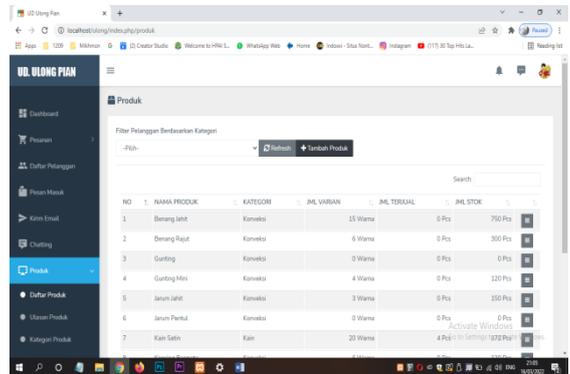
Halaman form login digunakan untuk bisa masuk ke sistem pelanggan.



Gambar 9. Menu Login Pelanggan

3) Tampilan Data Produk

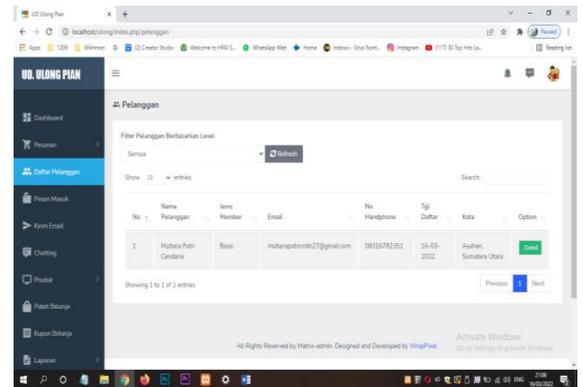
Halaman ini menampilkan data produk yang telah diinputkan.



Gambar 10. Tampilan Data Produk.

4) Tampilan Data Pelanggan

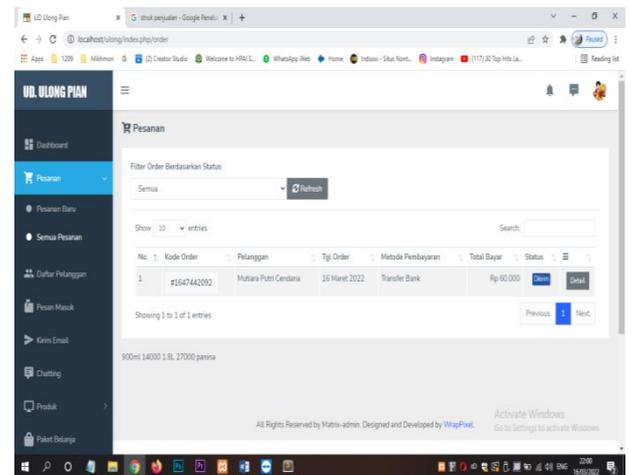
Halaman ini menampilkan data pelanggan.



Gambar 11. Tampilan Data Pelanggan

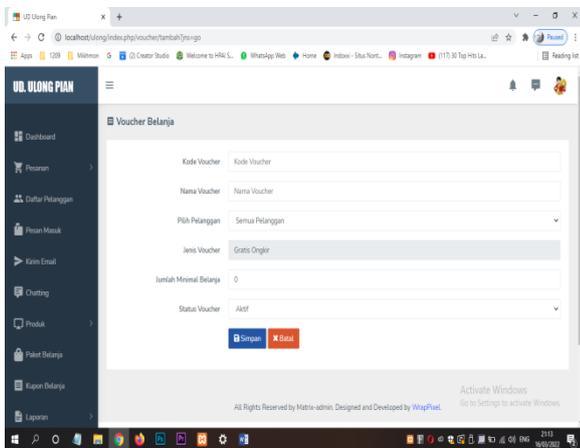
5) Tampilan Data Pesanan

Halaman ini menampilkan data pesanan dari pelanggan.



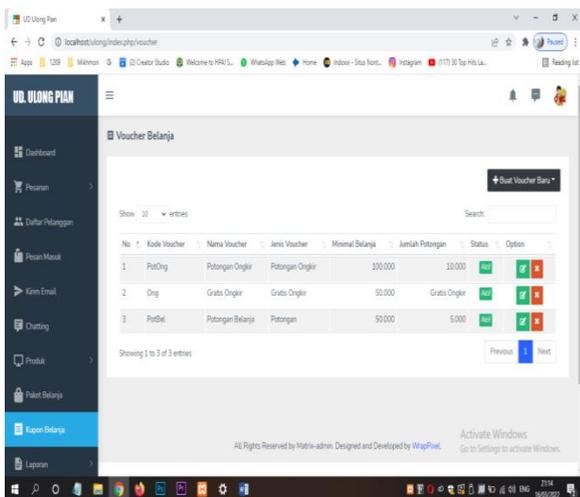
Gambar 12. Tampilan Data Pesanan

6) Desain *Form* Tambah Kupon Belanja  
Halaman ini untuk memasukkan kupon belanja untuk pelanggan.



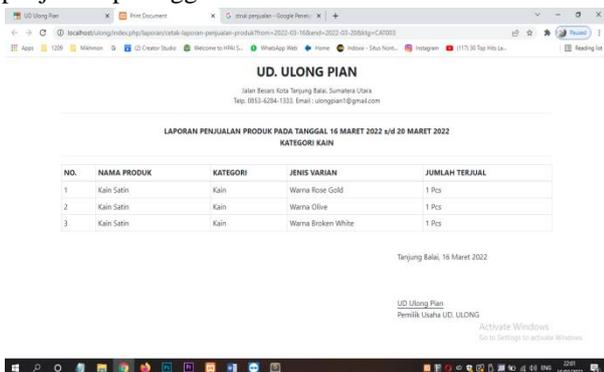
Gambar 13. Desain *Form* Tambah Kupon Belanja

7) Tampilan Kupon Belanja  
Halaman ini menampilkan kupon belanja yang telah diinputkan.



Gambar 14. Tampilan Kupon Belanja

8) Tampilan Laporan Penjualan  
Halaman ini menampilkan *output* dari laporan penjualan pelanggan.



Gambar 15. Tampilan Laporan Penjualan

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan implementasi dan pengujian yang telah dilakukan selama membangun sistem E-CRM ini, maka dapat diambil kesimpulan bahwa aplikasi *Customer Relationship Management* pada UD Ulong Pian dibangun dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan MySQL sebagai database server dengan tujuan untuk menarik perhatian pelanggan baru dan untuk memperluas sistem pemasaran UD Ulong Pian. Dengan memanfaatkan fitur-fitur *Customer Relationship Management* pada UD Ulong Pian dapat melakukan promosi, mendapatkan *voucher* belanja atau diskon produk kepada masyarakat luas serta memberikan fitur *chat* dan penilaian, ulasan produk untuk mempermudah pelanggan melakukan penilaian, saran atau komentar dan keluhan terhadap UD Ulong Pian sehingga terjalinnya komunikasi yang baik antara UD Ulong Pian dan pelanggan. Dengan implementasi sistem *Customer Relationship Management* pada UD Ulong Pian dapat menghindari terjadinya kesalahan dalam menyimpan data pelanggan dan memudahkan dalam memberikan informasi ketersediaan produk serta manajemen data pada UD Ulong Pian lebih tersusun rapi dan terjaga karena tersimpan ke dalam *database*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Siregar, D. N. P., Cahyani, W., & Chaniago, A. U. (2020). Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Loyalitas Pengguna Irian Card (I-Card) Pada Irian Dept Store & Supermarket Medan Marelan. *Jurnal SAINTIKOM (Jurnal Sains Manajemen Informatika dan Komputer)*, 19(1), 17-23.
- [2] Zahro, N. U., & Prabawani, B. (2018). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan TV Kabel di Kecamatan Tembalang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. MNC Sky Vision-Indovision Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 9-15.
- [3] Pratama, I. P. A. E. (2019). Customer Relationship Management (CRM) Teori dan Praktek Berbasis Open Source. *Informatika*.
- [4] Soedjono, W., & Limantoro, F. (2018). Analisis Kegiatan Customer Relationship Management Melalui Membership Card Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen: Studi Kasus Pada Sogo Premier Card. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 123-133.
- [5] Heru, P., & Sumbaryadi Achmad, S. (2018). E-Crm Berbasis Web Pada Sistem Informasi Penjualan Furniture.

- [6] Wardana, E. A., Suharno, S., & Wasil, M. (2019). Pengaruh customer relationship management (crm) dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman (JIMM)*, 3(3).
- [7] Hasnih, G. (2016). Hasmin. Pengaruh Lima Dimensi Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Di Kelurahan Ompo Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng. *Jurnal Mirai Management*, 1(2), 426-445.
- [8] Nuhesti, R. H. U. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- [9] Bulan, T. P. L. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 5(2), 592-602.
- [10] A. S, Rosa, M. Shaluhuddin. 2015. *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek*. Bandung: Informatika Bandung.
- [11] Santoso, S., & Nurmalina, R. (2017). Perencanaan dan pengembangan aplikasi absensi mahasiswa menggunakan Smart Card guna pengembangan kampus cerdas. *Jurnal Integrasi*, 9(1), 84-91.
- [12] Yanuardi, Y., & Permana, A. A. (2019). RANCANG Bangun Sistem Informasi Keuangan Pada Pt. Secret Discoveries Travel And Leisure Berbasis Web. *JIKA (Jurnal Informatika)*, 2(2).
- [13] Kusuma, S. B. (2017). Perancangan Dan Pembuatan Sistem Aplikasi Point of Sale Berbasis Website Pada Ud. Es Drop Cita Rasa. *Jurnal Manajemen Informatika*, 7(2).
- [14] Nugraha, F. O., Witanti, W., & Komarudin, A. (2017). Pembangunan Sistem Customer Relationship Management pada PT. Central Georgette Nusantara. *Prosiding SNATIF*, 431-438.
- [15] Victor, C., Jorie, R. J., & Sumarauw, J. S. (2015). Pengaruh customer relationship management dan kepercayaan terhadap kepuasan serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen PT. Bank BCA Tbk. Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2)
- [16] Naftali Sulardi, Arita Witanti, "Sistem pakar Untuk Diagnosis Penyakit Anemia Menggunakan Teorema bayes", *Jurnal Teknik Informatika*. Vo.1, No.1, Juni 2020, hlm : 19-20

