
E-CRM IN THE PROCESS OF IMPROVING WEB-BASED SALES SYSTEM AT ZAHREEN'S SHOP

Dewi Antika^{*1}, Fauriatun Helmiah², Wiwin Handoko³

^{1,3}Program Studi Sistem Informasi, STMIK Royal Kisaran, Indonesia

²Program Studi Manajemen Informatika, STMIK Royal Kisaran, Indonesia

Email: dewiantika302@gmail.com, fauriatunh@gmail.com, win.van.handoko@gmail.com

(Naskah masuk: 22 Maret 2022, Revisi: 1 April 2022, diterbitkan: 28 Juni 2022)

Abstract

A Competition in various industries in Indonesia is getting tougher. Various companies are vying to be at the forefront of consumers' minds. One of the strategies implemented is the Customer Relationship Management (CRM) strategy. Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) is part of a business strategy aimed at maintaining customer loyalty and satisfaction. Technological advances encourage companies to make breakthroughs, one of which is combining CRM business strategies with information technology. The purpose of this study is to overcome these problems, namely by building E-CRM combined with information technology, so that it is hoped that it can help monitor the product improvement process that customers complain about and find out what customers need. The problems that occur at Zahreen Store are, the sales process at Zahreen Store is still doing conventional sales, there are no facilities that help customers to get information, convey an assessment of the product and also experience difficulties in processing and storing customer data that has made transactions buy and sell. This study utilizes CRM features that aim to help the service system at Zahreen Store to attract new customers and retain old customers and expand the sales system. The research method used is a qualitative research method by conducting interviews and observations. This application is made using PHP as programming material and MySQL as database server.

Keywords: *Customer Relationship Management, Zahreen Store, PHP and MySQL database.*

E-CRM DALAM PROSES MENINGKATKAN SISTEM PENJUALAN BERBASIS WEB PADA TOKO ZAHREEN

Abstrak

Persaingan yang terjadi di berbagai industri di Indonesia semakin ketat. Berbagai perusahaan berlomba-lomba untuk menjadi yang terdepan di benak konsumen. Strategi demi strategi diterapkan salah satunya strategi *Customer Relationship Management* (CRM). *Elektronik Customer Relationship Management* (E-CRM) adalah bagian strategi bisnis yang ditujukan untuk menjaga loyalitas serta kepuasan pelanggan. Kemajuan teknologi mendorong perusahaan melakukan terobosan salah satunya memadukan strategi bisnis CRM dengan teknologi informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengatasi masalah tersebut, yaitu penjualan masih menunggu datangnya pelanggan ke toko maka kondisi ini dapat diatasi dengan dibangunnya E-CRM yang dipadukan dengan teknologi informasi, sehingga diharapkan dapat membantu pemantauan proses perbaikan produk yang dikeluhkan pelanggan serta mengetahui apa yang dibutuhkan pelanggan. Permasalahan yang terjadi pada Toko Zahreen, belum adanya fasilitas yang membantu 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 Toko Zahreen untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama dan memperluas sistem penjualan. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif dengan melakukan wawancara dan observasi. Aplikasi ini dibuat menggunakan PHP sebagai bahan pemrograman dan MySQL sebagai *database server*.

Kata kunci: *Customer Relationship Management, Toko Zahreen, PHP dan database MySQL*

1. PENDAHULUAN

Persaingan dunia bisnis dalam era globalisasi saat ini sangat berat, dimana semakin maju perkembangan zaman maka akan semakin maju pula strategi bisnis yang digunakan setiap pengusaha. Dalam situasi seperti ini, perusahaan tidak boleh hanya mengandalkan produk yang dihasilkan, melainkan perusahaan juga harus menjalin hubungan baik kepada setiap pelanggan. Dalam hal ini perusahaan harus menerapkan *Customer Relationship Management* sebagai solusi dari permasalahan yang ada.

Pemanfaatan sistem *Customer Relationship Management* merupakan salah satu solusi dari permasalahan yang ada dengan menggunakan teknologi informasi serta meningkatkan keunggulan bersaing dibandingkan dengan sistem yang konvensional. *Customer Relationship Management* ini dapat memaksimalkan kegiatan pelayanan pada perusahaan [1].

Customer Relationship Management (CRM) adalah suatu pendekatan yang dilakukan dengan memandang bahwa pelanggan merupakan inti dari suatu bisnis yang dilakukan dan keberhasilan dari suatu perusahaan tergantung pada bagaimana cara mereka dalam mengelola suatu hubungan secara efektif. *Customer Relationship Management* merupakan salah satu strategi yang digunakan dalam bidang pemasaran yang saat ini semakin banyak diterapkan oleh perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia [2].

Customer Relationship Management (CRM) adalah suatu strategi bisnis yang menerapkan teknologi informasi pada perusahaan secara komprehensif, handal, dan terintegrasi berdasarkan sudut pandang *member*, dengan begitu semua proses dan interaksi saling membantu mempertahankan dan mengembangkan hubungan yang bermanfaat [3].

Toko Zahreen terletak di Dusun V Desa Sei beluru, Kecamatan Meranti, Kabupaten Asahan. Dimana usaha ini menjual berbagai jenis elektronik seperti, kulkas, televisi, *air conditioner*, kipas angin, *magicom* dan lain-lain, peralatan dapur seperti, piring, panci, kukusan, timba, dan lain-lain, perlengkapan rumah tangga seperti lemari baju, tempat tidur, lemari hias, rak piring, tempat televisi dan juga menerima pesanan sesuai permintaan pelanggan.

Permasalahan yang terjadi pada toko Zahreen yaitu toko Zahreen masih melakukan sistem pemasaran dan pemesanan pelanggan masih mengunjungi toko Zahreen itu sendiri, toko Zahreen juga memasarkan produknya ke *reseller*, melalui *reseller* dapat memperluas pemasaran di masyarakat. Permasalahan lainnya yaitu pada proses pelayanan pelanggan. Pertama tidak adanya fasilitas bagi pelanggan untuk mengetahui informasi mengenai detail produk seperti harga, stok, merek, dan spesifikasi produk. Kedua tidak adanya media untuk berinteraksi antara penjual dengan pembeli untuk

kritik dan saran tentang kualitas produk yang dijual oleh toko Zahreen seperti media *chat* dan penilaian produk. Ketiga yaitu toko Zahreen mengalami kesulitan dalam proses mengelola dan menyimpan data pelanggan yang telah melakukan transaksi. Seiring perkembangan zaman toko Zahreen ini ingin bisnisnya dapat berkembang dan meningkat dalam penjualan produk dan dapat mengalahkan pesaing-pesaingnya dengan menggunakan salah satu strategi bisnis yang berorientasi pada pelanggan yang biasa disebut dengan *Customer Relationship Management*.

Electronic Customer Relationship Management merupakan penggunaan teknologi komunikasi *Customer Relationship Management* yang diterapkan secara *digital* untuk meningkatkan penjualan baik terhadap pelanggan yang sudah ada serta mendukung kelangsungan penggunaan layanan online [4], seperti berhubungan lewat televisi, internet, *website*, *email*, media *chat*, serta memberikan pelayanan yang membuat pelanggan tertarik seperti memberikan diskon, promo, *voucher* potongan harga dan lain sebagainya [5]. *E-CRM* digunakan untuk strategi bisnis yang menggunakan teknologi informasi yang memberikan perusahaan suatu pandangan pelanggannya secara luas, dapat diandalkan dan terintegrasi sehingga semua proses dan interaksi pelanggan membantu dalam mempertahankan dan memperluas hubungan yang menguntungkan secara bersamaan.

Dengan menerapkan *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)* pada toko Zahreen diharapkan dapat memudahkan menjalin komunikasi atau hubungan antara penjual dengan pelanggan, baik pelanggan setia maupun dalam menarik pelanggan baru. Nantinya *E-CRM* pada toko Zahreen akan memberikan fasilitas berupa fitur-fitur *CRM* seperti diskon produk, promo atau *voucher* belanja, penilaian atau ulasan serta media *chat* untuk komunikasi antara toko Zahreen dengan pelanggan, sehingga toko Zahreen dapat mengetahui apa yang diharapkan atau diinginkan oleh pelanggan. Dan juga toko Zahreen dapat meningkatkan sistem penjualan dan pemasarannya sehingga dikenal masyarakat luas.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka penulis membangun sistem dengan menggunakan *E-CRM*, dimana dengan adanya sistem ini diharapkan dapat mempermudah toko Zahreen dalam mengelola pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga pelanggan tetap loyal dan disisi lain juga mendapatkan pelanggan baru dari waktu ke waktu.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah-masalah yang ada pada Toko Zahreen kesulitan untuk mendapatkan pelanggan baru dikarenakan belum memiliki fasilitas *website* yang mempermudah pelanggan dalam mendapatkan informasi mengenai produk serta toko zahreen

kesulitan dalam melakukan pemasaran, pemesanan dan penjualan produk secara luas dan belum adanya fasilitas ulasan produk agar pelanggan dapat menyampaikan keluhannya. Toko Zahreen belum menerapkan *Electronic Customer Relationship Management* pada sistem pelayanannya kepada pelanggan, sehingga toko Zahreen tidak mengetahui apa yang diharapkan dan diperlukan oleh pelanggannya. Toko Zahreen mengalami kesulitan dalam pengecekan ketersediaan produk yang dijual, proses mengelola dan menyimpan data produk, pelanggan, transaksi dan data lainnya. Untuk merancang dan membuat aplikasi *Electronic Customer Relationship Management* berbasis *web* untuk pemasaran, penjualan dan pelayanan pelanggan pada toko Zahreen. Cara memanfaatkan *Customer Relationship Management* sebagai salah satu alat untuk menjalin hubungan antara toko Zahreen dengan pelanggan. Penerapan *Customer Relationship Management* pada toko Zahreen untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Membuat sistem yang membantu toko Zahreen dalam meningkatkan pelayanan kepada pelanggan dengan cara menyajikan informasi yang berguna kepada pelanggan, sehingga toko Zahreen dapat memperhatikan permintaan dari pelanggan. Pemanfaatan fitur *Customer Relationship Management* untuk membuat pelanggan lama atau pun pelanggan baru tertarik dengan fasilitas yang diberikan oleh toko Zahreen sehingga penjual menjalin relasi yang baik dengan pelanggan. *E-CRM* membantu toko Zahreen dalam meningkatkan penjualan, pelayanan, pemasaran, sehingga mendapatkan relasi yang lebih banyak dan dikenal masyarakat luas.

2. METODE PENELITIAN

Pada proses penelitian perlu adanya dibuat susunan kerangka kerja (*frame work*) yang jelas berupa tahapan-tahapan kegiatan yang dilakukan untuk membantu dalam penyusunan penelitian ini. Kerangka kerja ini merupakan langkah-langkah yang akan dilakukan dalam proses penyelesaian masalah yang akan dibahas.

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

1. Pengamatan di Lapangan

Pengamatan lapangan merupakan proses pengumpulan data yang dilakukan secara langsung ke toko untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam rangka untuk mencapai tujuan penelitian. Berdasarkan hasil pengamatan dilapangan, dijumpai bahwa permasalahan yang terjadi yaitu, toko Zahreen belum menerapkan sistem *Customer Relationship Management (CRM)* dalam pelayanan kepada pelanggan.

2. Pencarian Literatur

Pencarian literatur adalah proses pencarian mendalam terhadap informasi terpublikasi tentang suatu topik. Proses ini dilakukan secara sistematis menggunakan berbagai alat pencarian kepustakaan yang tersedia.

3. Perancangan Sistem

Untuk merancang *output*, *input*, struktur *file*, program, prosedur, perangkat keras dan perangkat lunak yang diperlukan untuk mendukung dalam perancangan sistem.

4. Pengujian Sistem

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

5. Implementasi Sistem

Implementasi fitur-fitur *CRM* ke dalam sistem ini bertujuan untuk melihat apakah hasil rancangan dengan proses uji coba yang telah dilakukan sudah sesuai. Fitur-fitur *Customer Relationship Management*, yaitu *chat*, *rating*, diskon, promo, *voucher* belanja, potongan ongkir.

2.1 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 toko Zahreen.

Sistem ini dirancang dengan menerapkan teori-teori yang berhubungan dengan *Customer Relationship Management* dan menggunakan perancangan aliran sistem informasi, *Unified Modelling Language (UML)*, *Entity Relationship Diagram*, *Flowchart* dalam pengembangan sistem 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*.

2.2 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 toko Zahreen.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan mencari sumber-sumber pustaka dalam mendukung penelitian dan memberikan informasi yang memadai untuk menyelesaikan penelitian ini baik dari jurnal, buku, artikel dan lain-lain.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Sistem

3.1.1 Analisis Masalah

Analisis masalah adalah kajian sementara untuk mengetahui penyebab timbulnya masalah. Berikut ini analisis permasalahan yang terlihat pada toko Zahreen:

1. Toko Zahreen kesulitan untuk mendapatkan pelanggan baru dikarenakan belum memiliki fasilitas *website* yang mempermudah pelanggan dalam mendapatkan informasi mengenai produk serta toko zahreen kesulitan dalam melakukan pemasaran, pemesanan dan penjualan produk secara luas dan belum adanya fasilitas ulasan produk agar pelanggan dapat menyampaikan keluhannya.
2. Toko Zahreen belum menerapkan *Electronic Customer Relationship Management* pada sistem pelayanannya kepada pelanggan, sehingga toko Zahreen tidak mengetahui apa yang diharapkan dan diperlukan oleh pelanggannya.
3. Toko Zahreen mengalami kesulitan dalam pengecekan ketersediaan produk yang dijual, proses mengelola dan menyimpan data produk, pelanggan, transaksi dan data lainnya.

3.1.2 Analisis Kebutuhan Sistem

3.1.2.1 Analisis Data

Analisis data adalah sebuah proses untuk memeriksa, membersihkan, mengubah dan membuat pemodelan data dengan maksud untuk menemukan informasi yang bermanfaat sehingga dapat memberikan petunjuk bagi peneliti untuk mengambil keputusan terhadap pertanyaan-pertanyaan penelitian. Berikut ini data produk yang dijual oleh toko Zahreen ditampilkan pada tabel1.

Tabel 1. Tabel Produk

No	Nama Produk	Kategori
1	Advance Juicer Extractor Blender J-A401	Elektronik
2	Blender MIYAKO 102 PL	Elektronik
3	Blender Trisonic MX-T2GN	Elektronik
4	Gelas Citinova Gelato Es Krim Mangkok	Peralatan Rumah Tangga
5	Gelas Kaca Dublin Citinova 6	Peralatan Rumah

	pcs/ kotak	Tangga
6	Gelas Kaca Spring Isi 6 Pcs	Peralatan Rumah Tangga
7	Happy Call Double Pan Jumbo	Peralatan Rumah Tangga
8	Jemuran Baju	Perabot
9	Jemuran Baju 12 BTG Leader Winner	Perabot
10	Kipas Berdiri Aoyama 16"	Elektronik
11	Kipas Dinding WallFan 16" Aoyama WF-1655	Elektronik
12	Kompur RINNAI RI 302 S	Perabot
13	Kompur RINNAI RI 522 C (2 Tungku)	Perabot
14	Kompur RINNAI RI 522 E Stainless Steel	Perabot
15	Kulkas AQUA Tinggi	Elektronik
16	Kursi Madrid Twin Pan	Perabot
17	Kursi Motif Rotan	Perabot
18	Kursi Santai Twinpan KR 5	Perabot
19	Lemari Plastik Pakaian Phylia Jumbo	Perabot
20	Magic Com Young Ma Manual	Elektronik
21	Mesin Cuci LG 7kg	Elektronik
22	Mesin Cuci Polytron 7,3kg	Elektronik
23	Mesin Cuci Sharp 6.5kg	Elektronik
24	Mesin Cuci Sharp 9kg	Elektronik
25	MXQ 4K Android Box Smart TV 1gb -8gb SLO	Elektronik
26	Panci Presto 8 Liter	Peralatan Rumah Tangga
27	Panci Supra Cookware 9 pcs	Peralatan Rumah Tangga
28	Regulator Miyako	Perabot
29	Rice Cooker Miyako 18-BH 1,8L	Elektronik
30	Selang & Regulator Caesar Smart	Perabot
31	Selang + Regulator Miyako RMS 206M	Perabot
32	Selang Flexi Winn Gas	Perabot
33	TV LED POLYTRON 24 Inchi	Elektronik
34	TV LED SHARP 24 Inchi	Elektronik
35	TV LED SHARP 32 Inchi	Elektronik

Sumber : Toko Zahreen, 2021

3.1.2.2 Analisis Proses

Analisis proses adalah urutan pelaksanaan atau kejadian yang terjadi secara dirancang atau didesain dengan menggunakan waktu dan ruang. Proses pada penelitian ini berfokus pada sistem pelayanan pada toko Zahreen. Sistem ini dibangun untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan toko Zahreen dan juga menerapkan metode *Customer Relationship Management*. *Customer Relationship Management* dipercayai dapat memamanajemeni hubungan perusahaan dengan para pelanggan melalui beberapa kegiatan, yaitu mengumpulkan data pelanggan, menganalisis data pelanggan, mengidentifikasi target pelanggan, sesuai dengan kebutuhan pelanggan demi memaksimalkan kesetiaan pelanggan agar tidak berpaling kepada pesaing-pesaing yang lain.

3.1.2.3 Analisis Pengguna

Pada pembangunan sistem ini digunakan oleh *user* atau pengguna yang masing-masing memiliki

hak aksesnya sendiri, seperti admin, pemilik dan pelanggan. Admin memiliki hak akses untuk mengelola data produk, kategori produk, promo produk, paket belanja, paket hemat, gambar *slide*, *cod*, pengguna atau *user*, pemesanan, transaksi, *chat*, *rating*, pesan serta laporan penjualan sementara pelanggan memiliki hak akses untuk melakukan pemesanan, klaim kupon, *chat* serta memberikan *rating* melalui *web* yang disediakan, pemilik hanya dapat melihat laporan penjualan.

3.1.2.4 Analisis Biaya

Berikut ini analisis biaya terbagi menjadi dua yaitu analisis perangkat keras (*hardware*) dan analisis perangkat lunak (*software*).

3.1.2.4.1 Analisis Perangkat Keras (Hardware)

Perangkat keras yang digunakan dapat dilihat pada table 2.

Tabel 2. Perangkat Keras (*Hardware*)

No	Nama Hardware	Spesifikasi	Jml	Fungsi	Harga
1	Laptop	- Processor Cores 2C+2G - Memori RAM 4 GB - Harddisk 931, 50 GB - Operating System 64-bit	1	Sebagai alat antar muka, penampil dan pengendali	Rp. 4.900.000
2	Printer	Epson L120	1	Alat pencetak laporan	Rp. 1.500.000
Total					Rp. 6.400.000

3.1.2.4.2 Analisis Perangkat Lunak (Software)

Tabel 3. Perangkat Lunak (*Software*)

No	Kebutuhan	Keterangan	Fungsi
1	Sistem Operasi	Windows 10 Home Single Language	Sebagai alat antar muka, penampil dan pengendali
2	Aplikasi	- Sublime Text 3 - XAMPP 3.3.0 - Microsoft Edge - Google Chrome - Visio 2010 - Visual Paradigm	Untuk membangun aplikasi

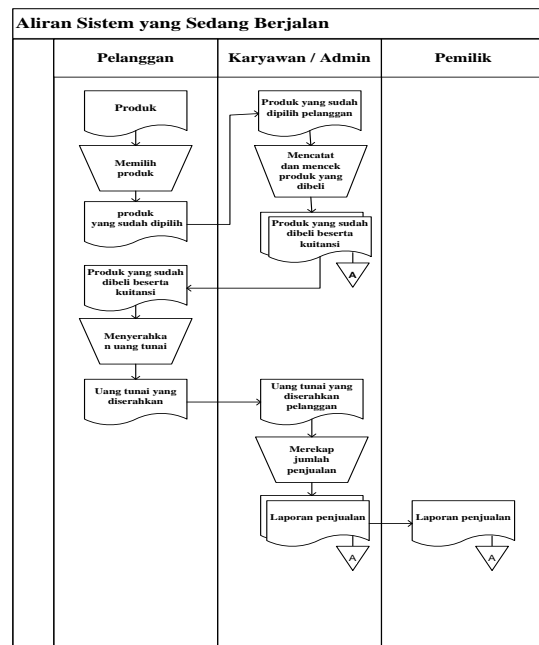
3.2 Analisa Prosedur Sedang Berjalan

Analisa prosedur sedang berjalan adalah proses sistem yang menggambarkan sistem kerja yang saat ini diterapkan oleh toko Zahreen. Adapun analisis prosedur yang sedang berjalan adalah:

1. Pelanggan memilih produk di toko Zahreen.

2. Jika pelanggan sudah memilih produk yang diinginkan, maka pelanggan menyerahkannya kepada karyawan / admin.
3. Bagian karyawan / admin mencatat dan mencek produk yang dibeli dan menyerahkannya kepada pelanggan beserta kuitansi sebanyak satu rangkap dan satu rangkap untuk diarsipkan karyawan / admin.
4. Kemudian pelanggan menyerahkan uang tunai kepada karyawan / admin.
5. Bagian karyawan / admin merekap jumlah penjualan merekap jumlah penjualan sebanyak dua rangkap dan satu rangkap untuk diarsipkan, satu rangkap untuk diserahkan kepada pemilik.

Analisa sistem yang sedang berjalan dapat dilihat pada gambar 1.



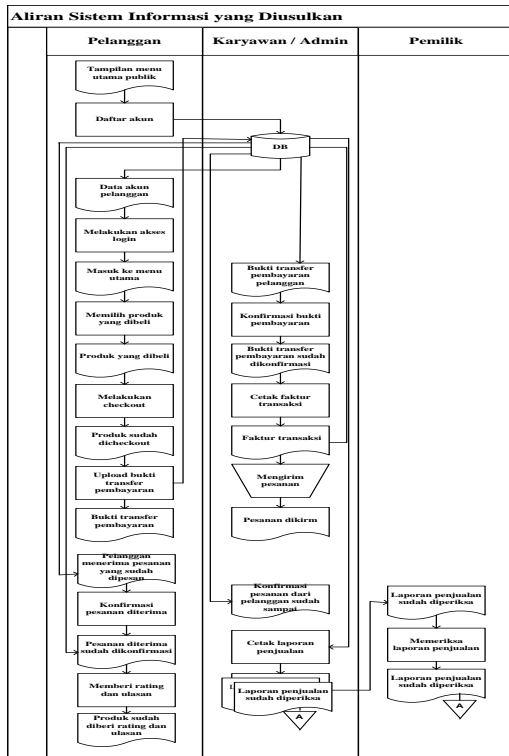
Gambar 1. Aliran Sistem Informasi yang Sedang Berjalan

3.2.1 Analisa Sistem yang Diusulkan

Berikut ini Analisa sistem yang diusulkan pada toko Zahreen:

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 pesanan 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.

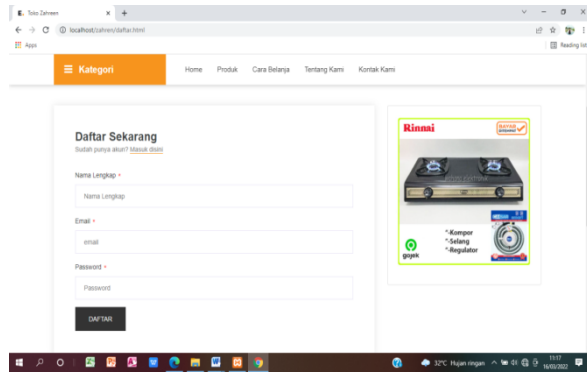


Gambar 2. Aliran Sistem Informasi yang Diusulkan

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 belanja harus memiliki akun terlebih dahulu agar bisa login. Oleh karena itu pelanggan harus melakukan pendaftaran akun terlebih dahulu dengan menginputkan nama lengkap, email dan password. Adapun bentuk form menu daftar akun yang dimaksud dapat dilihat pada gambar 3.

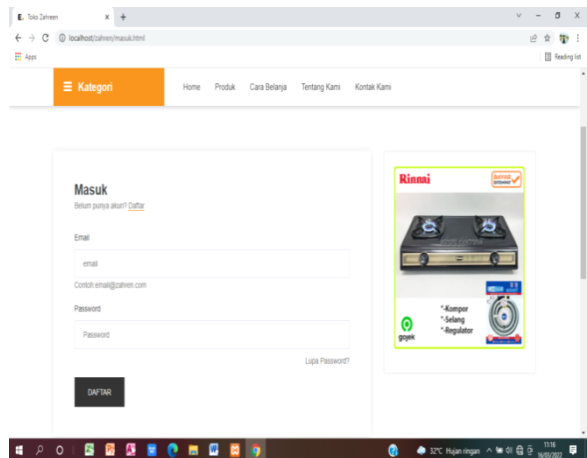


Gambar 3. Menu Daftar Akun

2. Menu Login

2.1 Menu Login Pelanggan

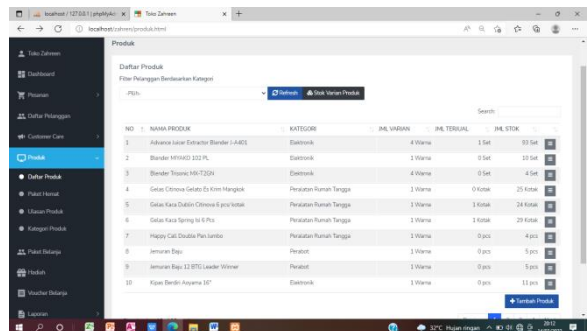
Halaman form login digunakan untuk bisa masuk ke sistem, pengguna aplikasi yaitu pelanggan dengan menginputkan email dan password yang telah didaftarkan. Adapun form menu login pelanggan yang dimaksud dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Menu Login Pelanggan

3. Tampilan Data Produk

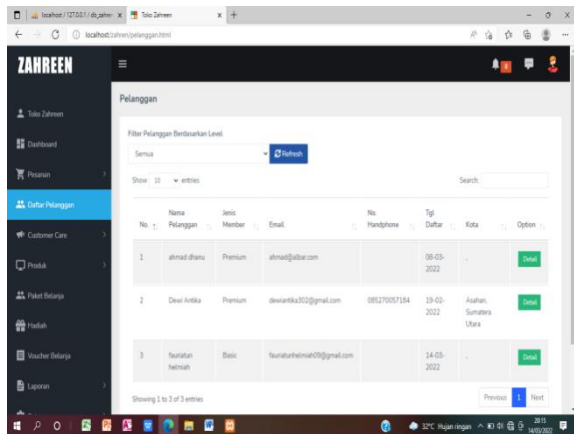
Halaman ini menampilkan data produk yang telah diinputkan, pada data produk ini terdapat fitur yang digunakan untuk mencari data produk sesuai dengan kategorinya, terdapat fitur untuk melihat stok berdasarkan varian produk yang ada. Pada halaman ini juga dilengkapi dengan menu detail produk. Adapun bentuk tampilan data produk dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Tampilan Data Produk

4. Tampilan Data Pelanggan

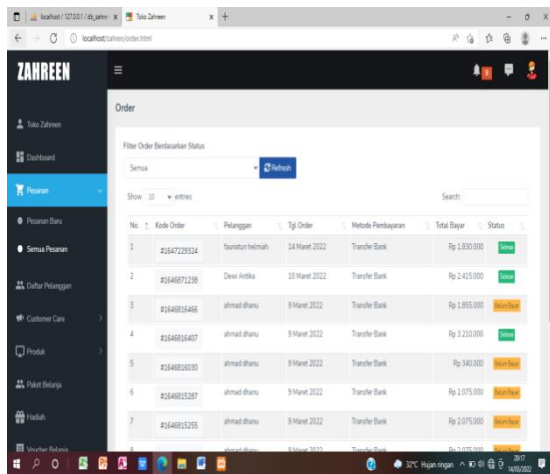
Halaman ini menampilkan data pelanggan, pada halaman ini terdapat fitur yang digunakan untuk melihat pelanggan berdasarkan level yang ada dan dapat melihat detail data pelanggan. Adapun bentuk tampilan data pelanggan dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6. Tampilan Data Pelanggan

5. Tampilan Data Pesanan

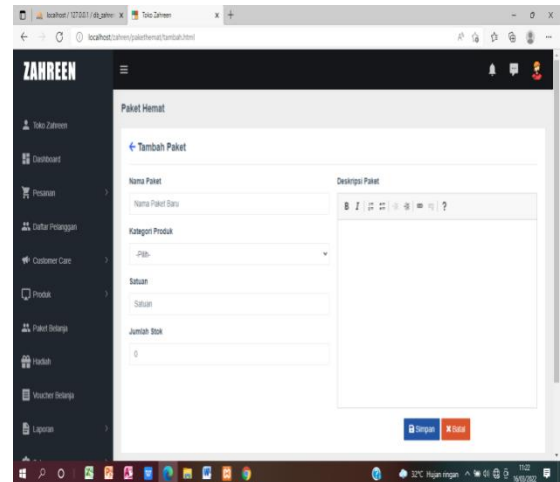
Halaman ini menampilkan data pesanan dari pelanggan, pada halaman ini terdapat fitur yang digunakan untuk melihat pesanan berdasarkan statusnya. Adapun bentuk tampilan data pesanan dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 7. Tampilan Data Pesanan

6. Tampilan Form Tambah Paket Hemat

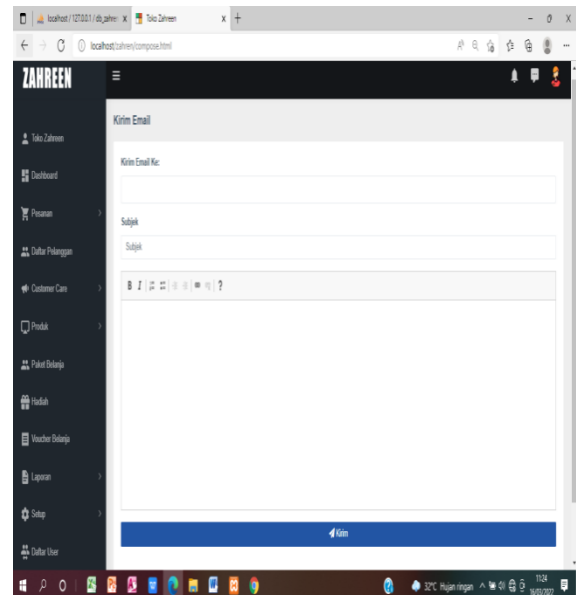
Halaman ini untuk mengelola paket hemat yang diinputkan oleh admin. Fitur paket hemat ini merupakan fitur combo yang memaketkan produk dengan harga jauh lebih murah dibandingkan dengan membeli barang satuan. Adapun bentuk form tambah paket hemat dapat dilihat pada gambar 8.



Gambar 8. Tampilan Form Tambah Paket Hemat

7. Desain Form Input Kirim Email

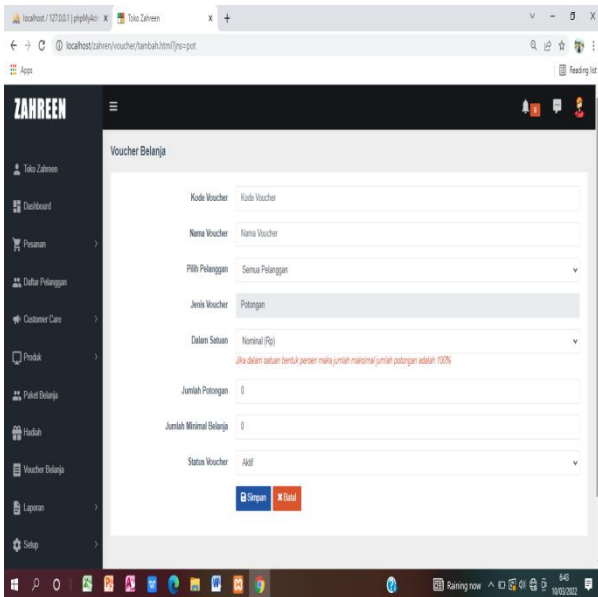
Halaman ini menampilkan desain input kirim email yang dikirim oleh admin. Adapun bentuk form input kirim email dapat dilihat pada gambar 9.



Gambar 9. Desain Form Input Kirim Email

8. Desain Form Tambah Voucher Belanja

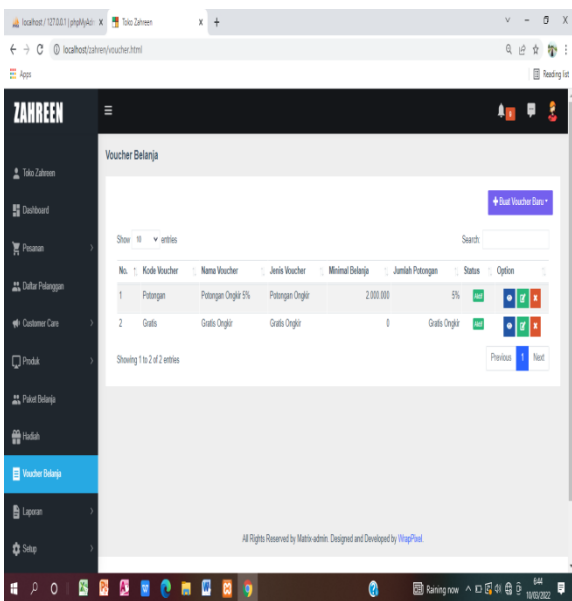
Halaman ini digunakan untuk menginputkan voucher belanja untuk pelanggan. Adapun bentuk form tambah voucher belanja dapat dilihat pada gambar 10.



Gambar 10. Desain Form Tambah Voucher Belanja

9. Tampilan Voucher Belanja

Halaman ini menampilkan voucher belanja yang telah diinputkan. Adapun bentuk tampilan voucher belanja dapat dilihat pada gambar 11.



Gambar 11. Tampilan Voucher Belanja

10. Tampilan Laporan Penjualan

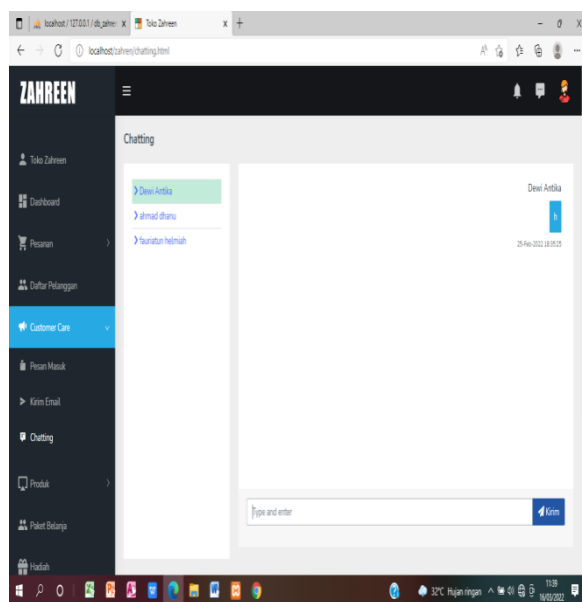
Halaman ini menampilkan output dari laporan penjualan pelanggan. Adapun bentuk tampilan laporan penjualan seperti pada gambar 12.



Gambar 12. Tampilan Laporan Penjualan

11. Tampilan Menu Chatting

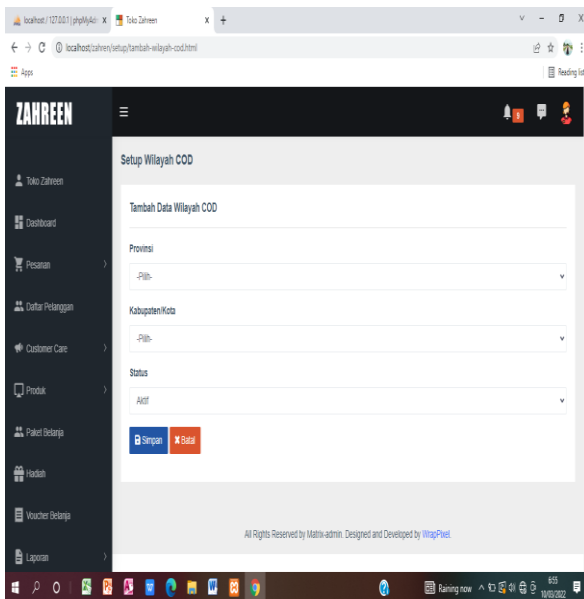
Berikut ini merupakan tampilan menu chatting dari admin ke pelanggan. Adapun bentuk tampilan menu chatting dapat dilihat pada gambar 13.



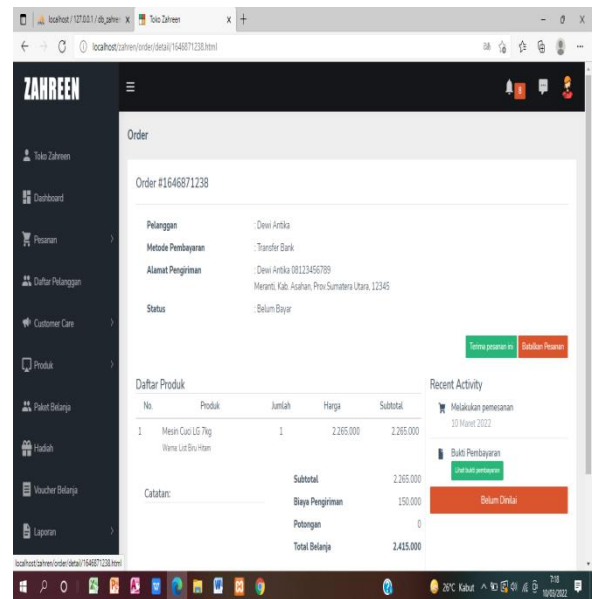
Gambar 13. Tampilan Menu Chatting

12. Desain Form Tambah COD

Halaman ini untuk menginputkan data COD, data yang diinputkan berupa provinsi, kabupaten/kota dan status. Adapun bentuk form tambah cod dapat dilihat pada gambar 14.



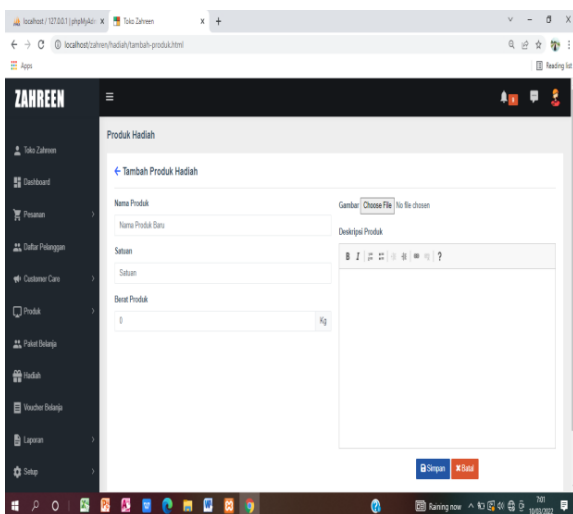
Gambar 14. Desain Form Tambah COD



Gambar 16. Menu Konfirmasi Pemesanan Pelanggan

13. Tampilan *Input* Hadiah

Halaman ini digunakan untuk menambahkan produk hadiah untuk pelanggan yang sudah melakukan banyak pemesanan sebagai *reward* karena telah menjadi pelanggan setia. Adapun bentuk tampilan *input* hadiah dapat dilihat pada gambar 15.

Gambar 15. Tampilan *Input* Hadiah

14. Menu Konfirmasi Pemesanan Pelanggan

Tampilan gambar 16 berikut ini merupakan tampilan konfirmasi pembayaran dan konfirmasi pengiriman produk oleh admin.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan implementasi dan pengujian yang telah dilakukan selama membangun sistem *E-CRM* ini, maka dapat diambil kesimpulan bahwa aplikasi *E-CRM* yang dibangun pada toko Zahreen untuk menarik perhatian pelanggan baru dan untuk memperluas sistem pemasaran toko Zahreen. Dengan dibangunnya sistem *E-CRM* ini pada toko Zahreen dapat menghindari terjadinya kesalahan dalam menyimpan data pelanggan dan memudahkan dalam memberikan informasi ketersediaan produk serta manajemen data pada toko Zahreen agar lebih tersusun rapi dan terjaga karena tersimpan ke dalam *database*. Dengan memanfaatkan fitur-fitur *E-CRM* pada toko Zahreen 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 toko Zahreen sehingga terjalinnnya komunikasi yang baik antara pihak toko Zahreen dan pelanggan. Sehingga toko Zahreen dapat memberikan pelayanan ke pada pelanggan untuk menarik pelanggan dapat terus menerus melakukan pembelian ke toko dan tidak pindah ke toko yang lain dalam arti dapat mempertahankan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. H. Hia, N. F. Saragih, and F. G. N. Larosa, "Penerapan CRM pada Aplikasi Kantor Pelayanan Penyuluhan dan Konsultasi Perpajakan Kota Gunungsitoli (KP2KP)," *Inf. Syst. Dev.*, vol. 3, no. 2, pp. 97–106, 2018.

- [2] D. N. P. Siregar, W. Cahyani, and A. U. Chaniago, "PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA IRIAN CARD (I-CARD) PADA IRIAN DEPT STORE & SUPERMARKET MEDAN MARELAN," *J. Sist. Inf. Kaputama*, vol. 4, no. 1, pp. 71–79, 2020.
- [3] F. O. Nugraha, W. Witanti, and A. Komarudin, "Pembangunan Sistem Customer Relationship Management Pada PT. Central Georgette Nusantara," *Pros. SNATIF*, pp. 431–438, 2017.
- [4] G. Zulfata, N. H. Wardani, and A. H. Brata, "Pengembangan Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Pada Toko Sepatu Aneka Sport Malang Dengan Metode Kerangka Kerja Dynamic CRM," *J. Pengemb. Teknol. Inf. dab Ilmu Komput.*, vol. 2, no. 4, pp. 1419–1427, 2018.
- [5] V. Rosalina and T. Nurhadiyan, "PEMODELAN ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM) PADA RUMAH SAKIT," *J. PROSISKO*, vol. 5, no. 2, pp. 87–91, 2018.
- [6] Yanuardi and A. A. Permana, "RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI KEUANGAN PADA PT . SECRET DISCOVERIES TRAVEL AND LEISURE BERBASIS WEB," *J. Tek. Inform.*, pp. 1–7, 2018.
- [7] D. Sukrianto, "PENERAPAN TEKNOLOGI BARCODE PADA PENGOLAHAN DATA PEMBAYARAN SUMBANGAN PEMBINAAN PENDIDIKAN (SPP)," *J. Sist. J. Sist. Inf.*, vol. 8, no. 3, pp. 529–542, 2019.
- [8] R. Somya and S. C. Utama, "PERANCANGAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMEN BERBASIS WEB DENGAN LIBRARY JQUERY RESPONSIVE DATA TABLES," *Sist. J. Sist. Inf.*, vol. 8, no. 3, pp. 529–542, 2019.
- [9] I. Kholil, "CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) BERBASIS WEB UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING TOKO ONLINE," *J. Pilar Nusa Mandiri*, vol. 13, no. 1, pp. 43–48, 2017.
- [10] qontak.com, "Aplikasi Untuk CRM: Jenis,Fitur, dan Manfaatnya," *qontak.com*, 2021. [https://blog.qontak.com/aplikasi-untuk-crm-jenis-fitur-dan-manfaatnya/#:~:text=Berikut adalah fitur wajib yang,KPI dan pelacakan yang customizable \(accessed Feb. 20, 2022\).](https://blog.qontak.com/aplikasi-untuk-crm-jenis-fitur-dan-manfaatnya/#:~:text=Berikut adalah fitur wajib yang,KPI dan pelacakan yang customizable (accessed Feb. 20, 2022).)
- [11] N. U. Zahro and B. Prabawani, "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)," *J. Adm. Bisnis*, vol. 7, no. 1, pp. 10–18, 2018.
- [12] B. Y. Setyaleksana, Suharyono, and E. Yulianto, "PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pelanggan GraPARI Telkomsel di Kota Malang)," *J. Adm. Bisnis*, vol. 46, no. 1, pp. 45–51, 2017.
- [13] J. Simatupang and S. Sianturi, "PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMESANAN TIKET BUS PADA PO. HANDOYO BERBASIS ONLINE," *J. Intra-Tech*, vol. 3, no. 2, pp. 11–25, 2019.
- [14] D. Mistikaweni and L. L. Hin, "PENERAPAN ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP (E-CRM) DALAM UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DAN PELAYANAN TERHADAP PELANGGAN CATERING HANDAYANI," *J. IDEALIS*, vol. 2, no. 2, pp. 72–77, 2019.
- [15] Hasan and H. Patrie, "IMPLEMENTASI ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM DENGAN KONSEP ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM) SMPN 245 JAKARTA SELATAN," *J. IDEALIS*, vol. 2, no. 3, pp. 157–165, 2019.
- [16] Santoso and R. Nurmalinga, "Perencanaan dan Pengembangan Aplikasi Absensi Mahasiswa Menggunakan Smart Card Guna Pengembangan Kampus Cerdas (Studi Kasus Politeknik Negeri Tanah Laut)," *J. Integr.*, vol. 9, no. 1, pp. 84–91, 2017.
- [17] N. Khaerunnisa and Nofiyati, "SISTEM INFORMASI PELAYANAN ADMINISTRASI KEPENDUDUKAN BERBASIS WEB STUDI KASUS DESA SIDAKANGEN PURBALINGGA," *J. Tek. Inform.*, vol. 1, no. 1, pp. 25–32, 2020.
- [18] M. A. A. Candra and I. A. Wulandari, "SISTEM INFORMASI BERPRESTASI BERBASIS WEB PADA SMP NEGERI 7 KOTA METRO," *J. Mhs. Ilmu Komput.*, vol. 01, no. 01, pp. 175–189, 2021.
- [19] A. N. Khusna, "PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) BERBASIS SMS GATEWAY PADA ONLINE SHOP TOKOFARAH," *TELEMATIKA*, vol. 13, no. 01, pp. 40–45, 2016.
- [20] Muhammad Muntashir Gultom, Maryam, "Sistem Informasi Penjualan Material Bangunan Pada Toko Bangunan Berkah". *Jurnal Teknik Informatika (JUTIF)*.2020.Vol. 1, No.2 Desember 2020, hlm. 79-86.