

Peningkatan Penjualan Melalui Implementasi CRM Berbasis Web

Sales Improvement through Web-based CRM Implementation

¹Aditya Gunawan*, ²Nurul Rahmadani, ³Iin Almeina Lubis

^{1,2}Program Studi Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Royal, Kisanan, Indonesia.

³Program Studi Sistem Komputer, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Royal, Kisanan, Indonesia.

e-mail: ^{1*}adityagunawan0305@gmail.com, ²cloudyrara@gmail.com,
³lubisiinalmeina@gmail.com

(*received*: 18 March 2024, *revised*: 22 March 2024, *accepted*: 24 March 2024)

Abstrak

Penelitian ini difokuskan pada implementasi Customer Relationship Management (CRM) di Toko Gucci 3 Bunut, yang bergerak di industri produk kulit seperti sandal, sepatu, dan lainnya. Tantangan yang dihadapi oleh toko ini dalam mengelola penjualan, pemasaran, dan pelayanan pelanggan memotivasi perancangan sistem CRM yang efektif dan efisien. CRM yang digunakan dalam penelitian ini adalah CRM operasional yang fokus pada otomatisasi proses penjualan dan pelayanan pelanggan. Metode penelitian kualitatif, melalui wawancara dan observasi, digunakan untuk memahami kebutuhan pelanggan, karyawan, dan pihak terkait. Pengembangan aplikasi CRM dilakukan dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL. Tujuan penelitian adalah meningkatkan efisiensi dan kenyamanan interaksi pelanggan. Hasil implementasi menunjukkan kemudahan mendapatkan informasi produk dan memfasilitasi proses pemesanan. Implikasinya mencakup peningkatan efisiensi operasional dan pelayanan, berpotensi meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman implementasi CRM di sektor ritel, menciptakan solusi inovatif bagi Toko Gucci 3 Bunut, dan mendukung peningkatan kualitas layanan serta kepuasan pelanggan.

Kata kunci: CRM; Penjualan; Toko Gucci 3 Bunut.

Abstract

This research focuses on the implementation of Customer Relationship Management (CRM) at Gucci 3 Bunut Store, which is engaged in the leather products industry such as sandals, shoes, and others. The challenges faced by this store in managing sales, marketing, and customer service motivate the design of an effective and efficient CRM system. The CRM used in this research is an operational CRM that focuses on automating the sales and customer service processes. Qualitative research methods, through interviews and observations, were used to understand the needs of customers, employees, and related parties. CRM application development was carried out using the PHP programming language and MySQL database. The research objective was to improve the efficiency and convenience of customer interaction. The implementation results show the ease of obtaining product information and facilitating the ordering process. The implications include increased operational and service efficiency, potentially increasing customer loyalty. This research contributes to the understanding of CRM implementation in the retail sector, creates innovative solutions for Gucci 3 Bunut Store, and supports the improvement of service quality and customer satisfaction.

<http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id>

Keywords: CRM; Sales; Gucci 3 Bunut store.

1 Pendahuluan

Persaingan bisnis pada zaman modern saat ini semakin sengit. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti perkembangan teknologi, globalisasi, serta perubahan perilaku konsumen. Dengan kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan, pelaku bisnis berupaya meningkatkan kapabilitas dan keunggulan mereka, memanfaatkan potensi secara penuh. Mereka harus lebih inovatif dan kreatif dalam mengelola perusahaan agar tetap bersaing di arena bisnis yang dinamis [1]. Oleh sebab itu, penting bagi pelaku bisnis untuk terus berinovasi dalam strategi penjualan mereka. Sebagaimana dengan Toko Gucci 3 Bunut yang berada pada Jl. Lintas Sumatera, Kel. Bunut, Kec. Kota Kisaran Barat, Kabupaten Asahan, Provinsi Sumatera Utara, merupakan salah satu pelaku bisnis yang bergerak di industri produk kulit yang menjual berbagai macam produk, seperti sepatu, sandal, ikat pinggang, tas dan produk kulit lainnya. Pada saat ini, beberapa toko yang menjual produk kulit sejenis di wilayah tersebut telah tutup karena kurang laku. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti persaingan yang semakin ketat, perubahan perilaku konsumen, serta kurang inovatif dalam strategi penjualan. Permasalahan lain yang dihadapi oleh Toko Gucci 3 Bunut adalah kesulitan dalam mengelola informasi pelanggan, yang menyebabkan pelanggan tidak mengetahui informasi promosi dan ulasan produk. Hal ini juga berdampak pada kesulitan pelanggan untuk mengetahui produk-produk terbaru yang ditawarkan dan membandingkan produk-produk sebelum membeli.

Di samping itu, Toko Gucci 3 Bunut memiliki pelanggan yang cukup banyak, sehingga diperlukan strategi khusus dalam memberikan pelayanan yang optimal. Saat ini, pemberian layanan khusus hanya diberikan kepada pelanggan yang familiar dengan pemilik toko. Hal ini menyebabkan ketidakadilan dan kekecewaan bagi pelanggan lain, yang berakibat pada hilangnya pelanggan dan perpindahan mereka ke toko lain [2]. Berdasarkan persaingan bisnis yang semakin ketat dan permasalahan yang dihadapi, Toko Gucci 3 Bunut membutuhkan suatu sistem yang dapat menerapkan strategi penjualan yang efektif, meningkatkan penjualan dan pelayanan, mempermudah pengelolaan informasi pelanggan, memberikan informasi yang lengkap kepada pelanggan, dan memberikan layanan yang adil dan optimal kepada semua pelanggan [3][4]. Implementasi CRM berbasis web dapat menjadi strategi untuk meningkatkan penjualan yang efektif bagi Toko Gucci 3 Bunut [5][6]. *Customer Relationship Management* (CRM) [7], atau dikenal sebagai Manajemen Hubungan Pelanggan dalam bahasa Indonesia, adalah pendekatan yang menitikberatkan pada aktivitas, usaha, dan strategi yang melibatkan seluruh sumber daya untuk menjalin, mengelola, dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan yang ada [8][9]. Tujuannya adalah untuk memahami serta memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan profitabilitas perusahaan [10][11][12]. Manfaat yang diharapkan dari penerapan CRM adalah meningkatkan penjualan dengan memberikan diskon dan penawaran menarik kepada pelanggan, meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan layanan yang lebih baik dan responsif, memperkuat loyalitas pelanggan dengan memberikan program loyalitas dan penghargaan, dan memperluas pangsa pasar dengan menjangkau pelanggan baru melalui website [13][14][15].

2 Tinjauan Literatur

Penulis merujuk pada beberapa referensi sebagai bahan pertimbangan dan panduan dalam menyusun skripsi. Referensi ini bersumber dari penelitian-penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh peneliti lain dan membahas permasalahan yang serupa. Anggara *et al.*, Melakukan penelitian dengan “Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) Dalam Sistem Informasi Penjualan Kosmetik Berbasis Web”. Menarik kesimpulan bahwa,

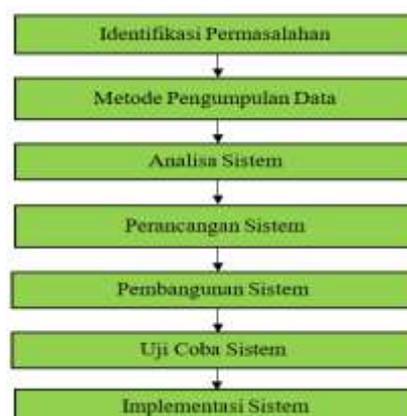
<http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id>

penerapan strategi CRM dengan fitur *chat* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk berkomunikasi dengan perusahaan, sehingga pelanggan merasa dihargai [10]. Siallagan *et al.*, Melakukan penelitian dengan judul “Implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* Pada Toko Roti Ganda Berbasis *Web*”. Menarik kesimpulan bahwa, penerapan strategi CRM dengan fitur keluhan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang berdampak pada peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan [7]. Ariska *et al.*, Melakukan penelitian dengan judul “Penerapan Elektronik *Customer Relationship Management (E-CRM)* Dalam Penjualan Roti Berbasis *Web*”. Menarik kesimpulan bahwa, UD Roti Ali menerapkan strategi CRM dengan dengan fitur diskon dapat meningkatkan kepuasan pelanggan [3]. Sihombing *et al.*, . Melakukan penelitian dengan judul “Implementasi *E-CRM* Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Di Toko Matrix Cellular Berbasis *Web*”. Menarik kesimpulan bahwa, penerapan strategi CRM dengan dengan adanya menu *chatting via Whatsapp* memudahkan pelanggan dalam penyampaian keluhan maupun saran [16]. Brigita & Purwinarti. Melakukan penelitian dengan judul “Strategi *Customer Relationship Management* PT Wahana Makmur Sejati untuk Mempertahankan *Member Honda VIP Card*”. Menarik kesimpulan bahwa, penerapan strategi CRM dengan fitur media sosial dan *SMS blast* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan informasi yang relevan dan tepat waktu, sehingga pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan [17].

3 Metode Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Toko Gucci 3 Bunut, yang berlokasi di Jalan Lintas Sumatera, Bunut, Kec. Kota Kisaran Barat, Kab. Asahan, Sumatera Utara. Penelitian dilakukan menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan pendekatan yang bertujuan untuk memahami secara mendalam aspek-aspek tertentu dari suatu permasalahan. Tujuan dari metode ini adalah untuk mencapai pemahaman yang komprehensif dan mendalam terhadap permasalahan yang sedang atau akan dikaji. Metode ini digunakan karena penelitian ini berinteraksi langsung pada Gucci 3 Bunut dan peneliti langsung melakukan pengamatan, mencatat, mencari tahu serta menggali sumber tentang informasi mengenai pelayanan terhadap pelanggan dan produk yang tersedia. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi, wawancara, studi pustaka. Kerangka kerja merupakan panduan yang membantu peneliti dalam menangani masalah yang dijelaskan.

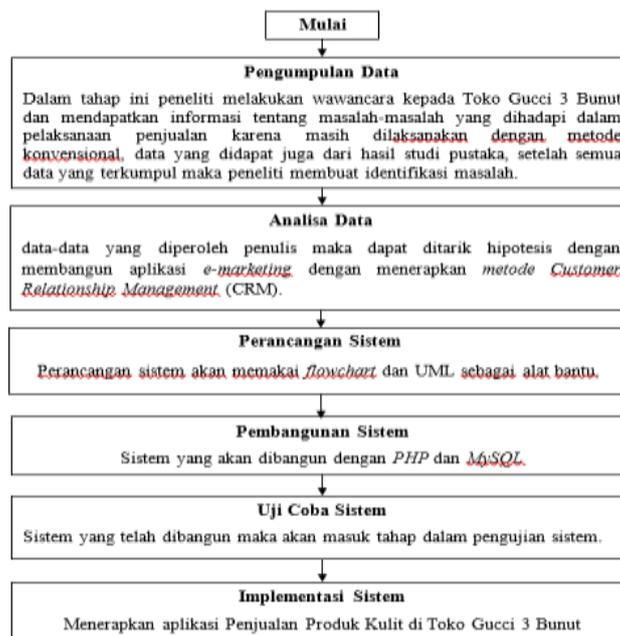
Berikut adalah langkah-langkah dalam kerangka kerja yang diterapkan ditampilkan dalam Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Kerja Penelitian

Kerangka pemikiran adalah sebuah alur pemikiran yang peneliti lakukan yang dibuat dalam bentuk sebuah diagram guna mempermudah pemahaman terhadap elemen-elemen

variabel dalam penelitian [18][19][20][21]. Berikut adalah tahapan dalam kerangka penelitian yang penulis lakukan ditampilkan dalam Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

4. Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini menjelaskan proses analisis data dan sistem yang di dapatkan pada saat penelitian dengan analisis sebagai berikut:

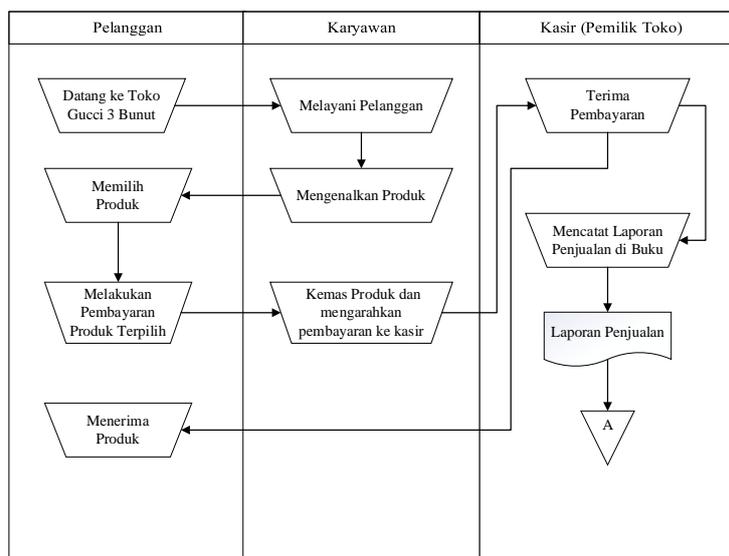
4.1 Analisis Sistem

Analisis sistem di Toko Gucci 3 Bunut menunjukkan bahwa sistem pemasaran manual yang mereka gunakan memiliki kelemahan. Kelemahan utama adalah promosi hanya dilakukan di toko, sehingga pelanggan kurang mengetahui tentang promosi yang sedang berlangsung. Hal ini menunjukkan perlunya sistem yang lebih efektif untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

4.2 Analisis Masalah

Persaingan bisnis produk kulit, seperti sepatu, sandal, tas, ikat pinggang, dan dompet yang semakin ketat mendorong Toko Gucci 3 Bunut untuk berinovasi dan meningkatkan pendapatan. Untuk mencapai hal tersebut, Toko Gucci 3 Bunut perlu menerapkan sistem *Customer Relationship Management* (CRM). Saat ini, promosi dan pengelolaan data pelanggan masih dilakukan secara manual di Toko Gucci 3 Bunut. Proses pengolahan data dan informasi penjualan kurang efektif. Akibatnya, konsumen tidak mengetahui informasi tentang produk dengan cepat. Oleh karena itu, Toko Gucci 3 Bunut perlu menerapkan sistem CRM agar dapat mencapai efisiensi dan efektivitas dalam proses bisnisnya. Sistem CRM dapat membantu Toko Gucci 3 Bunut untuk meningkatkan efisiensi dalam hal promosi dan pengelolaan data pelanggan, menyediakan informasi tentang produk secara cepat dan akurat kepada konsumen, serta meningkatkan kepuasan konsumen.

Sistem CRM dapat membantu Toko Gucci 3 Bunut untuk meningkatkan efisiensi dalam hal promosi dan pengelolaan data pelanggan, menyediakan informasi tentang produk secara cepat dan akurat kepada konsumen, serta meningkatkan kepuasan konsumen. Analisis sistem yang berjalan adalah langkah untuk meninjau secara mendalam sistem yang sudah ada, atau dengan kata lain, merupakan cara untuk mendapatkan pemahaman awal terkait masalah yang dihadapi oleh sistem. Berikut adalah gambar sistem yang berjalan pada Toko Gucci 3 Bunut ditampilkan dalam Gambar 3.



Gambar 3. Aliran Sistem Yang Sedang Berjalan

4.3 Analisis Kebutuhan Sistem

Berdasarkan hasil analisis sistem yang berjalan pada Toko Gucci 3 Bunut, disimpulkan bahwa diperlukan sebuah sistem untuk membantu proses penjualan produk kulit. Sistem CRM (*Customer Relationship Management*) diidentifikasi sebagai solusi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Implementasi sistem CRM di Toko Gucci 3 Bunut diharapkan dapat membantu meningkatkan jumlah pelanggan baru, meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan loyalitas pelanggan. Dari analisis tersebut dapat diimplementasikan kedalam tiga tahapn arsitektur sistem CRM yaitu tahap *acquire*, *enchance*, dan *retain*. Ketiga fase tersebut akan dianalisa kedalam analisa sistem yang berjalan kemudian akan ditetapkan kedalam aplikasi CRM yang akan dirancang. Berikut masing-masing fase tersebut: *Acquiring* (Mendapatkan Pelanggan), *Enchancing* (Mempererat hubungan), *Retaining* (Mempertahankan Pelanggan). Ketiga tahap arsitektur CRM akan diterapkan dalam sistem yang dirancang untuk Toko Gucci 3 Bunut. Implementasi sistem ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Tabel berikut menunjukkan sasaran strategis yang diterapkan pada sistem CRM Gucci 3 Bunut ditampilkan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Sasaran Strategis Sistem CRM Gucci 3 Bunut

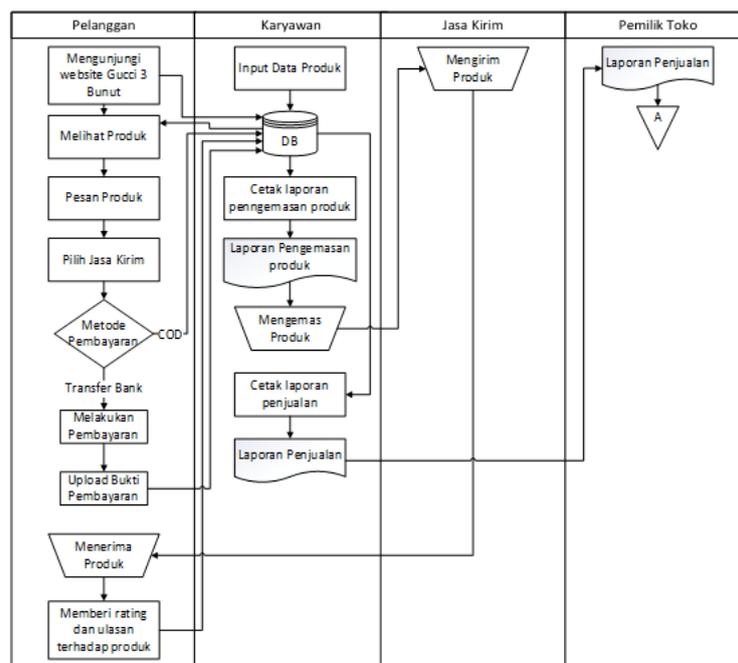
Sasaran Strategis	Keterangan	Implementasi Pada Sistem
<i>Aquiring</i> (mendapatkan pelanggan)	Peningkatan jumlah pelanggan	Menyediakan pemesanan <i>online</i> yang mudah, menampilkan produk di <i>website</i> yang dapat diakses kapan saja.
<i>Enchancing</i> (mempererat hubungan)	Meningkatkan kepuasan pelanggan	Memberikan informasi produk yang jelas, memberikan solusi dan bantuan Ketika pelanggan mengalami permasalahan, menyediakan kontak yang mudah dihubungi seperti media sosial dan WhatsApp.
<i>Retaining</i> (mempertahankan pelanggan)	Meningkatkan loyalitas pelanggan	Memberikan informasi promosi, <i>flash sale</i> serta <i>voucher discount</i> potongan harga untuk pembelian berulang.

Dalam implementasi CRM di Toko Gucci 3 Bunut, kebutuhan data melibatkan akuisisi pengetahuan. Akuisisi pengetahuan merupakan proses mengumpulkan informasi pengetahuan mengenai suatu masalah dari pemilik, baik melalui wawancara dengan pemilik atau karyawan, melalui bacaan buku, artikel dari internet, dan sumber lainnya. Pada penelitian ini yang terkait dalam penggunaan atau yang menjadi pengguna sistem adalah pegawai Toko Gucci 3 Bunut sebagai admin yang memegang kendali pada proses

berjalannya sistem yang mempunyai hak akses *full* pada sistem yang dirancang dan pelanggan yang dapat mencari informasi mengenai produk yang dipasarkan oleh Toko Gucci 3 Bunut serta dapat melakukan pemesanan produk. Dasar tujuan penggunaan sistem ini adalah untuk memastikan proses berjalannya sistem berjalan dengan baik serta membantu pengunjung atau pelanggan dapat dengan mudah mencari dan mengetahui informasi apa saja yang disuguhkan oleh Toko Gucci 3 Bunut.

4.4 Analisis Sistem Usulan

Analisis sistem yang diusulkan pada Toko Gucci 3 Bunut bertujuan untuk mengenali dan memahami permasalahan yang tengah terjadi pada sistem informasi mereka, kemudian merencanakan dan melakukan perbaikan agar sistem menjadi lebih baik dari sebelumnya. Berikut adalah sistem yang diusulkan pada Toko Gucci 3 Bunut ditampilkan dalam Gambar 4.



Gambar 4. Aliran Sistem Yang Diusulkan

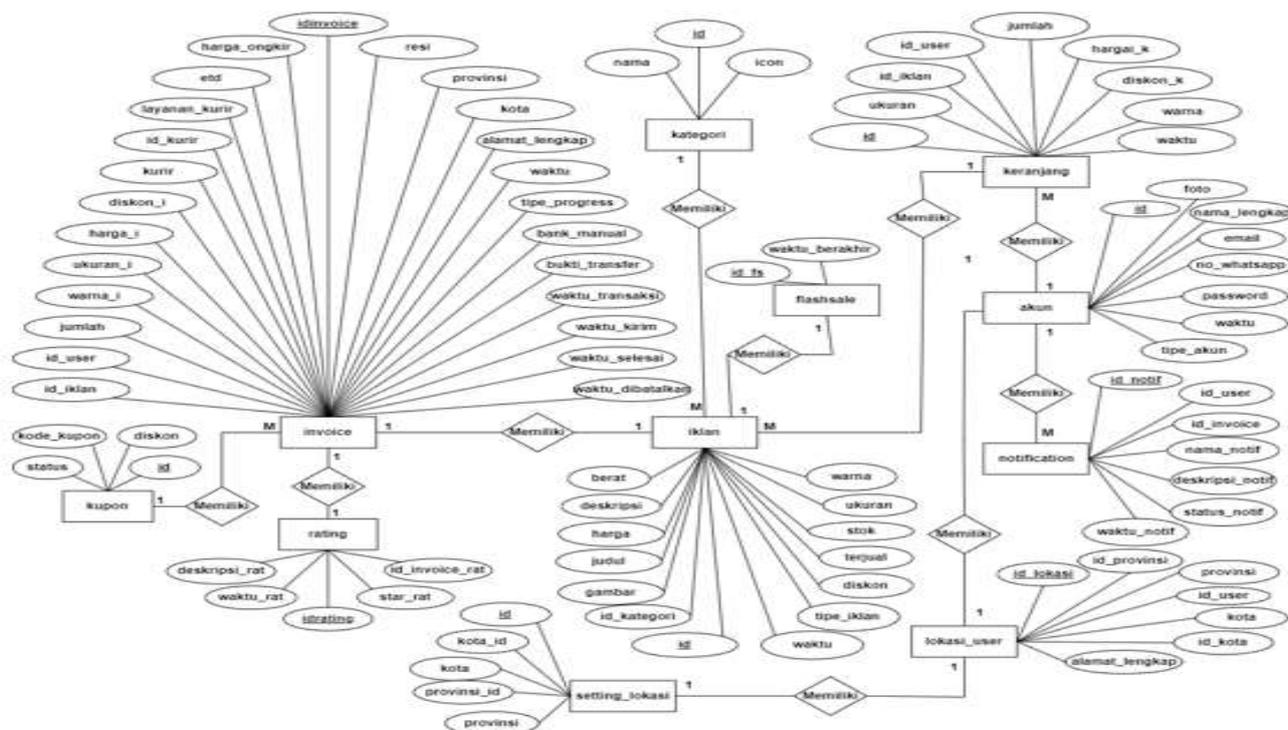
4.5 Analisis Data dan Analisis Pengguna

Dalam implementasi CRM di Toko Gucci 3 Bunut, kebutuhan data melibatkan akuisisi pengetahuan. Akuisisi pengetahuan merupakan proses mengumpulkan informasi pengetahuan mengenai suatu masalah dari pemilik, baik melalui wawancara dengan pemilik atau karyawan, melalui bacaan buku, artikel dari internet, dan sumber lainnya.

Pada penelitian ini yang terkait dalam penggunaan atau yang menjadi pengguna sistem adalah pegawai Toko Gucci 3 Bunut sebagai admin yang memegang kendali pada proses berjalannya sistem yang mempunyai hak akses *full* pada sistem yang dirancang dan pelanggan yang dapat mencari informasi mengenai produk yang dipasarkan oleh Toko Gucci 3 Bunut serta dapat melakukan pemesanan produk. Dasar tujuan penggunaan sistem ini adalah untuk memastikan proses berjalannya sistem berjalan dengan baik serta membantu pengunjung atau pelanggan dapat dengan mudah mencari dan mengetahui informasi apa saja yang disuguhkan oleh Toko Gucci 3 Bunut.

4.6 ERD (Entity Relationship Diagram)

ERD (Entity Relationship Diagram) adalah model untuk menjelaskan hubungan antar data dalam *database*. Berikut rancangan ERD pada *database* gucci3 ditampilkan dalam Gambar 5.



Gambar 5. ERD

4.2 Implementasi Sistem

Implementasi sistem merupakan tahap penerapan sistem yang telah dibangun. Tahap ini meliputi penerapan aplikasi yang memungkinkan pengoperasian dan penggunaan optimal sesuai kebutuhan. Sebelum dijalankan pada *server* internet, sistem dijalankan pada *server* komputer lokal. Pastikan Apache *web server* lokal dan MySQL *database* aktif. Jalankan aplikasi *web browser* (misalnya Mozilla Firefox) dan ketik alamat <http://localhost/gucci3/>

1. Halaman Login

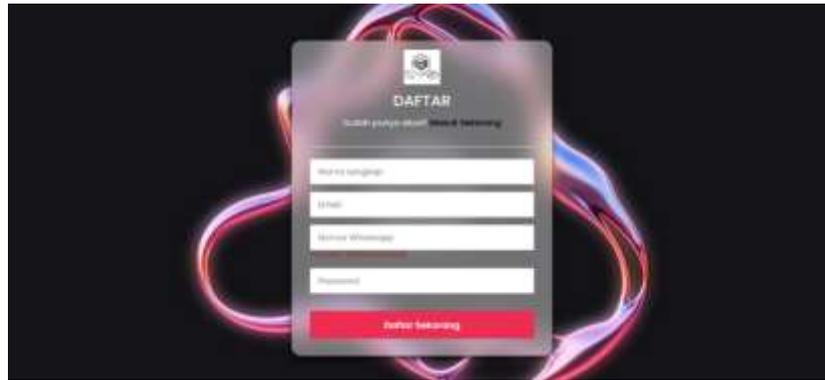
Halaman *login* digunakan untuk verifikasi identitas pengguna dengan memasukkan *email* dan *password*. Berikut tampilan halaman *login* ditampilkan dalam Gambar 6.



Gambar 6. Halaman Login

2. Halaman Registrasi

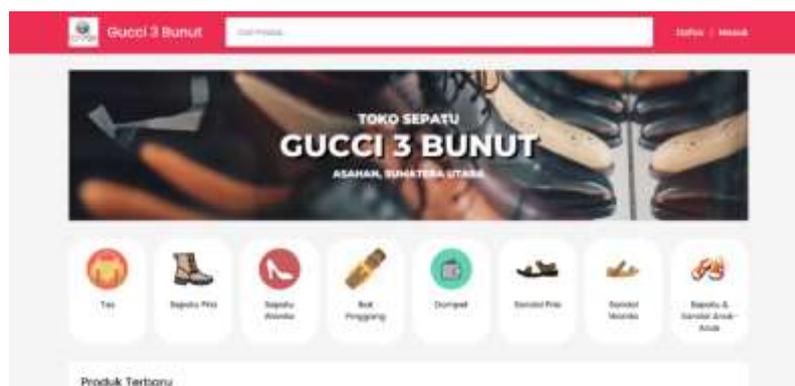
Halaman registrasi digunakan untuk mendaftarkan pengguna baru kedalam sistem dengan mengisi data diri ditampilkan dalam Gambar 7.



Gambar 7. Halaman Registrasi

3. Halaman Utama

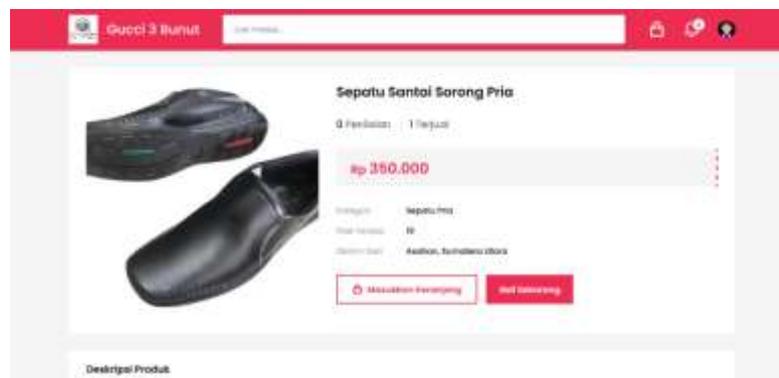
Halaman utama adalah halaman pertama yang dilihat pengunjung saat membuka *website* Gucci 3 Bunut. Berikut tampilan halaman utama ditampilkan dalam Gambar 8.



Gambar 8. Halaman Utama

4. Halaman *Detail* Produk

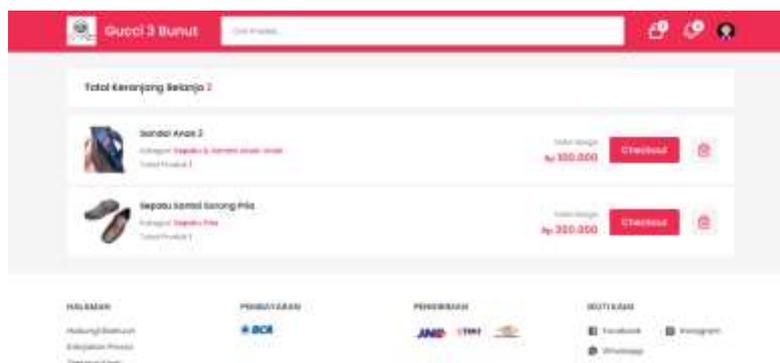
Halaman *detail* produk adalah halaman yang menampilkan informasi mengenai produk. Berikut tampilan halaman *detail* produk ditampilkan dalam Gambar 9.



Gambar 9. Halaman *Detail* Produk

5. Halaman Keranjang

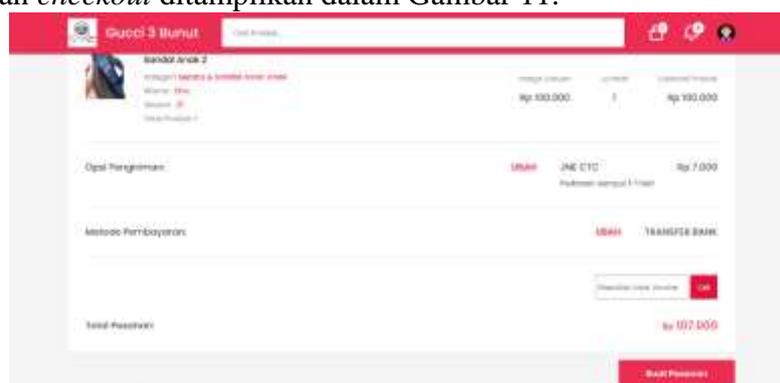
Halaman keranjang menampilkan produk yang tersimpan dalam keranjang belanja pelanggan. Berikut tampilan halaman keranjang ditampilkan dalam Gambar 10.



Gambar 10. Halaman Keranjang

6. Halaman Checkout

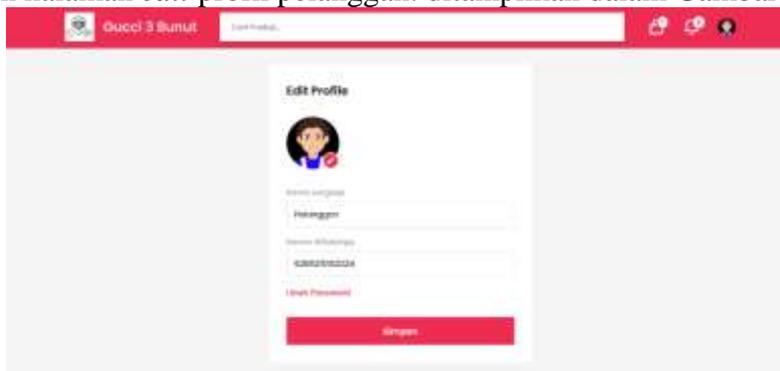
Halaman *checkout* menampilkan informasi *detail* pesanan pelanggan. Berikut tampilan halaman *checkout* ditampilkan dalam Gambar 11.



Gambar 11. Halaman Checkout

7. Halaman Edit Profil Pelanggan

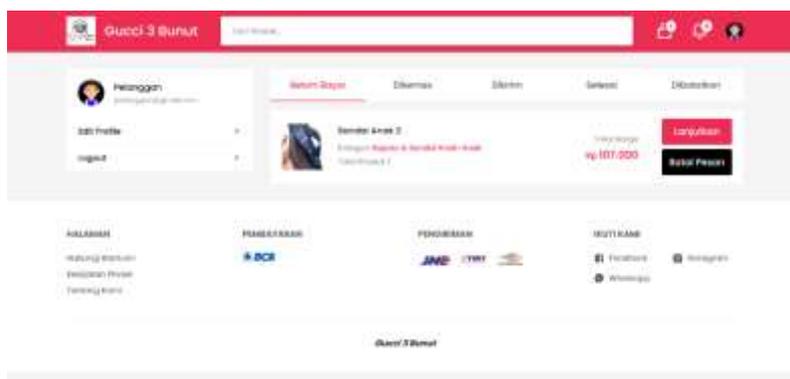
Halaman *edit* profil pelanggan digunakan untuk mengubah data profil pelanggan. Berikut tampilan halaman *edit* profil pelanggan: ditampilkan dalam Gambar 12.



Gambar 12. Halaman Edit Profil Pelanggan

8. Halaman Belum Bayar

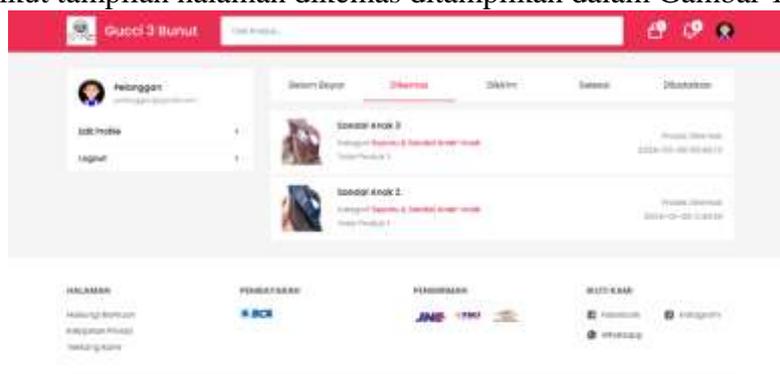
Halaman belum bayar menampilkan data pesanan yang belum diselesaikan oleh pelanggan. Berikut tampilan halaman belum bayar ditampilkan dalam Gambar 13.



Gambar 13. Halaman Belum Bayar

9. Halaman Dikemas

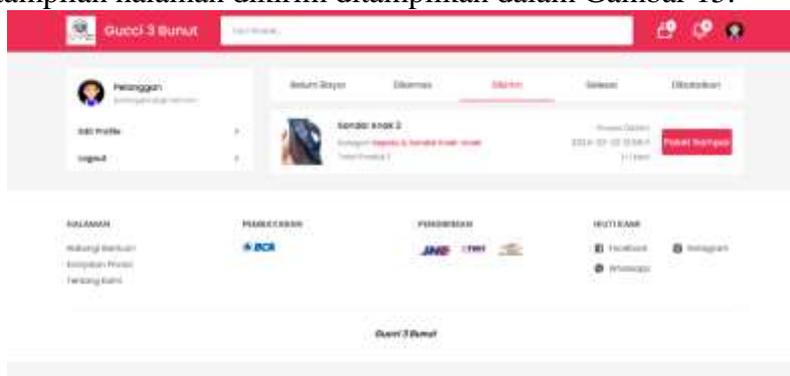
Halaman dikemas menampilkan data pesanan pelanggan yang sedang dikemas oleh pihak toko. Berikut tampilan halaman dikemas ditampilkan dalam Gambar 14.



Gambar 14. Halaman Dikemas

10. Halaman Dikirim

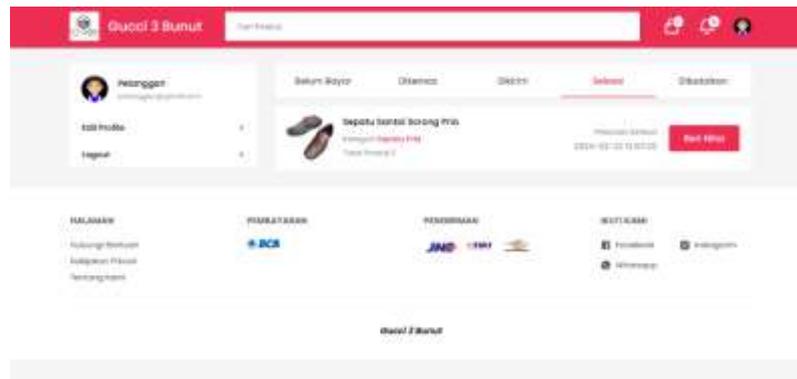
Halaman dikirim menampilkan data pesanan yang sedang dalam pengiriman oleh jasa kirim. Berikut tampilan halaman dikirim ditampilkan dalam Gambar 15.



Gambar 15. Halaman Dikirim

11. Halaman Selesai

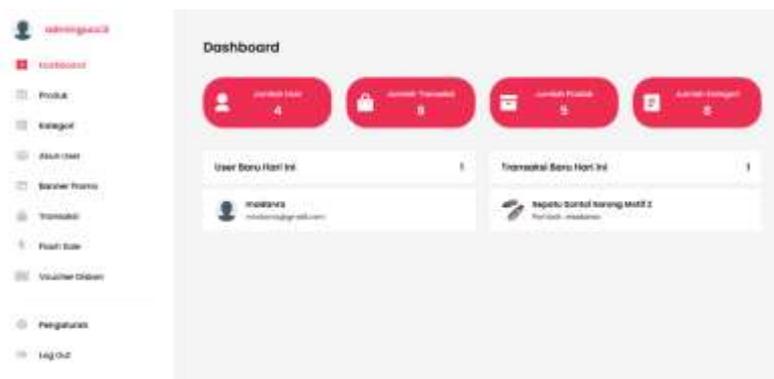
Halaman selesai menampilkan data pesanan yang telah diterima pelanggan dan dapat memberi ulasan terhadap produk. Berikut tampilan halaman selesai ditampilkan dalam Gambar 16.



Gambar 16. Halaman Selesai

12. Halaman *Dashboard*

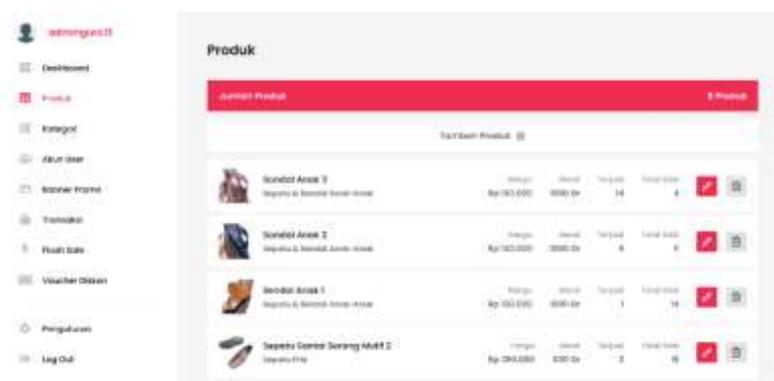
Halaman *dashboard* menampilkan jumlah user, jumlah transaksi, jumlah produk, dan jumlah kategori produk. Berikut tampilan halaman *dashboard* ditampilkan dalam Gambar 17.



Gambar 17. Halaman *Dashboard*

13. Halaman Produk

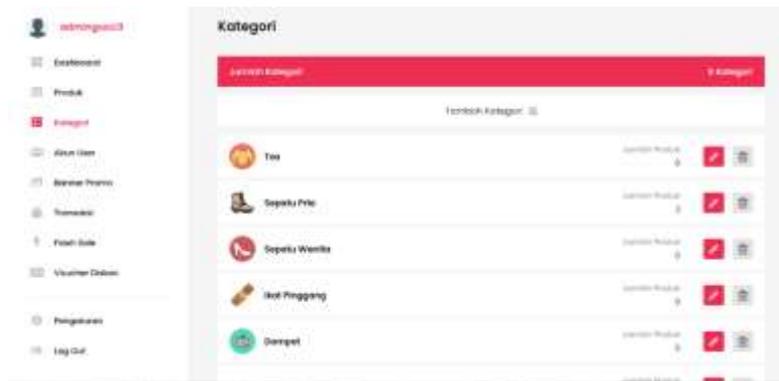
Halaman produk digunakan admin untuk menambah, mengubah, serta menghapus data produk. Berikut tampilan halaman produk ditampilkan dalam Gambar 18.



Gambar 18. Halaman Produk

14. Halaman Kategori Produk

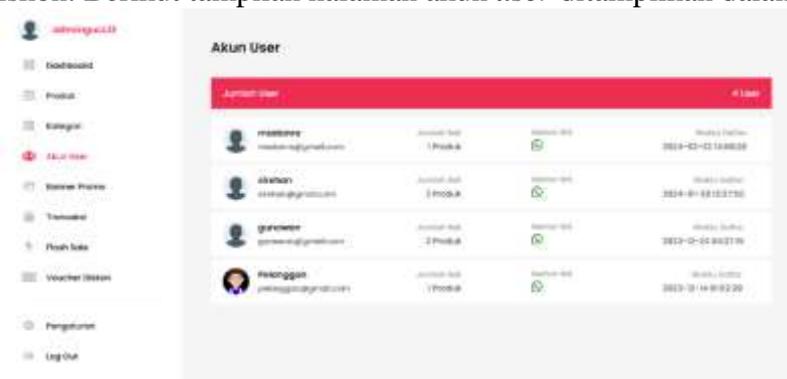
Halaman ini digunakan admin untuk menambah, mengubah, serta menghapus data kategori produk. Berikut tampilan halaman kategori produk ditampilkan dalam Gambar 19.



Gambar 19. Halaman Kategori Produk

15. Halaman Akun User

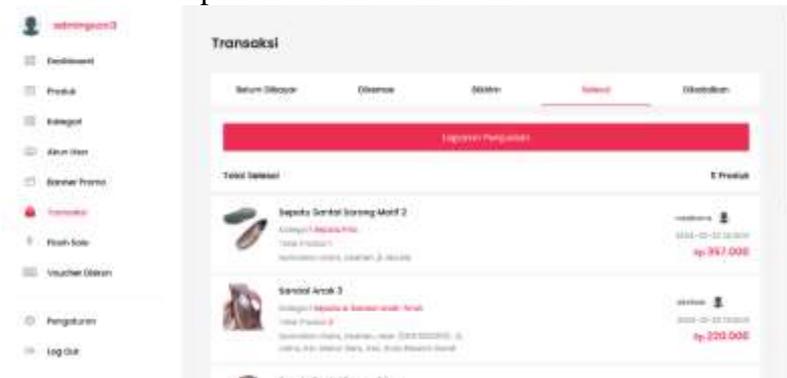
Halaman ini menampilkan data pelanggan dan digunakan admin untuk mengirimkan kode *voucher* diskon. Berikut tampilan halaman akun *user* ditampilkan dalam Gambar 20.



Gambar 20. Halaman Akun User

16. Halaman Transaksi Admin

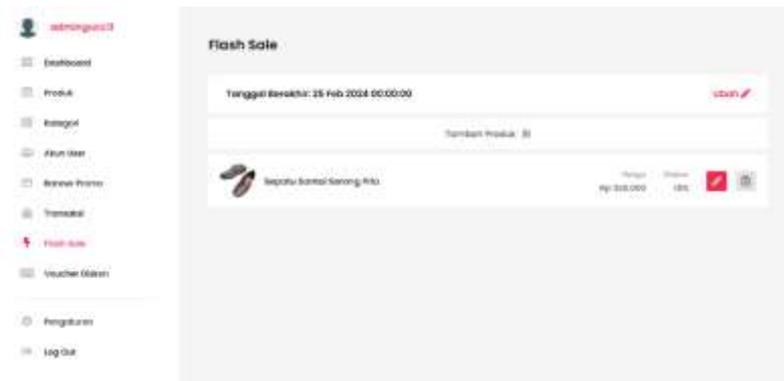
Halaman ini digunakan admin untuk mengelola pesanan pelanggan. Berikut tampilan halaman transaksi admin ditampilkan dalam Gambar 21.



Gambar 21. Halaman Transaksi Admin

17. Halaman *Flash sale*

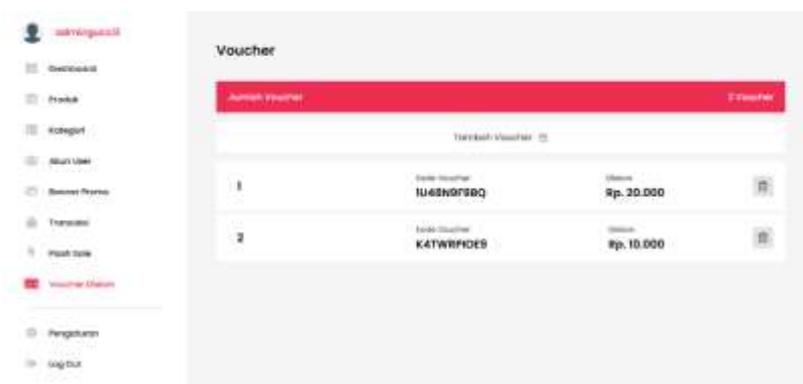
Halaman ini digunakan admin untuk menambah, mengubah, serta menghapus data *flash sale*. Berikut tampilan halaman *flash sale* ditampilkan dalam Gambar 22.



Gambar 22. Halaman Flash sale

18. Halaman Voucher Diskon

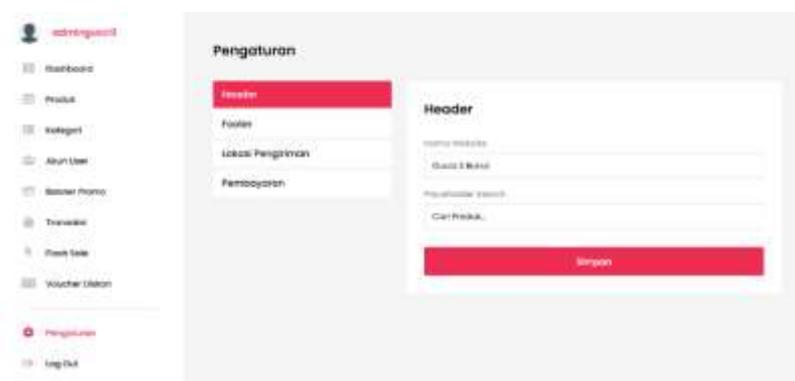
Halaman ini digunakan admin untuk menambah dan menghapus data *voucher* diskon. Berikut tampilan halaman *voucher* diskon ditampilkan dalam Gambar 23.



Gambar 23. Halaman Voucher Diskon

19. Halaman Pengaturan Website

Halaman ini digunakan admin untuk mengubah data *header*, *footer*, lokasi pengiriman, dan pembayaran. Berikut tampilan halaman pengaturan *website* ditampilkan dalam Gambar 24.



Gambar 24. Halaman Pengaturan Website

20. Halaman Laporan Pengemasan

Halaman laporan pengemasan menampilkan data produk yang harus dikemas dan dapat dicetak. Berikut tampilan halaman laporan pengemasan ditampilkan dalam Gambar 25.

The screenshot shows a web interface for a product packaging report. At the top, there are buttons for 'Kembali' and 'Print', and input fields for 'Tanggal Awal' and 'Tanggal Akhir'. The main title is 'LAPORAN PENGEMASAN PRODUK Gucci 3 Bunut'. Below the title, there is a table with columns: No, Nama Pembeli, Alamat, Produk, Pembayaran, Harga, Jasa Kirim, and Total Belanja. The table contains one entry for a customer named 'madanra' who purchased '1pcs Sandal Anak Tali Cokelat' for 'Rp 100.000'. The shipping cost is 'Rp 7.000' and the total bill is 'Rp 107.000'. The payment method is 'COD (Cash On Delivery)'. At the bottom, there are 'Previous' and 'Next' buttons.

No	Nama Pembeli	Alamat	Produk	Pembayaran	Harga	Jasa Kirim	Total Belanja
1	madanra	Jl. akasia, Asahan, Sumatera Utara	1pcs Sandal Anak Tali Cokelat Warna Cokelat Size: 35	COD (Cash On Delivery)	Rp 100.000	JNE CTC Rp 7.000	Rp 107.000

Gambar 25. Halaman Laporan Pengemasan

26. Hasil *output* Cetak Laporan Pengemasan

Halaman ini hasil *output* cetak laporan pengemasan produk. Berikut tampilan halamannya ditampilkan dalam Gambar 31.

The printed output shows the same data as the screenshot but in a clean, black-and-white format. The title is 'LAPORAN PENGEMASAN PRODUK Gucci 3 Bunut' with the date range '02-02-2024 - 29-02-2024'. The table has the same structure as in the screenshot. Below the table, the date 'Asahan, 25-02-2024' and the name 'Rina Arbi' as the owner are printed.

No	Nama Pembeli	Alamat	Produk	Pembayaran	Harga	Jasa Kirim	Total Belanja
1	madanra	Jl. akasia, Asahan, Sumatera Utara	1pcs Sandal Anak Tali Cokelat Warna Cokelat Size: 35	COD (Cash On Delivery)	Rp 100.000	JNE CTC Rp 7.000	Rp 107.000

Asahan, 25-02-2024

Rina Arbi
Pemilik

Gambar 26. Hasil Output Cetak Laporan Pengemasan

27. Halaman Laporan Penjualan

Halaman laporan penjualan menampilkan data penjualan produk yang dapat dicetak. Berikut tampilan halaman laporan penjualan ditampilkan dalam Gambar 27.

The screenshot shows a web interface for a sales report. At the top, there are buttons for 'Kembali' and 'Print', and input fields for 'Tanggal Awal' and 'Tanggal Akhir'. The main title is 'LAPORAN PENJUALAN Gucci 3 Bunut'. Below the title, there is a table with columns: No, Kode Transaksi, Nama Pembeli, Produk, Harga, Jasa Kirim, Total Belanja, and Waktu. The table contains one entry for a customer named 'madanra' who purchased '1 Sandal Anak Tali Cokelat' for 'Rp 100.000'. The shipping cost is 'Rp 7.000' and the total bill is 'Rp 107.000'. The transaction time is '2024-02-25 07:58:03'. At the bottom, there are 'Previous' and 'Next' buttons.

No	Kode Transaksi	Nama Pembeli	Produk	Harga	Jasa Kirim	Total Belanja	Waktu
1	259	madanra	1 Sandal Anak Tali Cokelat Warna Cokelat Size: 35	Rp 100.000	JNE CTC Rp 7.000	Rp 107.000	2024-02-25 07:58:03

Gambar 28. Halaman Laporan Penjualan

28. Hasil *output* Cetak Laporan Penjualan

Halaman ini hasil *output* cetak laporan penjualan ditampilkan dalam Gambar 29.

LAPORAN PENJUALAN
Gucci 3 Bunut
01-02-2024 - 29-02-2024

No	Kode Transaksi	Waktu	Nama Pembeli	Produk	Harga	Jasa Kirim	Total Belanja
1	259	2024-02-25 07:58:33	madanra	1 Sandal Anak Tali Cokelat.Cokelat Size: 35	Rp 100.000	JNE CTC Rp 7.000	Rp 107.000
						Total Rp 107.000	

Asahan, 25-02-2024

Rina Arbi
Pemilik

Gambar 29. Hasil Output Cetak Laporan Penjualan

4 Kesimpulan

Dari implementasi Sistem CRM pada Toko Gucci 3 Bunut, dapat ditarik beberapa kesimpulan adalah Peningkatan Tujuan Bisnis: Sistem CRM meningkatkan penjualan, menarik pelanggan baru, menjaga pelanggan lama, dan meningkatkan *cross-selling*. Data dari berbagai sumber, seperti umpan balik pelanggan, data penjualan, dan data produk, membantu mencapai tujuan ini. Efisiensi Proses: Sistem CRM meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menjalankan transaksi pembayaran dan pemasaran. Pembangunan Hubungan: Sistem CRM membangun hubungan pelanggan yang lebih baik, meningkatkan layanan, dan memudahkan akses informasi. Optimasi Informasi Promosi: Kelemahan dalam sistem informasi pemasaran dapat diatasi dengan metode CRM, khususnya dalam mengoptimalkan penyampaian informasi promosi kepada pelanggan.

Referensi

- [1] S. F. W. dan H. Firmansyah, "Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Sepatu Converse," *J. Bisnis dan Pemasar.*, vol. 11, no. 1, p. 11, 2021.
- [2] L. Cucu Sumartini and D. Fajriany Ardining Tias, "Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja," *J. E-Bis*, vol. 3, no. 2, pp. 111–118, 2019, doi: 10.37339/e-bis.v3i2.124.
- [3] A. M. Ariska, N. Irawati, and A. Muhazir, "Penerapan Elektronik Customer Relationship Management (E-CRM) Dalam Penjualan Roti Berbasis Web," *J. Media Inform. Budidarma*, vol. 6, no. 2, p. 1090, 2022, doi: 10.30865/mib.v6i2.4002.
- [4] F. Aditya, A. Dwi Putra, and A. Surahman, "Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Berbasis Android (Studi Kasus: Pada Toko Murah Jaya Aluminium)," *J. Inform. dan Rekayasa Perangkat Lunak*, vol. 3, no. 3, pp. 316–329, 2022.
- [5] A. Supriatna and H. Budianto, "Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Gelora Mukti Sport Berbasis Web," *Nuansa Inform.*, vol. 13, no. 2, p. 11, 2019, doi: 10.25134/nuansa.v13i2.1948.
- [6] M. Warsela, A. D. Wahyudi, and A. Sulistiyawati, "Penerapan Customer Relationship Management Untuk Mendukung Marketing Credit Executive (Studi Kasus: Pt Fif Group)," *J. Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 2, no. 2, p. 78, 2021.
- [7] Y. O. Siallagan, N. F. Saragih, and J. M. Hutapea, "Implementasi Customer Relationship Management(Crm) Pada Toko Roti Ganda Berbasis Web," *Method. J. Tek. Inform. dan Sist. Inf.*, vol. 6, no. 1, pp. 6–13, 2020, doi: 10.46880/mtk.v6i1.247.
- [8] S. S. Lubis, F. S. Lubis, and B. Hendrik, "Customer Relationship Management Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Doorsmeer Keluarga Nasution Menggunakan Metode Algoritma K-Means," *Jised J. Inf. Syst. Educ. Dev.*, vol. 1, no. 2, pp. 33–40,

- 2023.
- [9] C. N. Amroe, “Implementasi Crm Dalam Mempertahankan Pelanggan Di Cinta Hijab Store,” 2022.
- [10] N. A. A. Anggara, J. Hutahaean, and M. Iqbal, “Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Dalam Sistem Informasi Penjualan Kosmetik Berbasis Web,” *Build. Informatics, Technol. Sci.*, vol. 3, no. 4, pp. 480–488, 2022, doi: 10.47065/bits.v3i4.1440.
- [11] N. D. A. Deasy Purwaningtiyas, Muhammad Nasihin, *E-Business: Konsep Dasar E-Business Di Era Digital*. Universitas Bina Sarana Informatika, 2020.
- [12] Y. Rosanti, I. Irawan, and M. D. T. Putra, “Tantangan dan Strategi Customer Relationship Marketing dengan Prinsip Cleanliness, Health, and Safety (CHS) dalam Upaya Pemulihan Ekonomi di Kawasan ...,” *Pros. Konf. Nas. ...*, vol. 1177, pp. 1–12, 2021.
- [13] Mochammad Iqbal Syidik, M Dzikron, and I. Bachtiar, “Perbaikan Kualitas Produk Tas Kulit dengan Menggunakan Metode Teorija Rezhenija Izobretatelskih Zadach (TRIZ) pada CV. X – Bandung,” *J. Ris. Tek. Ind.*, vol. 1, no. 1, pp. 43–48, 2021, doi: 10.29313/jrti.v1i1.95.
- [14] R. Goyena and A. G. Fallis, “Sistem Informasi Pengelolaan Data Alumni Berbasis Web (Studi Pada Fakultas Sain, Teknologi Dan Informasi) Universitas Sari Mutiara Indonesia,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2019.
- [15] Indrawan and D. Oktarina, “Sistem Penilaian Kinerja untuk Peningkatan Akurasi Dalam Pemberian Kenaikan Gaji Karyawan dengan Metode 360 Degree,” *J. Mhs. Apl. Teknol. Komput. dan Inf.*, vol. 4, no. 1, pp. 14–18, 2022.
- [16] A. Rona, M. Sihombing, I. Kelana Jaya, I. S. Dumayanti, and H. Artikel, “Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Pada Toko Premium Kids Berbasis Web,” *J. Ilm. Sist. Inf.*, vol. 3, no. 1, pp. 52–58, 2023.
- [17] B. R. Tamara and T. Purwinarti, “Strategi Customer Relationship Management PT Wahana Makmur Sejati untuk Mempertahankan Member Honda VIP Card,” *J. Adm. Prof.*, pp. 45–51, 2020.
- [18] I. Muhammad, M. Masnur, and A. G. Syam, “Aplikasi Qr Code Sebagai Sarana Penyampaian Informasi Pohon Dikebun Raya Jompie,” *J. Sintaks Log.*, vol. 1, no. 1, pp. 33–41, 2021, doi: 10.31850/jsilog.v1i1.694.
- [19] M. Y. P. Ilham Budiman, Sopyan Saori, Ramdan Nurul Anwar, Fitriani, “Analisis Pengendalian Mutu Di Bidang Industri Makanan:(Studi Kasus: UMKM Mochi Kaswari Lampion Kota Sukabumi),” *J. Inov. Penelit.*, vol. 1, no. 0.1101/2021.02.25.432866, pp. 1–15, 2021.
- [20] Safwandi, “Analisis Perancangan Sistem Informasi Sekolah Menengah Kejuruan 1 Gandapura Dengan Model Diagram Konteks Dan Data Flow Diagram,” *J. Teknol. Terap. Sains*, vol. 2, no. 2, pp. 1–5, 2021.
- [21] R. M. Lanti, “Aplikasi Online Pengiriman Dan Pengarsipan Dokumen Materi Untuk Gubernur,” Universitas Katolik De La Salle Manado, 2022.