

Pengaplikasian Customer Relationship Management Di PT. XYZ Berbasis Web

Putri Ayu Monika¹, Khairul Ummi²

^{1,2}Prodi Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Potensi Utama, Indonesia

*Corresponding Author. E-mail: putriayumonika99@gmail.com

Abstrak

PT. XYZ melayani transaksi penjualan bahan baku setiap satuannya kepada grosir-grosir maupun masyarakat dari seluruh wilayah dan juga dapat menerima orderan dropshipping yang akan menawarkan berbagai program, promo atau sale yang menarik untuk setiap konsumen aktif. Masalah yang terjadi dalam bidang penjualan di PT. XYZ yaitu proses transaksi jual beli yang masih mengharuskan para customer untuk datang langsung ke PT. XYZ. Sehingga hal ini menyulitkan customer untuk datang jika berada di tempat yang jauh. Disisi lain customer juga merasakan pelayanan yang kurang maksimal dari transaksi jual beli yang dilakukan diantaranya komentar yang kurang direspon, tidak ada wadah pemberian rating. Tujuan dari penelitian ini membuat aplikasi yang menggunakan Customer Relationship Management berbasis web, dengan mengandalkan fitur dan manfaat yang lengkap yang disediakan maka para pelanggan mendapatkan pelayanan maksimal. Dengan menggunakan aplikasi Penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada PT. XYZ berbasis web maka customer tidak lagi datang ke perusahaan untuk transaksi jual beli.

Kata kunci: penerapan, *customer relationship managment, web*

Abstract

PT. XYZ serves raw material sales transactions per unit to wholesalers and the public from all regions and can also accept dropshipping orders which will offer various attractive programs, promos or sales for every active consumer. Problems that occur in the field of sales at PT. XYZ is the process of buying and selling transactions that still require customers to come directly to PT. XYZ. So this makes it difficult for customers to come if they are in a far away place. On the other hand, customers also feel that service is less than optimal from buying and selling transactions, including comments that are not responded to, there is no place for giving ratings. The purpose of this research is to create an application that uses Customer Relationship Management (CRM) based WEB, by relying on the complete features and benefits provided, so by using the Application of Customer Relationship Management (CRM) at PT. XYZ is web-based, so customers no longer come to the company for buying and selling transactions.

Keywords: *implementation, customer relationship management, web*

PENDAHULUAN

PT. XYZ melayani transaksi penjualan bahan baku material setiap satuannya kepada grosir-grosir maupun masyarakat dari seluruh wilayah dan juga dapat menerima orderan *dropshipping* yang akan menawarkan berbagai program, promo atau *sale* yang menarik untuk setiap

konsumen aktif. Masalah yang terjadi dalam bidang penjualan di PT. XYZ yaitu menurunnya omset penjualan yang diakibatkan oleh penjualan yang dilakukan hanya dengan menunggu *Customer* yang datang membeli tanpa adanya aplikasi yang dipublikasikan. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah sistem yang dapat membantu PT.

Submitted
04-02-2023

Accepted
07-02-2023

Published
12-02-2023

 <https://doi.org/10.56248/datateknologi.v1i1.50>

XYZ dalam bidang penjualan khususnya untuk memberikan kemudahan *Customer* dalam melakukan transaksi pembelian.

Perkembangan teknologi komputer berkembang pesat pada saat ini (Dakhi et al., 2022; Irawan, 2019), sehingga dengan memanfaatkan teknologi komputer orang-orang dapat dengan mudah mendapatkan informasi, bertransaksi dan bertemu melalui perangkat komputer (Al Mudzakir 7 Bakar, 2020; Dakhi et al., 2020; Kifti & Swaradana, 2020). Oleh karena itu perlu memanfaatkan komputer untuk membuat sebuah aplikasi yang dapat membantu PT. XYZ dalam bidang penjualan yaitu dengan membuat aplikasi berbasis *web* untuk dapat melakukan penjualan serta memberikan fitur yang diinginkan para *customer* (Babar & Saitakela, 2019; Zakaria & Marlia, 2019). Akan tetapi dibutuhkan sebuah strategi yang dapat memaksimalkan pelayanan PT. XYZ pada aplikasi yang akan dibuat.

Dari beberapa penelitian terdahulu Simarmata & Hasibuan (2018) yang menggunakan *Customer Relationship Management* dan telah berhasil mengatasi masalah penjualan maka penelitian ini membuat aplikasi yang menggunakan *Customer Relationship Management* (CRM). *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan strategi yang diimplementasikan secara luas untuk mengatur hubungan antara perusahaan dengan pelanggan dan calon pelanggan (Warsela & Wahyudi, 2021). *Customer Relationship Management* sebagai suatu proses pengumpulan informasi yang akan meningkatkan pemahaman terhadap bagaimana mengelola hubungan organisasi dengan pelanggannya. Sehingga dengan adanya *Customer Relationship Management* (CRM) maka *customer* akan mendapatkan pelayanan yang lebih maksimal dan PT. XYZ mendapatkan *customer* yang setia.

METODE

Di dalam menyelesaikan penelitian ini menggunakan beberapa metode studi yaitu :

1. Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan dengan mengadakan studi langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data yaitu peninjauan langsung ke lokasi studi. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis adalah :

a. Pengamatan (*Observation*)

Pengamatan dilakukan terhadap bagaimana proses kerja dalam pada PT. XYZ yang masih manual, dan data yang didapatkan yaitu data penjualan untuk mendukung sistem yang akan dibuat.

b. Wawancara (*Interview*)

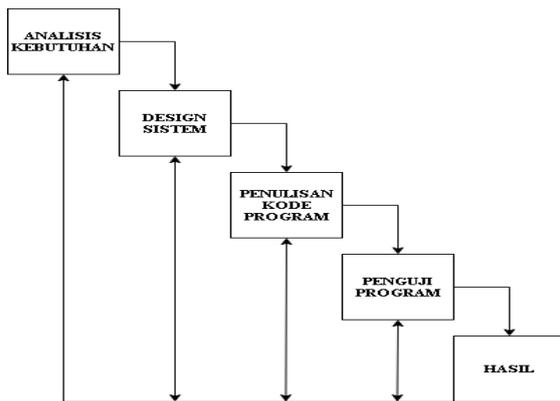
Wawancara dilakukan dengan salah satu petinggi yang ada di perusahaan yaitu Bapak Misnan selaku manager perusahaan guna mendapatkan informasi mengenai sistem penjualan yang berjalan pada perusahaan.

c. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi pustaka untuk memperoleh data-data yang berhubungan dengan konsep *Customer Relationship Management*.

Metode Pengembangan Perangkat Lunak

Metode yang digunakan sebagai dasar untuk menentukan pembuatan aplikasi berdasarkan model pengembangan perangkat lunak yaitu model air terjun (*waterfall*). Model air terjun menyediakan pendekatan alur hidup perangkat lunak secara sekuensial atau terurut dimulai dari analisis, desain pengodean, pengujian dan tahap pendukung (*support*)” (Mulyawan, Rosadi & Dianawati, 2019). Model *Waterfall* bisa dilihat pada gambar 1



Gambar 1. Gambar Diagram Waterfall

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisa Masalah

PT. XYZ melayani transaksi penjualan bahan baku setiap satuannya kepada grosir maupun masyarakat dari seluruh wilayah dan juga dapat menerima orderan *dropshipping* yang akan menawarkan berbagai program, promo atau *sale* yang menarik untuk setiap konsumen aktif. Masalah yang terjadi dalam bidang penjualan di PT. XYZ yaitu proses transaksi jual beli yang masih mengharuskan para *Customer* untuk datang langsung ke perusahaan. Sehingga hal ini menyulitkan *Customer* untuk datang jika berada di tempat yang jauh. Disisi lain *Customer* juga merasakan pelayanan yang maksimal dari transaksi jual beli yang dilakukan diantaranya komentar yang kurang direspon, tidak ada wadah pemberian rating dan sulit melakukan transaksi jual beli jika harus datang langsung. Oleh karena itu penelitian ini membuat aplikasi yang menggunakan teknik *Customer Relationship Management* (CRM). Sehingga dengan adanya *Customer Relationship Management* (CRM) maka *Customer* akan mendapatkan pelayanan yang lebih maksimal dan PT. XYZ mendapatkan *Customer* yang setia. Berikut Merupakan fitur strategi CRM pada tabel 1.

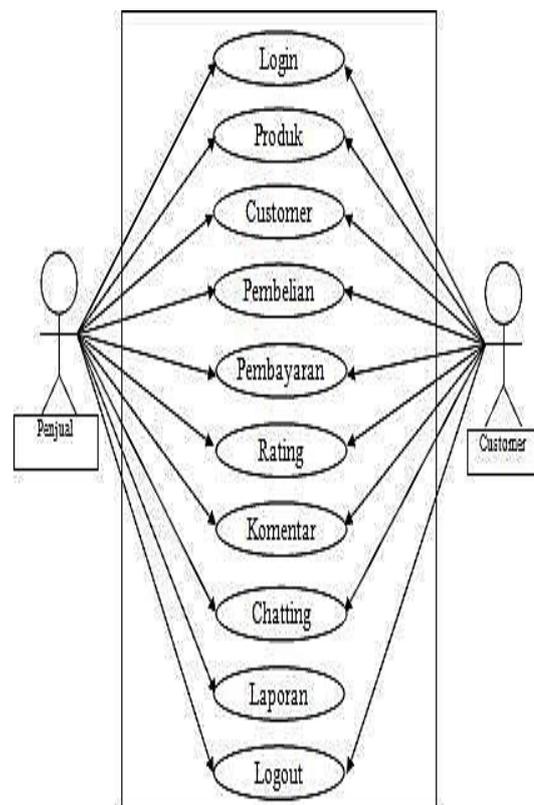
Tabel 1. Fitur-Fitur CRM

Strategi	Fitur
1. Memberikan Informasi Mengenai Produk. Yang Dijual	1. Informasi Detail Tentang Produk
2. Memberikan Kemudahan	

Dalam Transaksi Pembelian.	2. Pembelian Dapat Dilakukan Dimana Saja
3. Pembayaran Dengan Tidak Mempersulit Pelanggan.	3. Rating Pada Setiap Produk
4. Mengizinkan Pelanggan Memberikan Rating Terhadap Produk.	4. Komentar Pada Setiap Produk
5. Menyediakan Kotak Saran/Komentar.	5. Chatting
6. Pelanggan Dapat Bertanya Langsung Untuk Informasi Yang Jelas Mengenai Produk Yang Dijual.	

2. Desain Sistem

Menjelaskan *Use Case Diagram* tentang penerapan *customer relationship management* (CRM) pada PT. XYZ berbasis *web*. Gambar *Use case diagram* dapat dilihat pada gambar 2



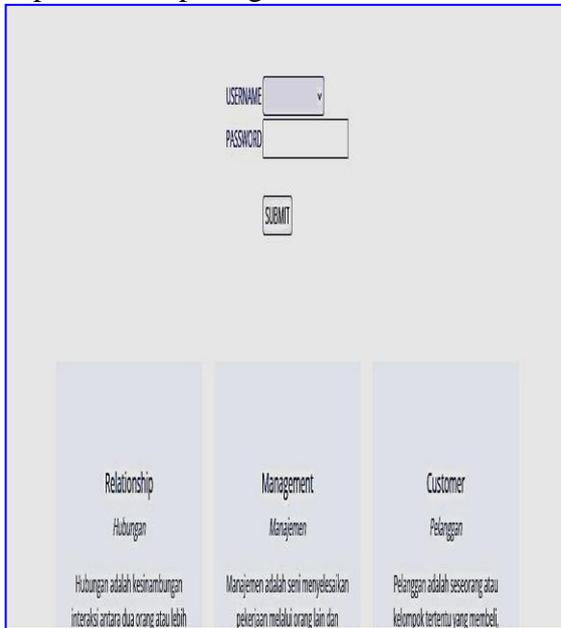
Gambar 2. *Use Case* Penerapan *Customer Relationship Management* di PT. XYZ

3. Tampilan Web

Tampilan aplikasi hasil yang di rancang adalah sebagai berikut:

a. Tampilan Form Login

Tampilan yang disajikan oleh sistem untuk melakukan login admin atau *user* dapat di lihat pada gambar 3 di bawah ini.



Gambar 3. Tampilan Form Login

b. Tampilan Form Produk

Tampilan *Form* Produk disajikan untuk menampilkan data Produk, tampilan *form* Penyajian dapat di lihat pada gambar 4 di bawah ini.

Data Produk						
Jenis Produk	Nama Produk	Harga	Sisa	Gambar	Diskon	Aksi
bahan cair	thinner	15000	277			
bahan padat	kanga bearing 50mm	3000000	67			
bahan padat	baut mur c/w 50x2	4620	1670			
bahan padat	pipa SCH 40tr	2382400	82			
bahan padat	seng gelombang 100x60	120000	63			
bahan padat	silu 55x65x66	470400	70			

Gambar 4. Tampilan Form Produk

c. Tampilan Form Konsumen

Tampilan *Form* Konsumen disajikan untuk menampilkan data Konsumen, tampilan *form* Konsumen seperti gambar 5.

Data Customer				
Nama Customer	No Handphone	Email	Alamat	Aksi
herdi	29232125	herdi@gmail.com	medan	
randi	5352445	randi@gmail.com	stabat	
putri	00225537474	putriyu@gmail.com	medan	
melysucanti	08517026374	melysucanti@gmail.com	j. ueban	
melysucanti	08517026374	melysucanti@gmail.com	j. ueban	

Gambar 5. Tampilan Form Konsumen

d. Tampilan Form Pembelian

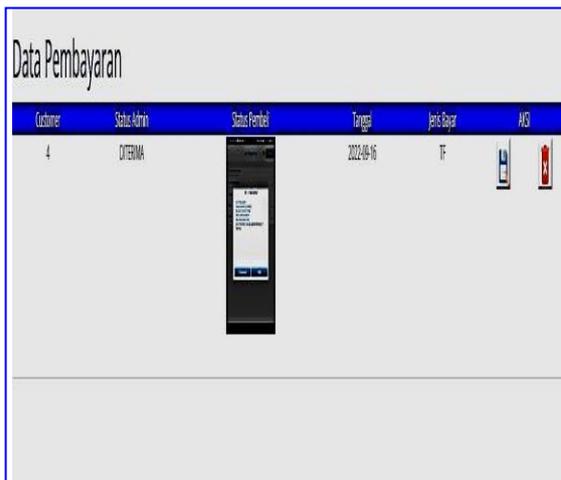
Tampilan *Form* Pembelian disajikan untuk menampilkan data Pembelian yang tersedia, tampilan *form* Pembelian seperti pada gambar 6 di bawah ini.

Data Pembelian					
Customer	Produk	Tanggal	Jumlah	Total	Aksi
Herdi	silu 55x65x66	2022-10-12	5	2352000	
Khairul Ummi	pipa SCH 40tr	2022-10-12	9	2149600	
Khairul Ummi	silu 55x65x66	2022-10-13	3	1411200	
Herdi	silu 55x65x66	2022-10-14	6	2822400	
Fikri Pratio	silu 55x65x66	2022-10-14	9	4236800	
Herdi	seng gelombang 100x60	2022-10-14	7	840000	
Khairul Ummi	pipa SCH 40tr	2022-10-14	6	1409600	
Mely Sucanti	seng gelombang 100x60	2022-10-14	6	720000	
daffa	silu 55x65x66	2022-11-03	6	2822400	

Gambar 6. Tampilan Form Pembelian

b. Tampilan Form Pembayaran

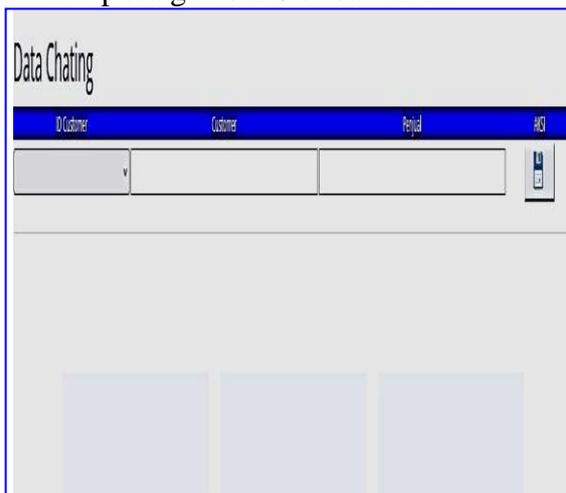
Tampilan *Form* Pembayaran disajikan untuk menampilkan data Pembayaran yang tersedia, tampilan *form* Pembayaran dapat di lihat pada gambar 7 di bawah ini.



Gambar 7. Tampilan Form Pembayaran

c. Tampilan Form Chatting

Tampilan *Form Chatting* disajikan untuk menampilkan data *Chatting* yang tersedia, tampilan *form* Pembayaran dapat di lihat pada gambar 8 di bawah ini.



Gambar 8. Tampilan Form Chatting

d. Tampilan Form Rating

Tampilan *Form Rating* disajikan untuk menampilkan data *Rating* yang tersedia, tampilan *form* Pembayaran dapat di lihat pada gambar 9 di bawah ini.



Gambar 9. Tampilan Form Rating

e. Tampilan Form Komentar

Tampilan *Form Komentar* disajikan untuk menampilkan data Komentar yang tersedia, tampilan *form* komentar dapat di lihat pada gambar 10 di bawah ini.



Gambar 10. Tampilan Form Rating

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan telah dilakukan maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu (1) dengan menggunakan aplikasi penerapan CRM pada PT. XYZ berbasis *web* maka *Customer* tidak lagi datang ke perusahaan untuk transaksi jual beli; (2) dengan menggunakan aplikasi Penerapan CRM Pada PT. XYZ berbasis *Web* maka dengan menggunakan pemrograman *java android* dan *web* maka dapat menghasilkan aplikasi Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) Pada PT. XYZ Berbasis *Web*.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Mudzakir, T., & Bakar, A. (2020). Desain Dan Implementasi Customer Relationship Management Berbasis Web (Studi Kasus: Toko Baju Ladya). *Systematics*, 2(1), 1-11.
- Babar, M. P., & Saitakela, M. (2019). Implementasi Customer Relationship Management (Crm) Pada Klinik Valerie Beauty. *JITU: Journal Informatic Technology And Communication*, 3(1), 58-63.
- Dakhi, O., JAMA, J., & IRFAN, D. (2020). Blended learning: a 21st century learning model at college. *International Journal Of Multi Science*, 1(08), 50-65.
- Dakhi, O., Irfan, D., Jama, J., Ambiyar, A., Simatupang, W., Sukardi, S., & Zagoto, M. M. (2022). Blended Learning And Its Implications For Learning Outcomes Computer And Basic Networks For Vocational High School Students In The Era Of COVID-19 Pandemic. *International Journal of Health Sciences*, 6(S4). <https://doi.org/10.53730/ijhs.v6nS4.10976>
- Damanik, E., & Siregar, I. M. (2021). Pengembangan Sistem Customer Relationship Management Berbasis Web Pada PT. Terus Mega Tara Jakarta. *Jurnal Tekinkom (Teknik Informasi dan Komputer)*, 4(1), 60-69.
- Irawan, Y. (2019). Sistem Informasi Pemasaran Busana Syar'i Dengan Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web. *INTECOMS: Journal of Information Technology and Computer Science*, 2(1), 1-9.
- Kifti, W. M., & Swaradana, W. (2020). Analisis Dan Perancangan E-Marketing Dengan Konsep Customer Relationship Manajemen (CRM). *Journal Of Science And Social Research*, 3(1), 57-63.
- Mulyawan, A., Rosadi, D., & Dianawati, D. (2019). Sistem Informasi Customer Relationship Management Cv. Junindo Pratama. *Jurnal Computech & Bisnis (e-Journal)*, 13(1), 36-41.
- Simarmata, E. R., & Hasibuan, D. (2018). Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada Aplikasi Penjualan Berbasis Web PT. Buana Telekomindo. *Jurnal Times*, 7(1), 8-14.
- Sugiarni, N. L. M., Pramana, D., & Puspita, N. N. H. (2015). Implementasi CRM (Customer Relationship Management) Pada Sistem Informasi Travel X Berbasis Web. *Jurnal Sistem dan Informatika (JSI)*, 9(2), 51-59.
- Warsela, M., Wahyudi, A. D., & Sulistiyawati, A. (2021). Penerapan Customer Relationship Management Untuk Mendukung Marketing Credit Executive (Studi Kasus: Pt Fif Group). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(2), 78-87.
- Zakaria, H., & Marlia, A. E. (2019). Perancangan Sistem Informasi Customer Relationship Management (CRM) untuk Meningkatkan Loyalitas dan Pelayanan Customers Berbasis Web dengan Model Waterfall. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi*, 2(2), 66-72.