

Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Dalam Sistem Informasi Penjualan Kosmetik Berbasis Web

Nadia Ayu Agustri Anggara^{*}, Jeperson Hutahaean, Muhammad Iqbal

Program Studi Sistem Informasi, STMIK Royal Kisaran, Kisaran, Indonesia

Email: ¹nadiaanggara2000@gmail.com, ²jepersonhutahean@gmail.com, ³iqbalmh@royal.ac.id,

Email Penulis Korespondensi: nadiaanggara2000@gmail.com

Submitted: 21/03/2022; Accepted: 26/03/2022; Published: 31/03/2022

Abstrak—CRM adalah strategi pemasaran untuk menciptakan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan mengurangi kemungkinan pelanggan pindah ke pesaing lain. Penelitian ini menyajikan analisis pengembangan CRM berbasis web dalam Sistem Informasi Pemasaran di Toko ZU MS GLOW SUMUT STOCKIST. Hasilnya adalah aplikasi sistem CRM berbasis web yang dapat mengelola data pelanggan, promosi produk, penjualan produk, data dan pengelolaan layanan pelanggan yang digunakan untuk menyimpan pertanyaan dan keluhan pelanggan untuk membuat hubungan baik dengan pelanggan. Aplikasi ini, Toko ZU MS GLOW SUMUT STOCKIST diharapkan tetap baik hubungan dengan pelanggan atau mendapatkan pelanggan baru, yang pada akhirnya membawa keuntungan bagi perusahaan. Dengan metode ini dapat diperoleh hasil berupa terwujudnya sebuah Aplikasi Customer Relationship Management untuk mempermudah, mempercepat dan mengoptimalkan kualitas pelayanan pelanggan.

Kata Kunci: Manajemen; Pelanggan; CRM; Web

Abstract—CRM is a marketing strategy to create and maintain a good relationship with customer and decrease the possibility customer move away to other competitors. This research present the analysis of web-based CRM development in Marketing Information System at Toko ZU MS GLOW SUMUT STOCKIST. The result is an CRM web-based system which can manage customer data, product promotion, product sales data and managing of customer service that used to save customer question and complain to create good relationship with customer. This application, Toko ZU MS GLOW SUMUT STOCKIST is expected to maintain good relationship with customer or get new customer, which eventually bring benefits to the company. With this method, results can be obtained in the form of the realization of a Customer Relationship Management Application to simplify, accelerate and optimize the quality of customer service.

Keywords: Customer; Management; CRM; Web

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi informasi saat ini yang semakin pesat, membuat para pelanggan pada suatu perusahaan lebih pintar dan semakin banyak memberikan tuntutan. Pelanggan lebih mudah dalam mencari informasi, dengan menggali berbagai informasi yang dibutuhkan dari sumber informasi global di dunia maya (*internet*), sehingga para pelanggan dapat mengetahui berbagai informasi baik harga, kualitas, sistem pembayaran, pelayanan, serta kemudahan lainnya yang dapat ditawarkan oleh perusahaan[1]. Maka perusahaan dapat menerapkan metode *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan integrasi antara teknologi informasi dan pemasaran, dimana dengan memanfaatkan CRM, perusahaan akan mengetahui apa yang diharapkan dan diperlukan pelanggan, sehingga akan tercipta ikatan emosional yang mampu menciptakan hubungan bisnis yang erat dan terbuka serta komunikasi dua arah di antara perusahaan dan para pelanggan[2].

Customer Relationship Management (CRM) adalah aktivitas, usaha dan strategi yang melibatkan seluruh sumber daya untuk menjalin, mengelola, dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan yang ada, untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan. *Customer Relationship Management* (CRM) adalah sebuah strategi penjualan, pemasaran, dan pelayanan dengan menggunakan teknologi informasi melalui filosofi dan budaya bisnis yang berpusat pada pelanggan, sehingga proses-proses bisnis tersebut menjadi lebih efektif[1].

Salah satu keunggulan dalam peningkatan layanan adalah dengan penerapan konsep Manajemen Hubungan Pelanggan atau *Customer Relationship Management* (CRM). *Customer Relationship Management* (CRM) adalah merupakan filosofi bisnis yang menggambarkan suatu strategi penempatan *client* sebagai pusat proses, aktivitas dan budaya. Konsep ini telah dikenal dan banyak diterapkan untuk meningkatkan pelayanan di perusahaan[3].

Customer Relationship Management (CRM) adalah mengatur hubungan antara perusahaan dan pelanggan sehingga keduanya mendapatkan nilai maksimum dari hubungan tersebut. *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan strategi yang baik untuk tetap menjalin hubungan dengan konsumen yang sudah ada sebelumnya karena dapat menekan pengeluaran berlebih dan tidak dibutuhkan, serta dapat menarik konsumen yang baru. Memaparkan suatu usaha untuk memahami kebutuhan para konsumen sangat dibutuhkan untuk menjaga kepercayaan dan meningkatkan nilai loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Ada berbagai jenis metode di dalam CRM yang dapat memudahkan para peneliti untuk menyelesaikan penelitiannya. *Rapid Application Development* (RAD) adalah pengembangan suatu sistem informasi dengan waktu yang relatif singkat[4]. Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen (pembeli)[5]. Kosmetik, yang dalam bahasa Inggris "*cosmetics*" berasal dari kata "kosumen" (Yunani) yang artinya "berhias". Bahan yang digunakan dalam usaha untuk mempercantik diri ini, dahulu diramu dari bahan-bahan alami yang terdapat pada lingkungan sekitar[5].

Metode *Rapid Application Development* (RAD) yaitu suatu pendekatan berorientasi objek terhadap pengembangan sistem yang mencakup suatu metode pengembangan serta perangkat lunak[2]. Metode *Rapid Application Development* (RAD) telah banyak digunakan dalam beberapa studi kasus di antaranya dengan judul “Peningkatan Kualitas Pelayanan Melalui CRM dengan metode RAD”. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan metode RAD proses pembangunan sistem CRM menjadi lebih cepat dan sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha. Selain itu, dengan adanya CRM tingkat kepuasan pelanggan meningkat hingga 85% dan memudahkan pelaku usaha dalam menjalankan usahanya[4]. Aplikasi sistem menggunakan bahasa pemrograman PHP dengan editor sublime text dan menggunakan penyimpanan database Mysql[6][7].

MS GLOW merupakan produk *skin care* dan kosmetik yang telah mendapatkan sertifikat BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) dan mendapatkan sertifikat halal dari pemerintah Indonesia. MS GLOW berdiri pada tahun 2013 oleh Shandy Purnamasari dan Maharani Kemala. MS GLOW merupakan singkatan dari *Magic For Skin* sebuah produk *glowing* yang terbaik di Indonesia. MS GLOW menciptakan produk seperti *skincare*, *bodycare* dan kosmetik, MS GLOW juga memiliki produk yang aman dan berkualitas, sehingga MS GLOW menjadi solusi yang utama bagi para konsumen. MS GLOW lahir dari pemikiran dua *founder* yang mempunyai visi dan misi yang sama yaitu memberikan kemudahan dalam perawatan kesehatan kulit dan mengangkat produk lokal untuk kosmetik dan perawatan kulit agar dapat bersaing di era globalisasi[8]. Produk yaitu MS GLOW *Kids* atau disingkat MS GLOW *Kids* yang bisa dipakai untuk anak usia 0 bulan hingga remaja, bahkan Produk Vitamin MS GLOW *Kids* yang dibuat khusus untuk usia 2 tahun hingga remaja yang memiliki kandungan 100% herbal. Adapun penggunaan MS GLOW dari usia Remaja Hingga Lanjut Usia, produk tersebut bisa digunakan mulai umur 17 tahun, tetapi pelanggan sebelum membeli MS GLOW terlebih dahulu harus konsultasi kepada penjual agar bisa dikondisikan dengan kulit mereka masing-masing[9]. MS GLOW juga ada beberapa produk seperti MS GLOW *Whitening Series* untuk kulit wajah normal, sedangkan MS GLOW *Acne Series* untuk kulit berjerawat, dan produk *Ultimate* untuk usia 30 tahun ke atas [10].

Persaingan bisnis online semakin ketat keberadaan informasi menjadi begitu penting. Sama halnya dengan Toko ZU MS GLOW SUMUT *STOCKIST* yang berdomisili di Simpang Empat, Jalan Perintis Kemerdekaan No.94, Simpang Pasar Benteng. Toko tersebut membutuhkan suatu *website* interaktif tujuan untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan kepada pelanggan pembelian, karena selama ini toko tersebut masih melakukan pencatatan secara manual dan menjual produk hanya di toko saja. Jika pelanggan ingin membeli suatu barang harus datang langsung ke toko tersebut hal ini yang menyebabkan jangkauan pemasaran yang kurang efektif sehingga pencatatan produk dan transaksi masih dilakukan secara manual yaitu dicatat atau direkap pada buku. Pencatatan pada buku tersebut bisa mengakibatkan rentan akan hilangnya data pelanggan. Oleh karena itu, dibutuhkan yang dapat mendukung proses pemasaran dan penjualan produk kepada pelanggan dengan menggunakan metode *Customer Relationship Management* (CRM) melalui teknologi internet. Sistem dirancang dengan menggunakan metode *Rapid Application Development* (RAD)[11].

Dengan adanya sistem tersebut pada perusahaan di harapkan dapat membantu mempromosikan produk secara efektif atau efisien, menjaga hubungan baik dengan pelanggan, mempertahankan pelanggan baru ataupun lama, memberikan kemudahan kepada pelanggan[12] dalam mengakses barang yang ditawarkan. Toko ZU MS GLOW SUMUT *STOCKIST* hanya dapat menjual produk kosmetik secara manual kepada pelanggan, sehingga belum mendapatkan hasil pemasaran produk secara efektif[13]. Dalam melakukan pemasaran produk, Toko ZU MS GLOW SUMUT *STOCKIST* hanya melakukan secara langsung kepada pelanggan dengan memberikan brosur [14]. Belum menghasilkan penjualan yang optimal dalam pemasaran produk kosmetik yang luas sehingga tidak dapat menjangkau di luar daerah setempat atau di luar provinsi. Penelitian ini hanya membahas masalah sistem Perancangan *Customer Relationship Management* (CRM) dengan menggunakan metode *Rapid Application Development* (RAD)[15] berbasis web[16] di Toko ZU MS GLOW SUMUT *STOCKIST*. Bahasa pemrograman yang digunakan adalah PHP dengan DBMS adalah *MySQL*. Pembangunan sistem Perancangan[17] *Customer Relationship Management* (CRM) dengan menggunakan metode *Rapid Application Development* (RAD) [18] berbasis web. Untuk menarik minat pelanggan dan membuat pelanggan berlangganan dengan toko. Sehingga pelanggan dapat mengetahui informasi tentang produk ZU MS GLOW SUMUT *STOCKIST*. Untuk meningkatkan ketertarikan dan mempertahankan pelanggan agar setia dan berlangganan dengan toko. Mempermudah pelanggan dalam mendapatkan informasi dan produk yang ada di toko tersebut tanpa harus datang ke toko secara langsung. Bagi Toko ZU MS GLOW SUMUT *STOCKIST* hasil penelitian ini dapat digunakan dalam peningkatan konsumen dan penjualan yang dapat membantu perusahaan dalam memasarkan produknya lebih optimal[19].

Adapun penelitian terdahulu dengan judul “Perancangan Modul *Customer Relationship Management* (CRM) Menggunakan Metode *Rapid Application Development* (RAD) Pada *Start up* MaiProyek”. Adapun hasil penelitian tersebut adalah pengimplementasian fitur CRM yaitu pengaduan pelanggan, dan pengelola survey yang bertujuan untuk menangani keluhan pelanggan dan mengetahui kebutuhan pelanggan. Sehingga MaiProyek dapat terus mempertahankan pelanggan maupun menarik pelanggan baru[5]. Penelitian terdahulu yang lain dengan judul “Rancang Bangun *Customer Relationship Management* (CRM) Di Toko Anzie Menggunakan Metode RAD (*Rapid Application Development*)”. Adapun hasil dari penelitian ini berupa sistem berbasis *web* dan yang langsung bisa diakses admin kepada konsumen toko baju Anzie[20].

2. METODOLOGI PENELITIAN

CRM merupakan strategi tentang bagaimana mengoptimalkan profitabilitas melalui pengembangan kepuasan pelanggan. CRM merupakan suatu strategi yang menitikberatkan pada semua hal yang terkait dengan fokus pada pelanggan. CRM adalah proses mendapatkan, mempertahankan dan mengembangkan pelanggan yang menguntungkan.

2.1 Tahapan Penelitian

Untuk dapat memahami tahapan-tahapan dari kerangka kerja penelitian pada gambar di atas, maka dapat diuraikan pada pembahasan berikut :

1. Identifikasi Masalah
Pada tahap ini masalah yang diidentifikasi dalam penelitian yaitu belum adanya sebuah aplikasi sistem penjualan *online* yang berbasis web yang dapat memberikan solusi dari permasalahan yang teridentifikasi belum adanya aplikasi CRM penjualan kosmetik pada Toko ZU MS GLOW SUMUT *STOCKIST* yang dapat memberikan solusi CRM yang dapat meningkatkan hasil penjualan dan pemasaran produk secara optimal.
2. Perumusan Masalah
Setelah mengidentifikasi masalah yang akan diteliti, selanjutnya masalah tersebut dirumuskan sehingga mudah dipahami dan menemukan solusi atas permasalahan yang terjadi. Solusi dari hasil identifikasi yaitu dengan merancang aplikasi CRM penjualan kosmetik pada Toko ZU MS GLOW Sumut *STOCKIST* berbasis *web* diharapkan dapat meningkatkan hasil penjualan dan pemasaran produk secara optimal.
3. Desain Penelitian
Setelah masalah dirumuskan maka perlu mendesain atau merancang penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian yang jelas dan terstruktur serta menentukan batas-batas penelitian serta memberikan gambaran yang jelas terhadap kendala yang akan dihadapi.
4. Pengumpulan Data
Pengumpulan Data dikumpulkan dari berbagai sumber yang ada, pengumpulan data pada kepustakaan. Penelitian ini dilakukan dengan tiga teknik yaitu wawancara, observasi, dan studi pustaka.
5. Analisis Sistem
Tahap analisis ini dilakukan setelah perencanaan sistem dilakukan dan sebelum tahap desain sistem. Tahap analisis sistem ini merupakan tahap yang kritis dan sangat penting, karena kesalahan pada tahap ini menyebabkan kesalahan pada tahap selanjutnya.
6. Perancangan Sistem
Perancangan sistem merupakan tahapan bagaimana membentuk sistem yang akan dibuat. Aplikasi *Visual Paradigma* digunakan untuk membuat *Unified Modeling Language (UML)*, *flowchart* dan *entity relationship diagram*.
7. Implementasi dan Pengujian Sistem
Pengujian sistem dilakukan dengan memastikan apakah fungsi sistem bekerja dengan baik dan mencari kesalahan yang mungkin terjadi pada sistem, pendekatan yang dilakukan dalam pengujian *software* ini yaitu menggunakan pendekatan *black-box*. Pendekatan melakukan pengujian dengan berfokus pada kebutuhan fungsional dari *software*. Setelah tahap pengujian selesai dilakukan, maka sistem dapat diimplementasikan.
8. Analisis Hasil
Setelah implementasi sistem maka dilakukan analisis hasil dari sistem yang diimplementasikan.

2.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara jalan untuk memperoleh kembali pemecahan terhadap segala permasalahan. Di dalam penelitian dikenal adanya beberapa macam, teori untuk menerapkan salah satu metode relevan terhadap permasalahan tertentu, mengingat bahwa tidak setiap permasalahan dikaitkan dengan kemampuan sipeneliti dengan sembarang metode penelitian. Penulis akan menganalisis data melalui cara terbuka yaitu mendapat data dari lapangan dengan detail. Tujuan metode penelitian kualitatif ialah untuk mengumpulkan data secara akurat dan lengkap. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yaitu metode kualitatif merupakan metode yang menuju terhadap pemahaman secara mendalam, seperti wawancara dan observasi. Penulis akan menganalisa data melalui cara terbuka yaitu mendapat data dari wawancara dengan detail. Tujuan metode penelitian kualitatif ialah untuk mengumpulkan data secara akurat dan lengkap.

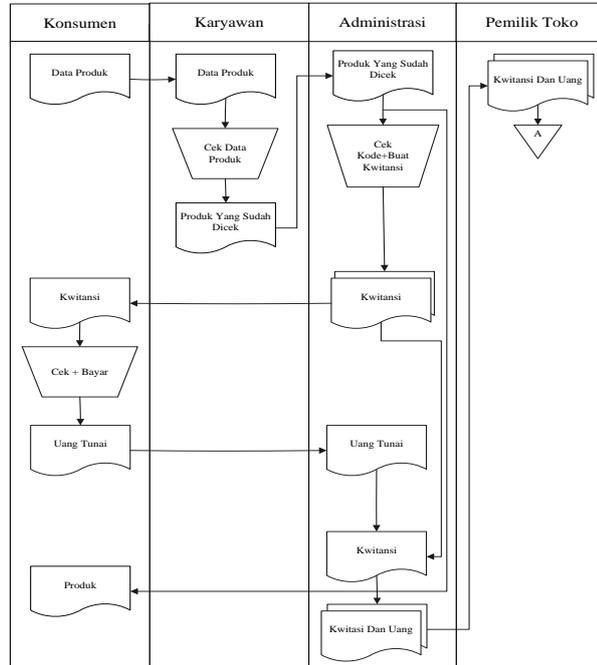
2.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Waktu Penelitian adalah suatu perancangan terhadap proses penelitian yang dirancang dari tahap awal sampai dengan tahapan akhir penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian melakukan riset dan mengambil data-data yang diperlukan di ZU MS GLOW SUMUT *STOCKIST* Simpang Empat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

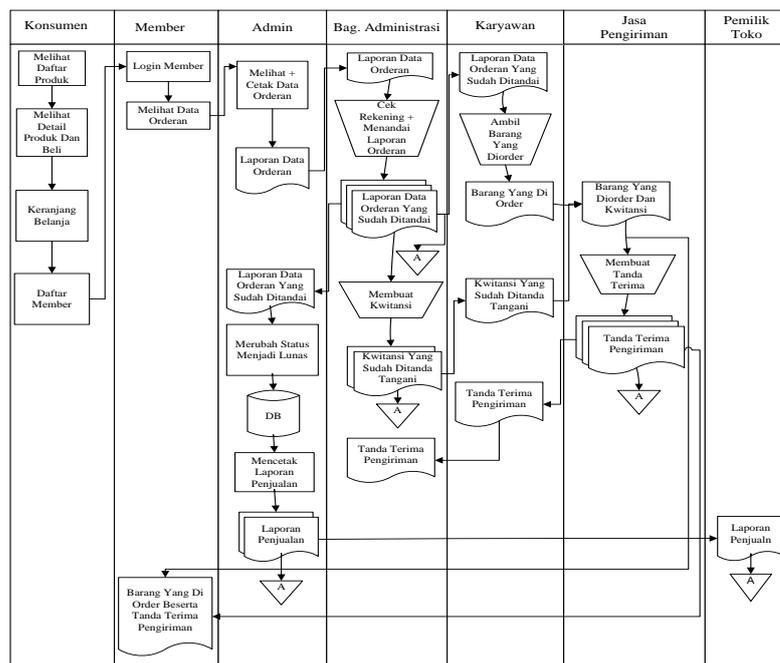
3.1 Analisa Sistem

Sistem yang dilakukan pada Toko Zu Msglow Sumut Stockist masih dilakukan secara manual, dan dapat dijelaskan dengan aliran sistem berikut ini



Gambar 1. ASI Yang Sedang Berjalan

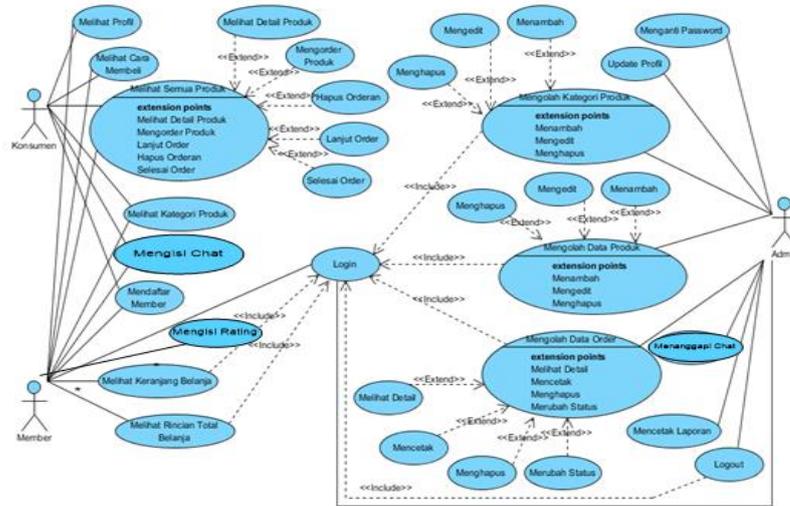
Sistem yang akan diusulkan adalah suatu sistem perancangan atau *design* yang menerapkan konsep Manajemen Hubungan Pelanggan atau *Customer Relationship Management (CRM)* untuk mendukung terwujudnya suatu sistem baru yang dapat memajukan proses pemasaran dan penyampaian informasi mengenai produk pada Toko Zu Msglow Sumut Stockist, agar dapat bersaing di dunia bisnis yang semakin maju ini. Aliran sistem yang baru menerapkan operasional dengan metode *Rapid Application Development (RAD)* dengan proses survey kebutuhan aplikasi terhadap pengguna, membuat gambaran nyata dari sebuah rancangan yang telah dibuat sebelumnya, pengguna untuk melakukan pengujian pada fitur yang dikembangkan, melakukan implementasi produk jika aplikasi telah lulus uji layakakan oleh pelanggan. Aliran sistem dengan menerapkan CRM dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. ASI Baru

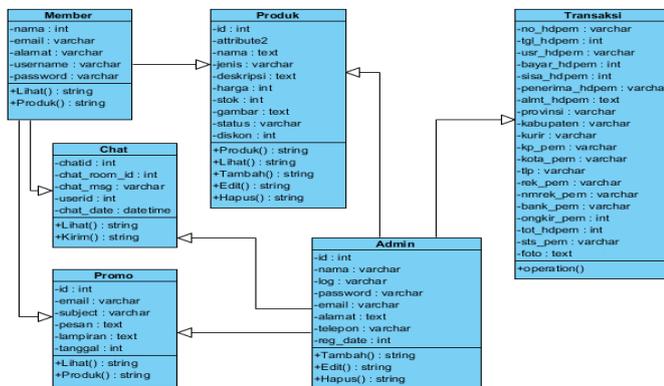
3.1 Unified Modelling Language

Secara garis besar, proses sistem yang akan dirancang pada Toko Zu Msglow Sumut Stockist digambarkan dengan *Use Case Diagram* yang terdapat pada gambar dibawah ini.



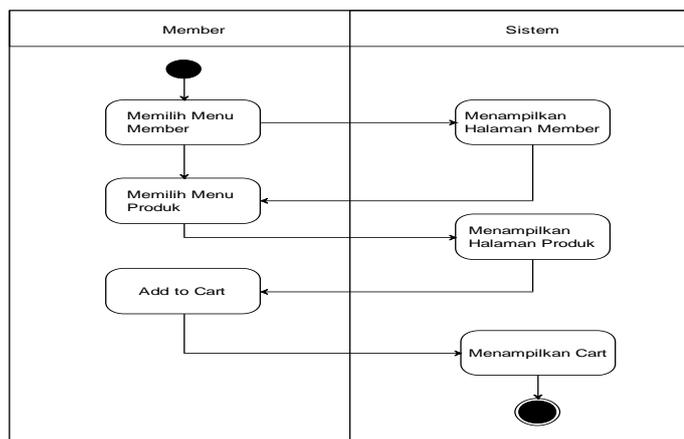
Gambar 3. Use Case Diagram

Class diagram adalah diagram yang menggambarkan struktur sistem dari segi pendefinisian kelas-kelas yang akan dibuat untuk membangun sistem. Kelas memiliki 3 bagian utama yaitu *attribute*, *operation*, dan *name*. kelas-kelas yang ada pada struktur sistem harus dapat melakukan fungsi-fungsi sesuai dengan kebutuhan sistem. Untuk lebih jelas *class diagram* pada sistem di Toko Zu Msglow Sumut Stockist ditunjukkan oleh Gambar 4.



Gambar 4. Class Diagram

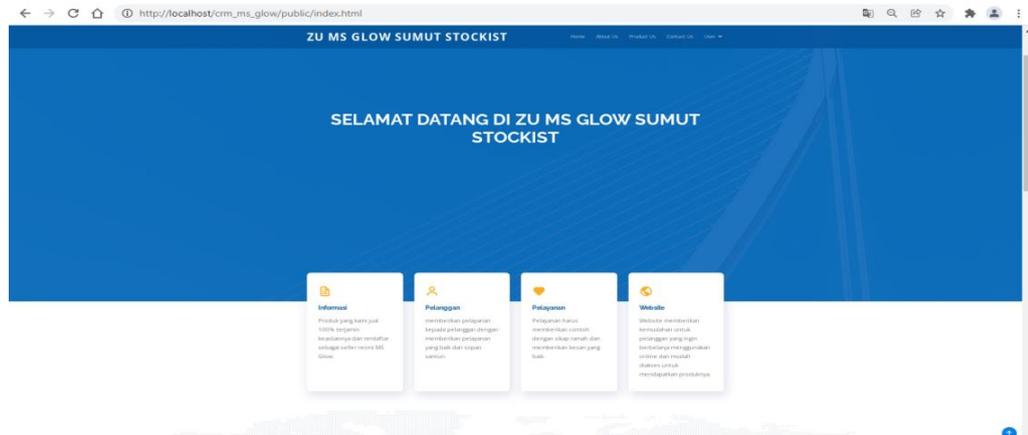
Bentuk *activity diagram* mengolah produk pada sistem yang akan dirancang di Toko Zu Msglow Sumut Stockist dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 5. Activity Diagram Mengolah Produk

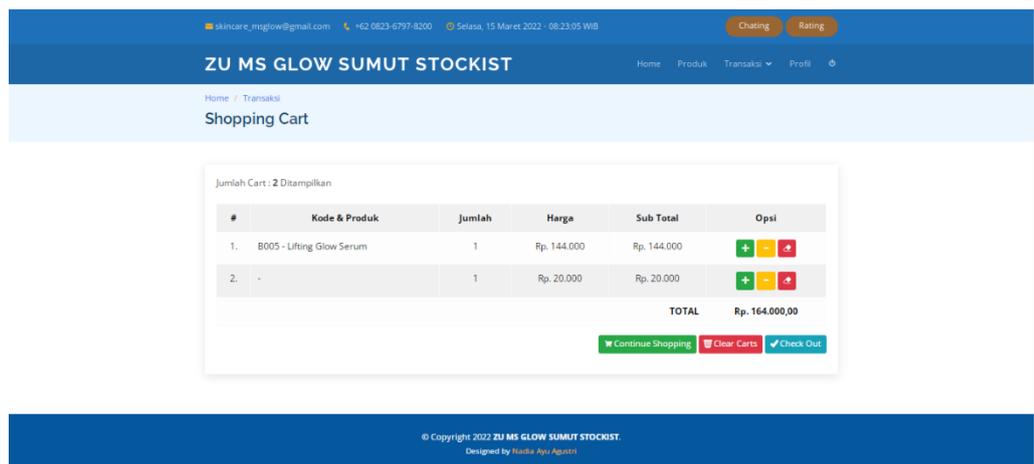
3.2 Implementasi Sistem

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



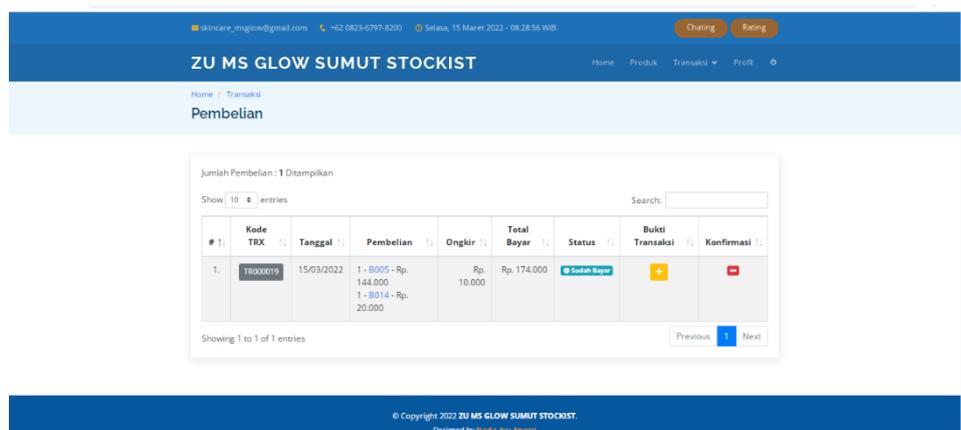
Gambar 6. Tampilan Halaman *Home*

Untuk membeli produk maka Member melakukan proses pembelian produk dengan mengklik *cart* sehingga produk masuk ke keranjang pembelian Member. Proses ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



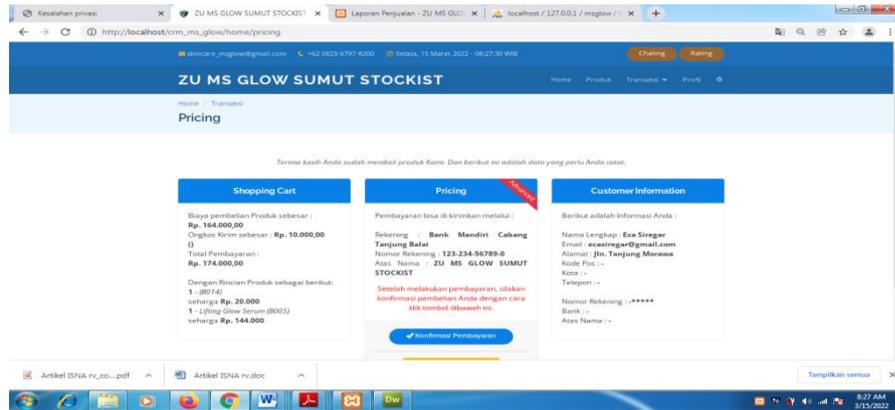
Gambar 7. Tampilan Halaman Transaksi *Cart*

Pembelian, berikut adalah halaman transaksi Pembelian:



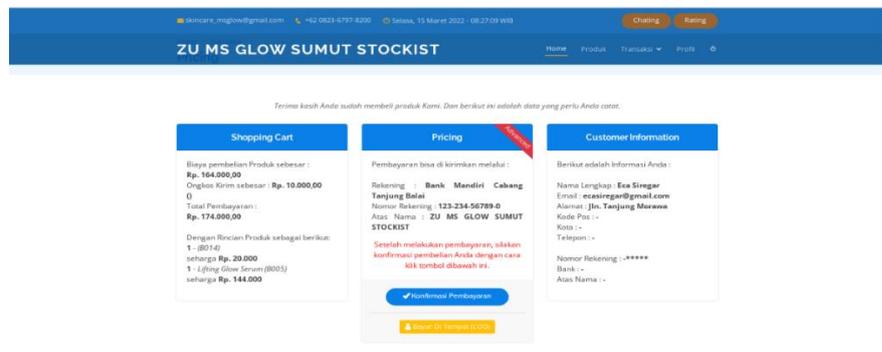
Gambar 8. Tampilan Halaman Transaksi Pembelian

Untuk melakukan pembayaran Member melakukan Transaksi pembayaran terlebih dahulu. Transaksi Pembayaran dapat dilihat pada gambar 9 di bawah ini.



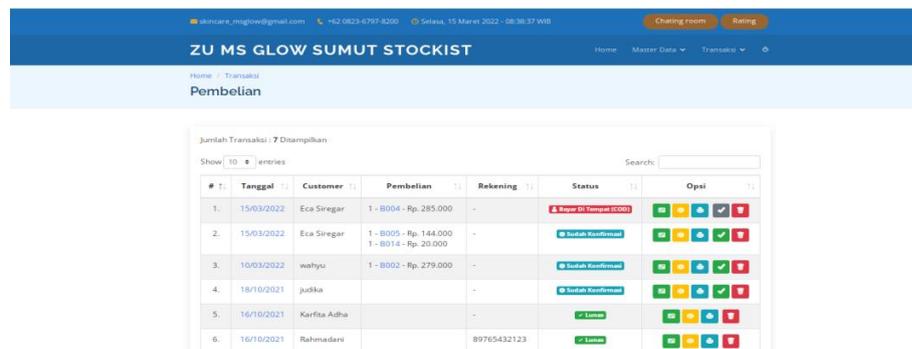
Gambar 9. Tampilan Halaman Transaksi Pembayaran

Pembayaran juga dapat dilakukan dengan sistem COD dimana pembayaran dilakukan saat barang yang telah dipesan sampai ke penerima sesuai dengan alamat penerima.



Gambar 10. Tampilan Halaman Transaksi Pembayaran COD

Pembelian produk dapat diolah pada halaman transaksi. Halaman Transaksi dapat dilihat pada tampilan pada gambar 11. di bawah ini.



Gambar 11. Tampilan Halaman Transaksi

Untuk melihat laporan penjualan perhari atau perperiode dengan rincian total keseluruhan harga dan jumlah produk yang terjual. Berikut tampilan halaman *output* laporan pada gambar 12 di bawah ini.

LAPORAN PENJUALAN								
Tanggal: 03-01-2022 - 15-03-2022								
#	TANGGAL	CUSTOMER	BANK	REKENING	SATUAN -NAMA PRODUK - HARGA	ONGKOS KIRIM	TOTAL BELANJA	STATUS PEMBAYARAN
1.	15/03/2022	Eca Siregar	-	-	1 - Paket Wajah Ance Series - Rp. 285.000	Rp. 10.000	Rp. 295.000	Bayar Di Tempat (COD)
2.	15/03/2022	Eca Siregar	-	-	1 - Lifting Glow Serum - Rp. 144.000 1 - Rp. 20.000	Rp. 10.000	Rp. 174.000	Sudah Konfirmasi
3.	10/03/2022	wahyu	-	-	1 - Paket Wajah Ultimate Series - Rp. 279.000	Rp. 45.000	Rp. 324.000	Sudah Konfirmasi
TOTAL							Rp. 793.000	

Tanggal Cetak: 15 March 2022
Dicetak oleh:
Admin Ms_Glow
Admin

Gambar 12. Tampilan Halaman *Output* Laporan



3.3 Pengujian Sistem

Proses implementasi sistem selesai, dihasilkan sebuah program sistem informasi yang siap digunakan. Sebelum itu diperlukan pengujian untuk menguji kemampuan dari program. Tujuan utama dari tahapan ini adalah untuk memastikan bahwa elemen dari sistem telah berfungsi sesuai dengan yang diharapkan. Apabila sistem yang telah dibuat masih dianggap kurang layak, maka harus dilakukan perbaikan agar sistem yang dibuat lengkap dan akurat. Sistem yang telah diperbaiki itu, akan diuji kembali sampai benar-benar siap untuk digunakan. Pengujian yang dilakukan pada *input* data produk yaitu dengan mengisi data produk sesuai dengan *form* yang disediakan. Untuk lebih jelasnya dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Pengujian *Input* Data Produk

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

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

Tabel 2. Pengujian *Input* Data Transaksi

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

3.4 Analisa Hasil

Dari hasil implementasi dan pengujian hasil dapat dijelaskan bahwa sistem yang dirancang pada Toko Zu Msglow Sumut Stockist merupakan sistem yang memberikan kemudahan admin dalam proses pengolahan data, seperti penginputan data produk, kategori produk, dan pencetakan laporan. Begitu juga bagi konsumen, dapat memilih produk dan melakukan pemesanan produk secara cepat. Selain itu dengan adanya fasilitas Chat, konsumen dapat dengan mudah mengajukan pertanyaan tentang produk dan memperoleh jawaban langsung dari admin, sehingga pembeli dengan mudah memperoleh informasi yang dibutuhkan, Begitu juga dengan adanya promo dan diskon pada barang maka Member lebih dimudahkan dalam pemesanan barang karena pastinya lebih murah sehingga dengan konsep CRM ini dapat menjawab semua permasalahan atau semua kendala yang terjadi di dalam perusahaan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan implementasi dan pengujian yang telah dilakukan selama membuat sistem ini, maka dapat diambil beberapa kesimpulan yakni, Pada sistem informasi penjualan telah ada penyampain informasi promosi sehingga pelanggan dapat membeli produk dengan harga yang terjangkau. Sistem terkomputerisasi yang berbasis *web* maka proses penyimpanan data dapat lebih akurat dan tersimpan rapi, serta proses penyampaian informasi promosi dapat lebih cepat dan respon terhadap penjualan pun akan lebih cepat karena adanya fasilitas chat serta pelanggan dapat membeli produk dengan harga terjangkau karena adanya sistem diskon dan pembayaran COD. Sistem yang diusulkan adalah sistem yang telah memenuhi kebutuhan dan mempunyai keunggulan yaitu terintegrasi dengan sistem yang berkaitan dengan pemasaran dan hubungan antar pelanggan dengan menerapkan *customer relationship management*.

REFERENCES

- [1] F. Asiseh, Kertahadi, and Riyadi, "Penerapan Sistem Informasi Customer Relationship Management (Crm) Dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan," *J. Adm. Bisnis*, vol. 1, no. April, pp. 208-218, 2013, [Online]. Available: administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id.
- [2] N. Sitohang, "Penerapan Customer Relationship Management Pada Sistem Informasi Penjualan (Studi Kasus Lavas Kopi Kisanan)," *Ready Star -2*, 2019. <https://ptki.ac.id/jurnal/index.php/readystar/article/view/60>.



- [3] N. R. Rahma Syabania, “Perancangan Aplikasi Customer Relationship Management (Crm) Pada Penjualan Barang Pre-Order Berbasis Website,” *Rekayasa Inf.*, vol. 10, no. 1, pp. 44–49, 2021.
- [4] T. Bangkit, S. Pinilih, F. Teknik, U. Nusantara, and P. Kediri, “Rancang Bangun Customer Relationship Management Di Toko Anzie Menggunakan Metode Rad (Rapid Application Development),” pp. 1–11, 2016.
- [5] A. A. Rahman, A. Supaidi, I. Aslamiah, and A. Ibrahim, “Implementasi Customer Relationship Management (Crm) Pelayanan Pelanggan (Corporate) Divisi Bges Pada Pt Telkom Witel Sumsel,” *JRMSI - J. Ris. Manaj. Sains Indones.*, vol. 9, no. 1, pp. 72–78, 2018, doi: 10.21009/jrmsi.009.1.05.
- [6] A. Fauzi and E. Harli, “Peningkatan Kualitas Pelayanan Melalui CRM dengan Metode RAD,” *J. RESTI (Rekayasa Sist. dan Teknol. Informasi)*, vol. 1, no. 1, p. 76, 2017, doi: 10.29207/resti.v1i1.16.
- [7] N. Sitohang, “Penerapan Customer Relationship Management Pada Sistem Informasi Penjualan (Studi Kasus Lavas Kopi Kisaran),” *Ready Star -2*, vol. 2, no. 1, pp. 224–234, 2019, [Online]. Available: <https://ptki.ac.id/jurnal/index.php/readystar/article/view/60>.
- [8] N. Mustika, “Analisis Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Bengkel AHASS (Astra Honda Authorized Service Station) Bintang Kharisma Jaya Bandar Lampung),” (*Doctoral Diss. UIN Raden Intan Lampung*)., pp. 14–50, 2017.
- [9] Heru Purwanto. Achmad Sumbayadi, and Sarmadi, “E-Crm Berbasis Web Pada Sistem Informasi Penjualan Furniture,” *Jurnal PILAR Nusa Mandiri*. Vol. 14, No. 1 Maret 2018.
- [10] I. A. Nugraha, “... Relationship Management terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Ecolab International Indonesia dengan Perspektif Balance Scorecard,” 2018, [Online]. Available: <https://repository.its.ac.id/54476/>.
- [11] S. D. Sofiana, R. Andreswari, P. F. Alam, F. Rekayasa, and U. Telkom, “Jurnal Perancangan Modul Customer Relationship Management (Crm) Menggunakan Metode Rapid Application Development (Rad) Pada Startup Maiprojek Journal Design of Customer Relationship Management (Crm) Module Using Rapid Application Development (Rad),” vol. 7, no. 2, pp. 7438–7450, 2020
- [12] J. Hutahean, “E - Commerce Penjualan Menggunakan Metode Customer Relationship Management (CRM),” *J. Mantik Penusa*, vol. 2, no. 2, pp. 98–104, 2018.
- [13] dudi parulian, “Pengembangan Sistem Customer Relationship Management (Crm) Menggunakan Metode It Balanced Scorecard,” *Fakt. Exacta*, vol. 10, no. 3, pp. 278–287, 2017, [Online]. Available: https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Faktor_Exacta/article/view/1531.
- [14] R. R. Ramadina, T. H. Pudjiantoro, and I. Santikarama, “Pembangunan Sistem Customer Relationship Management (CRM) Menggunakan Metode Asosiasi Algoritma Apriori,” *J. Inform. dan Rekayasa Perangkat Lunak*, vol. 2, no. 2, p. 78, 2020, doi: 10.36499/jinrpl.v2i2.3539.
- [15] Kania Amalia, Hari Ginardi, dan Abdul Muni., “Perancangan dan Desain CRM pada Aplikasi CallTenant” *JURNAL TEKNIK ITS*. Vol. 7, No. 1 (2018), 2337-3520 (2301-928X Print).
- [16] H. R. Sardi, E. K. Nurnawati, and E. Sutanta, “Perancangan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web Menggunakan Framework Codeigniter Pada Cv Pandawa” *J. Scr.*, vol. 7, no. 2, pp. 167–175, 2019, [Online]. Available: <https://journal.akprind.ac.id/index.php/script/article/view/2338>.
- [17] MS Glow Beauty, “Ms Glow,” *PT Kosmetika Global indonesia*. 2021, [Online]. Available: <https://www.msglowid.com/>.
- [18] A. Fauzi and E. Harli, “Peningkatan Kualitas Pelayanan Melalui CRM dengan Metode RAD,” *J. RESTI (Rekayasa Sist. dan Teknol. Informasi)*, vol. 1, no. 1, pp. 76–81, 2017, doi: 10.29207/resti.v1i1.16.
- [19] M. Sitingjak Daniel Dido Jantce TJ and J. Suwita, “Analisa Dan Perancangan Sistem Informasi Administrasi Kursus Bahasa Inggris Pada Intensive English Course Di Ciledug Tangerang,” *Ipsikom*, vol. 8, no. 1, 2020.
- [20] D. Marcallina and D. Wahyuningsih, “Penerapan E-commerce dengan Metode Costumer Relationship Management (CRM) Berbasis Website (Studi Kasus: Gudang Distro Palembang),” *J. Sisfokom (Sistem Inf. dan Komputer)*, vol. 5, no. 1, pp. 40–47, 2016, doi: 10.32736/sisfokom.v5i1.26.
- [21] Z. Suharsono, “Sistem Informasi Manajemen Tempat Pemakman Umum Di Kota Batam,” *J. Dimens.*, vol. 7, no. 3, pp. 481–496, 2019, doi: 10.33373/dms.v7i3.1708.
- [22] Hendra Ryadi Sardi, Erna Kumalasari Nurnawati, Edhy Sutanta, “Perancangan Customer Relationship Management (Crm) Berbasis Web Menggunakan Framework Codeigniter Pada Cv Pandawa Mandiri”. *Jurnal SCRIPT* Vol. 7 No. 2 Desember 2019 E-ISSN: 2338-6313.
- [23] S. M. Anjarwani, H. Khusnuliawati, P. Studi, T. Informatika, F. Teknik, and J. A. Sucipto, “Pembangunan Sistem Informasi Pegawai Negeri Sipil Di RSUD Surakarta Berbasis Web Responsif,” pp. 10–20, 2019.
- [24] A. Sidik, A. Retno, and alfia ria Anggraeni, “Perancangan Sistem Informasi E-Recruitment Guru Studi Kasus di SMK Kusuma Bangsa,” *Sisfotek Glob.*, vol. 8, no. 1, pp. 69–74, 2018.
- [25] Verawati and P. D. Liksha, “Aplikasi Akuntansi Pengolahan Data Jasa Service Pada Pt. Budi Berlian Motor Lampung,” *J. Sist. Inf. Akunt.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–14, 2018.
- [26] L. F. Arisandi and G. Alexander, “Membangun Aplikasi Berbasis Web Untuk Rekam Jejak Pesanan Di Percetakan Kharisma Bandar Lampung,” vol. 2, pp. 8–26, 2019.
- [27] O. Pahlevi, A. Mulyani, and M. Khoir, “Sistem Informasi Inventori Barang Menggunakan Metode Object Oriented Di Pt. Livaza Teknologi Indonesia Jakarta,” *J. PROSISKO*, vol. 5, no. 1, 2018, [Online]. Available: <https://livaza.com/>.