



SISTEM INFORMASI PENJUALAN TENUN TROSO BERBASIS WEB MENGUNAKAN METODE CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)

Fachril Maulana Azizy ¹⁾, Joko Minardi ²⁾, Alzena Dona Sabilla ³⁾

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi,

Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

fachrilmaulana340@gmail.com ¹⁾, joxmin@unisnu.ac.id ²⁾, alzena.dona@unisnu.ac.id ³⁾

Diterima : 15 Desember 2022 ; Disetujui : 16 Januari 2023 ; Dipublikasikan : 31 Januari 2023

ABSTRAK

Dengan berkembangnya teknologi yang semakin pesat di dalam dunia bisnis pun juga mengalami perubahan. Dulunya masih menjajakan di pasar, toko, maupun mall, sekarang berubah menjadi online. Dengan adanya perkembangan maka strategi pemasaran produk tak terkecuali Para pembeli yang di web untuk mempermudah dalam mencari jenis, warna, dan harga akan sangat mudah untuk mencari Kain Tenun Troso yang mampu membantu menjual produk dengan sangat luas dan cepat. Hasil akhir yang diperoleh adalah sebuah sistem informasi berbasis penjualan tenun Troso berbasis web. Sistem ini mampu memberikan promosi produk, penjualan produk dengan pembayaran melalui transfer rekening dan pemesanan produk. Dari hasil uji coba terhadap user menunjukkan bahwa sistem informasi ini membantu dalam proses pemesanan dan mempermudah dalam proses pemesanan barang.

Kata Kunci : Sistem Informasi, CRM, penjualan ,Kain Tenun Troso, Website.

ABSTRACT

With the development of increasingly rapid technology in the business world, there are also changes. Previously, they were still peddling in markets, shops, and malls, now they have turned online. With the development, the product marketing strategy is no exception. Buyers who are on the web to make it easier to find types, colors, and prices will be very easy to find Troso Woven Fabrics that are able to help sell products very broadly and quickly. The final result obtained is an information system based on web-based Troso weaving sales. This system is able to provide product promotions, product sales with payments through account transfers and product orders. From the results of trials on users, it shows that this information system helps in the ordering process and makes it easier to order goods.

Keywords : Information Systems, CRM, sales, Troso Weaving, Website.

1. PENDAHULUAN

Penjual kain tenun yang berlokasi di sekitar Troso banyak diminati oleh masyarakat karena lengkapnya produk kain tenun yang dijual serta kebebasan memilih produk sendiri tanpa perlu banyak dilayani yang tentu sangat berbeda jika kita berkunjung ke Supermarket, hal ini bagi sebagian orang adalah suatu nilai lebih. Namun, saat ini sistem penjualan yang digunakan oleh penjual kain tenun masih menggunakan sistem konvensional, dimana konsumen harus mendatangi lokasi penjual untuk memilih dan membeli produk-produk yang disediakan.

Dengan semakin meningkatnya minat masyarakat atau konsumen terhadap penggunaan kain troso, banyak pengusaha dan pembeli kain troso yang beralih menggunakan sistem online. Sistem penjualan online ini memudahkan para pengusaha yang menjual kain troso untuk menjual produknya dan memudahkan pembeli dalam melakukan pemesanan.

Perkembangan persaingan di bidang bisnis disertai kemajuan di bidang teknologi informasi mengantarkan perusahaan-perusahaan ritel saat ini, termasuk di Indonesia, pada persaingan yang ketat dan lebih terbuka. Setiap perusahaan dituntut untuk mengambil keputusan secara tepat dalam strategi pemasaran dengan melihat kondisi pasar.

Belum adanya cara mengolah informasi yang efektif dari kumpulan data penjualan di tengah angka penjualan produk yang fluktuatif banyak kali menjadi sumber masalah baru bagi pihak toko Tenun. Pihak toko Tenun kerap kali

mengalami kesulitan dalam memprediksi angka penjualan produk, terlebih lagi pihak swalayan belum memiliki teknik khusus guna melakukan peramalan angka penjualan di masa depan. Hal ini mengakibatkan swalayan kesulitan menentuka stok minimum tiap barang secara efektif, sehingga yang terjadi adalah adanya penimbunan stok barang di gudang perusahaan ataupun habisnya stok barang yang paling diminati konsumen karena kebutuhan pasar tidak diimbangi persediaan barang.

Berdasarkan penelitian dari judul “Penerapan Customer Relationship Management pada Crematology Coffee Roasters Saat Pandemi Covid-19” Sejak pandemi Covid-19, Crematology Coffee Roasters melakukan manuver terhadap strategi CRM mereka. Karena pandemi menyebabkan pembatasan aktivitas di dalam cafe. Sehingga kondisi tersebut sangat berpengaruh terhadap transaksi langsung dengan pelanggan. Transaksi berangsur beralih kepada transaksi tidak langsung. Tantangannya sekarang adalah bagaimana menjaga loyalitas pelanggan di tengah kondisi pandemi, sehingga mereka tetap ingin menikmati produk dari cafe ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi CRM Crematology Coffee Roasters dalam menjaga loyalitas pelanggan di tengah pandemi Covid-19. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori Customer Relationship Management (CRM). Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus sehingga pendekatannya secara kualitatif.

[1]

Berdasarkan penelitian dari judul “Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada Aplikasi Penjualan Berbasis Web PT. Buana Telekomindo” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial CRM dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Buana Telekomindo. Desain penelitian menggunakan. Peningkatan nilai CRM dapat dilakukan dengan cara meningkatkan Kualitas Pelayanan produk, melakukan kontak-kontak secara rutin dengan pelanggan serta menyediakan media komunikasi langsung dengan pelanggan dll, sehingga dapat meningkatkan relasi dengan para pelanggan serta menjaga loyalitas konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dengan jenis penelitiannya adalah deskriptif dan tindakan. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk mendeskripsikan proses bisnis yang berjalan di PT. Buana Telekomindo, yang kemudian dianalisa dengan menggunakan konsep CRM, sehingga terlihat proses mana yang bisa dihilangkan, ditambah atau dimodifikasi.[2]

Berdasarkan penelitian dari judul “Implementasi CRM Customer Touching Application Dalam Promosi Produk Lain” Melalui strategi pemasaran model Cross Selling diharapkan dapat menjadi solusi bagi perusahaan dalam memasarkan dan menjual produknya. Tujuan penelitian ini untuk memberikan sentuhan layanan terhadap pelanggan yang loyal, memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk mengetahui informasi

mengenai detail produk serta meningkatkan penjualannya.[3]

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Fadillah & Suprianto, yang berjudul “Sistem Informasi Penjualan Produk Krupuk Berbasis Web” Penelitian ini menghasilkan sistem informasi penjualan yang efektif yaitu yang dikelola penuh oleh seorang administrator dalam mengendalikan semua informasi yang berkaitan dengan tata kelola data produk dan data penjualannya, serta diberikan fasilitas menu khusus bagi customer untuk memperoleh informasi dan dapat melakukan transaksi. Kesimpulan yang diperoleh pada penelitian ini yaitu sistem mampu meningkatkan tata kelola data produk dan penjualan yang efektif.[4]

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Firhan yang berjudul “Penerapan Metode CRM Pada Perancangan Sistem Informasi Penjualan Pakaian dan Aksesoris” Tujuan dari penelitian ini adalah merancang sebuah website yang sesuai dengan kebutuhan VJ Collection serta pelanggan dalam melakukan transaksi yang diperlukan. Kesimpulan yang dapat diperoleh pada penelitian ini adalah sistem dinilai dapat membantu pihak toko dalam mengelola segala data transaksi serta dapat melihat dan membuat laporan yang diinginkan secara instan. Adapun pada penerapan CRM pada sistem dinilai dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dengan menggunakan E-mail marketing yang memberikan penawaran berupa bonus diskon.[5]

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa

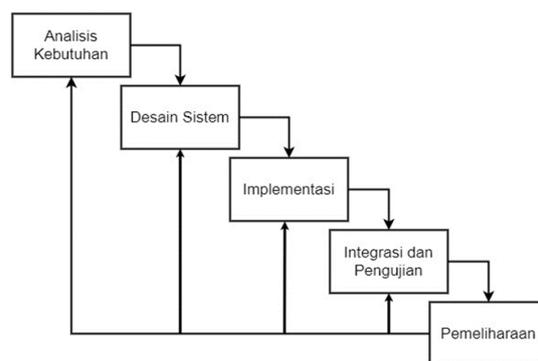
pengimplementasian Customer Relationship Management pada sistem perusahaan dapat meningkatkan penjualan, mempertahankan pelanggan lama, meningkatkan pelayanan dan dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam proses transaksi dan informasi suatu barang. Terdapat beberapa perbedaan yang dari kelima jurnal dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan tema Customer Relationship Management pada penelitian terdapat dua pengguna user, user pelanggan dan user admin selain itu dalam penelitian terdapat beberapa fitur CRM seperti fitur rating tersebut dapat memudahkan pelanggan dalam penilaian serta dapat memberikan masukan kepada toko Tenun Troso tentang kekurangan dalam beberapa aspek pelayanan dan terdapat berbagai fitur lainnya seperti pembatalan reservasi namun disertai alasan yang jelas oleh pelanggan dan fitur diskon untuk pelanggan yang sudah daftar akun yang apabila akan ada diskon atau promo yang akan dikirim melalui e-mail yang sudah terdaftar.

2. METODE

2.1. Metode Pengumpulan Data

Penelitian tentang implementasi CRM ini diterapkan pada Sistem Informasi Penjualan Tenun Troso. Pada tahap pengembangan perangkat lunak, penulis menggunakan metode

waterfall



Gambar 1 Alur Waterfall

Berikut ini merupakan penjelasan dari tahapan alur penelitian menggunakan metode waterfall yaitu:

1. Analisis Kebutuhan

Sebelum dilakukannya pengembangan perangkat lunak, penting untuk mengetahui serta memahami informasi tentang kebutuhan pengguna terhadap sebuah sistem. Pengumpulan informasi bisa dengan cara observasi, wawancara dan mencari studi literatur yang tepat pada Restoran Joglo Tiga Putri Tubanan. Kemudian setelah didapatkan informasi yang dibutuhkan untuk mengembangkan perangkat lunak restoran selanjutnya dilakukan analisis kebutuhan pengguna pada perangkat lunak yang akan dikembangkan.

2. Desain Sistem

Pada tahap ini merupakan tahap perancangan sistem dengan cara informasi kebutuhan pengguna dianalisa untuk

diimplementasikan pada desain pengembangan sistem. Tahapan ini adalah pembuatan perancangan desain database,

perancangan desain sistem dan pembuatan desain antarmuka (interface).

3. Implementasi

Pada tahap merupakan tahap pemrograman. Perancangan perangkat lunak akan direalisasikan sebagai program atau unit program, yang kemudian akan diimplementasikan pada bentuk web.

4. Integrasi dan Pengujian

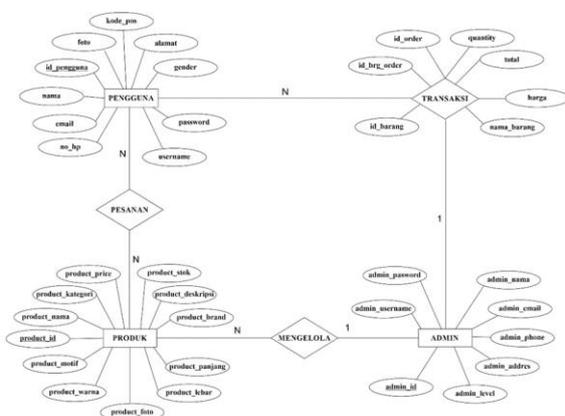
Tahap ini merupakan tahapan pengujian pada setiap unit sistem kemudian dilakukan pemeriksaan serta pengujian secara keseluruhan pada sistem untuk mengetahui kemungkinan adanya kegagalan sistem.

5. Pemeliharaan

Pada tahap terakhir metode waterfall, yaitu tahapan pemeliharaan yang dilakukan jika ada pembaruan sistem atau peningkatan sistem sebagai kebutuhan baru pada sistem tersebut.

Perancangan database merupakan bagian penting dalam suatu perancangan sistem.

Perancangan database menentukan isi serta pengaturan data dalam suatu rancangan. Pada perancangan database, menggunakan entity relationship diagram (ERD). Adapaun rancangan database, sebagaimana gambar 2.



Gambar 2. Entity Relationship Diagram

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Implementasi Hasil Sistem

Aplikasi sistem klasifikasi penjualan tenun troso adalah aplikasi penjualan kain dengan klasifikasi untuk memudahkan pembeli untuk memilih kain troso, aplikasi ini merupakan berbasis web.

Alamat WEB:

- Admin: <https://batiktroso.ngodingaja.com/index.php/admin>
Username :Admin
Password : 123456
- User : <http://batiktroso.ngodingaja.com/>
Username : Fachril
Password : 12345

Berikut ini merupakan tampilan dari implementasi user interface yaitu sebagai berikut :

1. Halaman Login



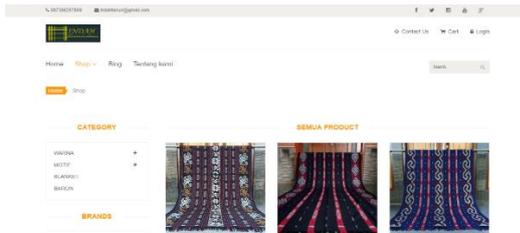
Gambar 3. Halaman Login

2. Halaman Utama



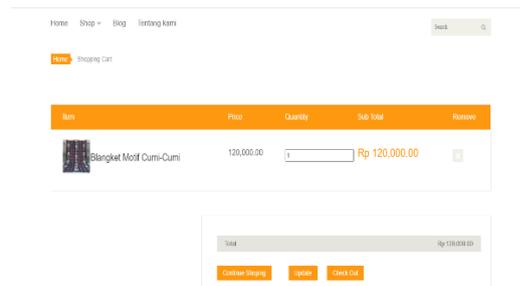
Gambar 4. Halaman Utama

3. Halaman Daftar Produk



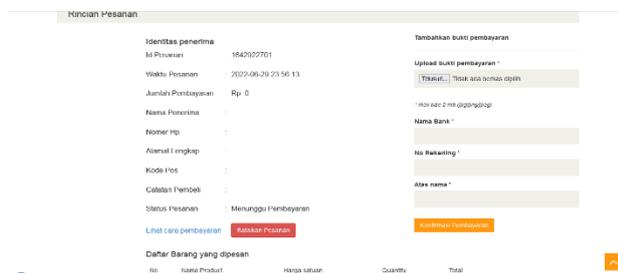
Gambar 5. Halaman Daftar Produk

4. Halaman Checkout Barang



Gambar 6. Halaman Checkout Barang

5. Halaman Upload Bukti Transfer



Gambar 7. Halaman Upload Bukti Transfer

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Setelah dilakukan proses perancangan Sistem yang telah dibuat dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Sistem Informasi Penjualan Tenun Troso Berbasis WEB diimplementasikan menggunakan bahasa pemrograman PHP, CSS, Javascript dan menggunakan database MySQL.

2. Sistem Informasi Penjualan Tenun Troso Berbasis WEB setelah dilakukan penilaian uji kelayakan sistem dan hasil perhitungan kuesioner mendapatkan nilai sebesar 79% dengan kriteria nilai Baik.
3. Sebagai wadah para penjual kain Troso untuk menjual kain secara online.

4.2. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan :

1. Ditambahkan pemberitahuan melalui email ataupun sms-gateway supaya lebih cepat admin apabila mendapat pesanan .
2. Fitur-fitur Customer Relationship Management (CRM) dapat ditambahkan lagi agar semakin menarik minat pelanggan dalam melakukan reservasi dan pemesanan Tenun Troso.
3. Jumlah data atribut yang digunakan pada penelitian ini masih bisa dikembangkan. Untuk pengembangan perlu dilihat faktor lain dalam pemilihan kain Troso sehingga prediksi akan lebih akurat.

5. DAFTAR PUSTAKA

[1] Agung, N., & Ardoyo, Wardjito Syakila, R. N. (2021). Penerapan Customer Relationship Management pada Crematology Coffee Roasters Saat Pandemi Covid-19. *Journal Cyber PR*, 1(1), 1–10.

[2] Rosinta, E., & Hasibuan, D. (2018). Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada Aplikasi Penjualan Berbasis Web PT . Buana Telekomindo. *Jurnal TIMES (Techonology*

- Informatics & Computer System), VII(1), 8–14.
- [3] Fauziah, F., & Kurnia, L. (2020). Implementasi CRM Customer Touching Application Memanfaatkan Model Cross Selling Dalam Promosi Produk Lain. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 1(2), 120–131. <https://doi.org/10.35957/jtsi.v1i2.510>.
- [4] Fadillah, Y., & Suprianto. (2017). Sistem Informasi Penjualan Produk Krupuk Berbasis Web Responsive (Studi Kasus : UD Sumber Makmur). *Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informatika Dan Komputer*, 8, 1–37.
- [5] Firhan, M., Farisi, A., & Purwanto, A. (2022). Penerapan Metode CRM Pada Perancangan Sistem Informasi Penjualan Pakaian dan Aksesoris. 9(4), 902–911. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i4.464>