



Sistem Informasi Penjualan di Toko Perabot Rumah Tangga Berbasis *Customers Relationship Management (CRM)*

Imam Mashuda¹, Aria Indah Susanti²

Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Kahuripan Kediri^{1,2}

Email: imam.mashuda@yahoo.co.id¹, ariaindahs@gmail.com²

Abstrak

Customers Relationship Management (CRM) merupakan sebuah 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. Pengembangan sistem informasi pada penelitian ini berbasis CRM. Tujuan penelitian adalah untuk membuat sebuah aplikasi berbasis web yang nantinya digunakan sebagai sistem informasi penjualan Perabotan Rumah Tangga Sumber Makmur dengan metode yang dilakukan oleh *customer*/pelanggan. Metode yang digunakan adalah pengembangan dengan langkah-langkah berikut ini. (1) Tahap pertama dilakukan observasi, yaitu melakukan pengamatan langsung terhadap proses jual beli manual; (2) Mempelajari dan menganalisis proses penjualan yang sedang berjalan dan mengidentifikasi segala permasalahan yang timbul; (3) Menentukan permintaan pemakai sistem informasi, memilih solusi atau pemecahan masalah yang paling baik, setelah mempelajari dan menganalisis sistem yang sedang berjalan dan mengidentifikasi masalah; (4) Selanjutnya dipilih solusi pemecahan masalah yang baik; (5) Merancang sistem informasi baru yang belum ada pada Toko, merancang input, output database dan hal-hal lain yang dibutuhkan; dan (6) Membangun sistem informasi baru. Pengembangan ini menghasilkan Sistem Informasi Penjualan di Toko Perabot Rumah Tangga di Toko Sumber Makmur Berbasis Customers Relationship Management (CRM) menggunakan web agar pelayanan penjualan lebih efektif.

Kata kunci: Sistem Informasi, Penjualan, Customers Relationship Management

Abstract

Customers Relationship Management (CRM) is a business philosophy that describes a client placement strategy as the center of processes, activities and culture. This concept is well known and widely applied to improve services in companies. The development of information systems in this research is CRM based. The research objective is to create a web-based application that will be used as a sales information system for Sumber Makmur Household Furniture using a method carried out by the customer / customer. The method used is development with the following steps. (1) The first stage is observation, which is direct observation of the manual buying and selling process; (2) Studying and analyzing the ongoing sales process and identifying all problems that arise; (3) Determine the demand for information system users, choose the best solution or problem solving, after studying and analyzing the current system and identifying problems; (4) Next, a good solution to the problem is chosen; (5) Designing new information systems that do not yet exist in the Store, designing input, output databases and other things needed; and (6) Building a new information system. This development resulted in a Sales Information System in a Household Furniture Store in a Sumber Makmur-Based Customer Relationship Management (CRM) Shop using the web to make sales services more effective.

Keywords: *Information Systems, Sales, Customer Relationship Management*

A. PENDAHULUAN

Persaingan usaha yang ketat dewasa ini sudah tidak lagi hanya berfokus pada bagaimana memperoleh keuntungan yang besar namun juga berfokus pada aspek lainnya seperti kebutuhan dan keinginan para konsumen. Oleh karena itu, perusahaan mulai mengubah pola pikir dan orientasinya dari berorientasi mencari untung menjadi berorientasi ke faktor potensial lainnya dan salah satunya yaitu pelanggan dan tingkat kepuasan pelanggan. Perusahaan perlu dan harus memperhatikan para pelanggannya dan tingkat kepuasan pelanggannya.

Perusahaan harus cermat dalam menentukan target pasarnya dan menentukan tingkat kualitas produk atau jasa yang akan ditawarkan

karena ketatnya persaingan bisnis saat ini. Selain target pasar dan kualitas produk, perusahaan juga harus mempertimbangkan tingkat *value* untuk pelanggan dan bagaimana perusahaan memperlakukan pelanggannya dari waktu ke waktu. Bahkan muncul pendapat bahwa dalam strategi bisnis, mempertahankan pelanggan lama lebih menguntungkan dari pada menarik pelanggan baru.

Perkembangan usaha di Indonesia saat ini sudah semakin berkembang khususnya usaha perabotan rumah karena perabotan rumah tangga termasuk salah satu kebutuhan yang penting khususnya dalam rumah tangga. Perkembangan ini menuntut perusahaan untuk memperhatikan kegiatan pemasaran dan promosi usaha alat-alat rumah tangga khususnya di Toko Sumber Makmur yang masih menggunakan media cetak seperti brosur sehingga jangkauan promosinya masih terbatas dan belum bisa meluas secara maksimal. Selain dari segi pemasaran dan promosi, perusahaan juga harus berlomba-lomba untuk menarik pelanggan baru sebanyak-banyaknya dan tetap mempertahankan pelanggan lama.

Menjalin komunikasi yang baik secara berkesinambungan merupakan salah satu cara yang dapat ditempuh untuk mempertahankan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan strategi yang dapat membantu dalam hal peningkatan layanan terhadap pelanggan dan *marketing*. Strategi yang mengikuti perkembangan teknologi informasi akan menjadi lebih efektif untuk meningkatkan layanan terhadap pelanggan dan *marketing* serta dapat membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik bagi pemilik usaha. Salah satu cara yang dapat digunakan dalam peningkatan layanan adalah dengan penerapan konsep

Manajemen Hubungan Pelanggan atau *Customers Relationship Management* (CRM).

CRM merupakan pendekatan dalam bisnis yang mengelola hubungan antara perusahaan dengan pelanggan dalam hal komunikasi dan pemasaran (Amalia, Januari 2020). Konsep ini telah dikenal dan banyak diterapkan untuk meningkatkan pelayanan di perusahaan. Tujuan utama CRM adalah pengembangan jangka panjang dan peningkatan keuntungan perusahaan melalui kebiasaan pelanggan sehingga perusahaan mampu mempertahankan pelanggan dan memberikan nilai tambah bagi pelanggan (Amalia, Januari 2020; Elhias Nst, 2017: 94).

Sistem informasi merupakan suatu kombinasi antara sistem dengan teknologi informasi dalam suatu organisasi yang mendukung kegiatan transaksi harian organisasi yaitu kegiatan manajerial seperti penyediaan laporan baik bagi pihak organisasi atau pun bagi pihak di luar organisasi yang masih terkait (Sutabri, 2012). CRM yang diimplementasikan pada suatu sistem informasi diharapkan nantinya dapat membantu perusahaan atau pengusaha dalam memberikan gambaran tentang bagaimana langkah-langkah atau cara-cara yang dapat ditempuh untuk melayani konsumen/pelanggan dengan baik, agar konsumen/pelanggan merasa puas sehingga keuntungan dapat meningkat. Kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan pelaku bisnis akan menarik konsumen untuk melakukan pembelian lagi atau bahkan menjadi pelanggan tetap bagi pelaku bisnis.

Dengan penjelasan di atas maka peneliti merancang dan membangun sebuah Sistem Informasi untuk mempermudah proses penjualan secara *online*. Toko Sumber Makmur masih melakukan proses penjualan secara manual tanpa adanya bantuan sistem informasi sehingga

segala proses dan pengolahan transaksi harian masih dicatat secara manual dan proses jual beli secara langsung yaitu tatap muka. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian pengembangan Sistem Informasi Penjualan Perabotan Rumah di Toko Sumber Makmur Berbasis *Customers Relationship Management (CRM)*

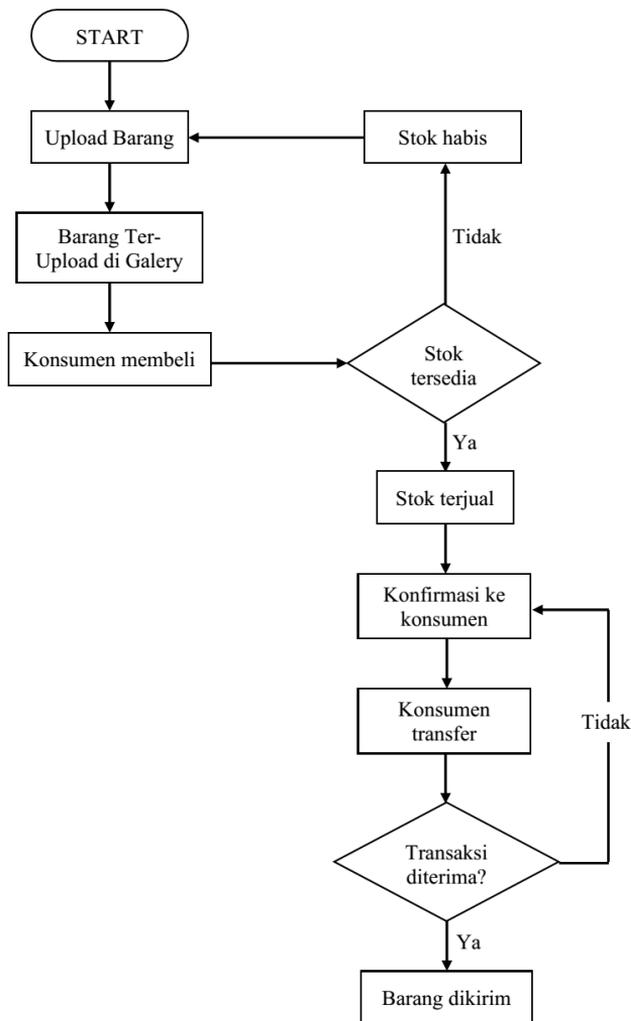
B. METODE

Penulis menggunakan metode pengembangan dalam penelitian ini. Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Tahap pertama dilakukan observasi, yaitu melakukan pengamatan langsung terhadap proses jual beli manual.
2. Mempelajari dan menganalisis proses penjualan dan sistem yang sedang berjalan serta mengidentifikasi segala permasalahan yang timbul.
3. Mendaftar dan menentukan permintaan pengguna sistem informasi kemudian mendaftar solusi yang memungkinkan.
4. Selanjutnya dipilih solusi pemecahan masalah yang tepat dan baik.
5. Merancang sistem informasi baru yang belum ada pada Toko, merancang *input*, *output database* dan hal-hal lain yang dibutuhkan.
6. Membangun sistem informasi baru.

Penulis membuat *flowchart* terlebih dahulu sebagai langkah awal pembuatan sistem informasi yang akan dibuat. *Flowchart* merupakan penggambaran dari langkah-langkah dan urutan prosedur atau algoritma suatu program dalam bentuk bagan-bagan. Biasanya mempengaruhi penyelesaian masalah yang khususnya perlu dipelajari dan dievaluasi

lebih lanjut (Indrajani, 2011:22; Ladjamudin, 2013: 211). Berikut ini *Flowchart* Sistem Informasi Penjualan dalam penelitian ini.



Gambar 1. *Flowchart* Sistem Informasi Penjualan

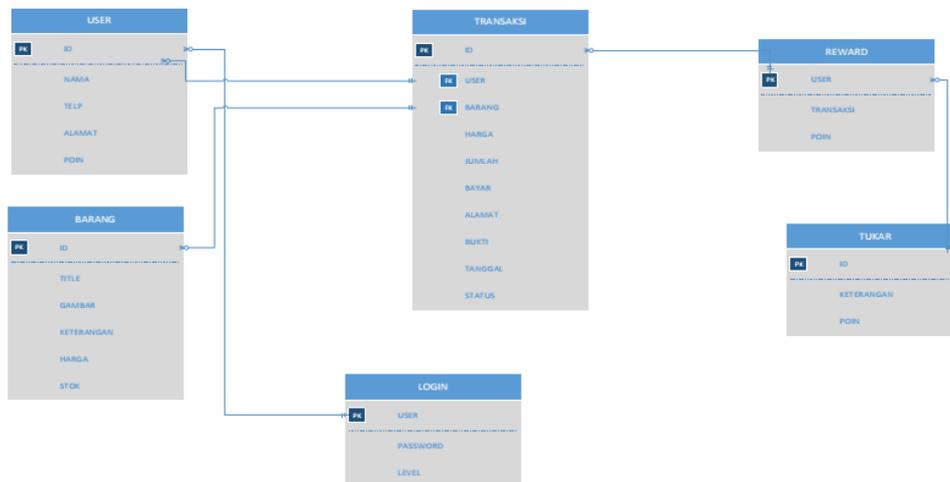
Sistem informasi yang dikembangkan berbasis *Customers Relationship Management* (CRM). CRM merupakan serangkaian kegiatan penjualan, pemasaran, dan strategi pelayanan yang digunakan untuk mencegah terjadinya aktivitas yang tidak terkoordinasi antarbagian yang tergantung pada aksi-aksi perusahaan (Zakaria & Marlia, 2019: 66).

Perusahaan didukung secara *real time* dalam hal penyediaan layanan bagi pelanggan melalui implementasi CRM yaitu dengan membangun hubungan antara perusahaan dengan pelanggan melalui penggunaan informasi tentang pelanggan. Perusahaan dapat melakukan pengembangan berupa variasi penawaran, variasi pelayanan, inovasi dalam program, pesan, dan media (Kotler, 2003).

Kendala dalam penerapan CRM dalam sistem penjualan alat-alat rumah tangga di toko perabotan rumah tangga Sumber Makmur berbasis *customers relationship management* (CRM) untuk mendapatkan *reward* yaitu: (1) Pada teknologi informasi yang ada, terbuangnya kelebihan-kelebihan yang ditawarkan oleh teknologi informasi dengan percuma; (2) masih adanya pelanggan yang mengajukan komplain; dan (3) Hubungan antara perusahaan dengan pelanggan tetap transaksional. Strategi sistem penjualan alat-alat rumah tangga di toko perabotan rumah tangga sumber makmur berbasis *Customers Relationship Management* (CRM) untuk mendapatkan *reward* yaitu: (1) Perencanaan bisnis yang matang; (2) Melihat trend produk alat rumah tangga di masa yang akan datang; (3) Pelayanan pada toko ramah agar pelanggan tertarik untuk membeli produk; (4) Menggunakan sistem aplikasi penjualan melalui web agar pelanggan juga bisa memesan lewat internet karena lebih efisien waktu; (5) Daya tarik bagi pelanggan yang diberikan oleh sistem Penjualan alat-alat rumah tangga Berbasis *Customers Relationship Management* (CRM) adalah mendapatkan *reward* dengan syarat setiap pembelian produk diatas harga Rp.50.000,00 dan nanti *reward* bisa ditukar dengan hadiah hadiah menarik.

Sistem informasi yang dibuat tentunya menggunakan database untuk menyimpan seluruh data yang masuk ke dalam sistem. Desain

database merupakan inti dari sebuah sistem informasi dan dari desain tersebut secara tidak langsung kita mengetahui keseluruhan proses sebuah sistem beserta seluruh relasi datanya (*data relationship*). Berikut ini ERD dari sistem penjualan di toko perabotan rumah tangga sumber makmur.



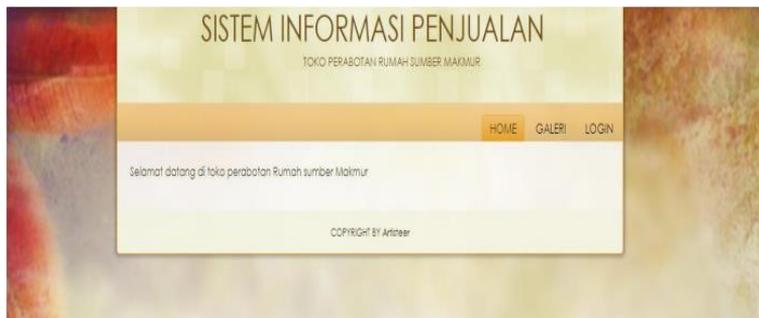
Gambar 2. ERD Sistem Penjualan di Toko Perabotan Rumah Tangga Sumber Makmur

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan tahapan pada bab sebelumnya yaitu observasi, analisis, perancangan, dan implementasi maka dihasilkan Sistem Informasi Penjualan Perabotan Rumah di Toko Sumber Makmur Berbasis *Customers Relationship Management* (CRM) seperti berikut ini.

1. Tampilan *Interface* Beranda

Beranda adalah tampilan yang pertama kali muncul ketika pengguna mengakses aplikasi sistem informasi penjualan Toko Perabotan Rumah Sumber Makmur. Di bawah ini merupakan gambar tampilan beranda dari sistem penjualan.



Gambar 3. Tampilan Interface Beranda Sistem Penjualan Toko Perabotan Rumah Sumber Makmur

2. Tampilan *Interface Menu Login*

Interface menu login adalah tampilan yang muncul ketika pengguna mau mengakses menggunakan *username* dan *password* untuk masuk ke aplikasi sistem informasi penjualan Toko Perabotan Rumah Sumber Makmur. Pengguna diharuskan mengisi *username* dan *password* yang kemudian didaftarkan sebagai user agar dapat masuk ke sistem penjualan Toko Perabotan Rumah Sumber Makmur. Gambar tampilan dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 4. Tampilan Interface Login Sistem Penjualan Toko Perabotan Rumah Sumber Makmur

3. Tampilan *Interface Menu Galeri*

Interface menu galeri adalah tampilan yang muncul ketika pengguna mau melihat katalog dari sistem dan akan melakukan pembelian

pada aplikasi sistem informasi penjualan Toko Perabotan Rumah Sumber Makmur. Gambar tampilan dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 5. Tampilan Interface Galeri Pada Sistem Penjualan Toko Perabotan Rumah Sumber Makmur

4. Tampilan *Interface Menu* Transaksi

Interface menu transaksi adalah tampilan yang muncul ketika pengguna sudah mengakses dan melakukan pembelian pada aplikasi sistem informasi penjualan Toko Perabotan Rumah Sumber Makmur. Tampilan *form* transaksi *user* digunakan untuk melakukan proses transaksi sebelum divalidasi admin sistem penjualan Toko Perabotan Rumah Sumber Makmur Gambar tampilan dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 6. Tampilan Interface Menu Transaksi Sistem Penjualan Toko Perabotan Rumah Sumber Makmur

5. Tampilan *Interface Menu Point*

Tampilan *interface menu point* digunakan untuk melihat jumlah point user setelah melakukan pembelian. Gambar tampilan dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 7. Tampilan Interface Menu Point Sistem Penjualan Toko Perabotan Rumah Sumber Makmur

6. Tampilan *Interface Menu Reward*

Interface menu reward digunakan untuk menukar jumlah *point user* setelah melakukan pembelian. Gambar tampilan dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 8. Tampilan Interface Menu Reward Sistem Penjualan Toko Perabotan Rumah Sumber Makmur

7. Tampilan *Interface Form Barang*

Tampilan form untuk menambahkan barang, menambahkan data kode barang, nama barang, foto barang, keterangan, harga, dan jumlah stok barang kedalam sistem penjualan Toko Perabotan Rumah Sumber Makmur. Berikut ini merupakan gambar tampilan *Interface Form Barang*.



Gambar 9. Tampilan Interface Form Barang Sistem Penjualan Toko Perabotan Rumah Sumber Makmur

Sistem informasi penjualan berbasis berbasis *Customers Relationship Management (CRM)* menggunakan web membantu pelaku bisnis dan konsumen. Bagi pelaku bisnis, sistem informasi ini membantu dalam pembuatan laporan dengan cepat dan pencetakan laporan transaksi dan

penjualan barang dalam waktu yang cepat pula serta mempermudah pimpinan melihat laporan transaksi penjualan. Sedangkan bagi konsumen yaitu memudahkan saat melihat informasi mengenai produk dan melakukan pembelian produk yang diinginkan secara *online* melalui *website* (Sembiring, 2017: 153).

D. PENUTUP

Simpulan dan Saran

Kesimpulan dari hasil implementasi dan pengujian Sistem Informasi Penjualan Perabotan Rumah di Toko Sumber Makmur Berbasis *Customers Relationship Management* (CRM) yaitu:

- 1) Telah dirancang dan dibangun sebuah Sistem Informasi Penjualan Perabotan Rumah di Toko Sumber Makmur Berbasis *Customers Relationship Management* (CRM) menggunakan web agar pelayanan penjualan lebih efektif.
- 2) Di dalam sistem tersebut terdapat menu data galeri dan data transaksi yang dapat digunakan untuk proses penjualan sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan pemilik toko untuk melakukan jual beli

Dari hasil implementasi dan pengujian ini, penulis sadar bahwa masih terdapat kekurangan dalam pengembangan sistem ini sehingga penulis menyampaikan saran-saran berikut ini sebagai bahan perbaikan bagi peneliti lainnya atau peneliti selanjutnya.

- 1) Peneliti lainnya dapat melakukan pengembangan terhadap sistem dengan memperhatikan dan mengembangkan aspek-aspek lainnya seperti aspek *user interface* yang lebih *user-friendly* atau *design interface* yang lebih menarik.

- 2) Pengembangan terhadap *menu-menu* yang dibutuhkan oleh perusahaan lainnya dan mendukung perkembangan sistem informasi berbasis CRM
- 3) Mengubah atau menambahkan metode sehingga sistem dapat bekerja dengan baik dan lebih sempurna sesuai dengan yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, D. (2020, 9 Januari). CRM dalam Bisnis : Pengertian, Tujuan dan Manfaat. Diakses tanggal 2 february 2020, <https://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-tujuan-manfaat-crm-dalam-bisnis/>.
- Elhias Nst, M. A. (2017). Sistem Informasi Customer Relationship Management pada PT. Aneka Susu. *IT Journal*, Vol. 5 No. 1.
- Indrajani. (2011). *Perancangan Basis Data dalam All in 1*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management, Jilid 2 Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Ladjamudin, Al-Bahra Bin. (2013). *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sembiring, J. O. (2017). Sistem Informasi Penjualan Barang dan Jasa pada Studio Photo Topaz Hexagon Medan Berbasis Web. *MEANS (Media Informasi Analisa dan Sistem)*, Vol. 2, No. 2.
- Sutabri, T. (2012). *Analisis Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- 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*, Vol. 2, No. 2.