

PERANCANGAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PADA TOKO JEJE FASHION BERBASIS WEB

Dimas Kurniawan¹, Muh. Saleh Malawat², Nofriadi³

^{1,2,3} Sistem Informasi, Universitas Royal

³ Sistem Komputer, Universitas Royal

email: kurniawan@gamil.com

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong pelaku usaha untuk menerapkan strategi bisnis yang berorientasi pada pelanggan guna meningkatkan daya saing dan mempertahankan loyalitas konsumen. Toko JEJE Fashion merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan produk fashion seperti pakaian, sandal, dompet, dan ikat pinggang. Saat ini proses pemasaran, pemesanan, serta pengelolaan hubungan pelanggan masih dilakukan secara konvensional sehingga menyebabkan keterbatasan akses informasi produk, rendahnya efektivitas pelayanan pelanggan, dan kesulitan dalam pengelolaan data pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan sistem Customer Relationship Management (CRM) berbasis web yang mampu meningkatkan kualitas pelayanan, mempermudah interaksi antara pelanggan dan pihak toko, serta mendukung pengelolaan data pelanggan secara terintegrasi. Metode penelitian yang digunakan meliputi observasi, wawancara, studi literatur, analisis kebutuhan sistem, perancangan sistem, implementasi, dan pengujian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem CRM berbasis web mampu menyediakan informasi produk secara real-time, memfasilitasi pemesanan online, mengelola data pelanggan dengan lebih efektif, serta menyediakan media komunikasi berupa kritik, saran, dan pertanyaan pelanggan. Implementasi CRM diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat loyalitas konsumen, serta mendukung pengembangan bisnis Toko JEJE Fashion secara berkelanjutan.

Kata Kunci : Customer Relationship Management, CRM, Sistem Informasi, E-Commerce, Loyalitas Pelanggan..

Abstract

The rapid advancement of information technology has encouraged business actors to adopt customer-oriented strategies to enhance competitiveness and maintain customer loyalty. JEJE Fashion Store is a fashion retail business that sells clothing, sandals, wallets, and belts. Currently, marketing activities, product ordering, and customer relationship management are still conducted conventionally, resulting in limited product information access, ineffective customer service, and difficulties in managing customer data. This study aims to design and implement a web-based Customer Relationship Management (CRM) system to improve service quality, facilitate interaction between customers and the store, and support integrated customer data management. The research method includes observation, interviews, literature review,

system requirements analysis, system design, implementation, and testing. The results indicate that the web-based CRM system can provide real-time product information, facilitate online ordering, manage customer data more effectively, and offer communication features for customer feedback, suggestions, and inquiries. The implementation of CRM is expected to increase customer satisfaction, strengthen customer loyalty, and support the sustainable growth of JEJE Fashion Store.

Keywords: Customer Relationship Management, CRM, Information System, E-Commerce, Customer Loyalty.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan terhadap pola bisnis modern. Perusahaan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang cepat, tepat, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan agar dapat bertahan dalam persaingan yang semakin kompetitif. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu usaha karena pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk kepada konsumen lainnya. Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan strategi yang mampu membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui pemanfaatan teknologi informasi yang efektif [1], [2].

Dalam era digital saat ini, keberhasilan suatu bisnis tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk yang ditawarkan, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam mengelola hubungan dengan pelanggan. Tantangan yang dihadapi pelaku usaha meliputi penyediaan informasi produk yang akurat, peningkatan kualitas pelayanan, percepatan proses transaksi, serta pengelolaan data pelanggan secara terintegrasi. Pemanfaatan sistem berbasis teknologi informasi menjadi salah satu solusi yang dapat membantu perusahaan meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memperkuat hubungan dengan pelanggan [3], [4].

Toko JEJE Fashion merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan berbagai produk fashion seperti pakaian, celana, sandal, dompet, dan ikat pinggang. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, ditemukan beberapa kendala dalam proses bisnis yang sedang berjalan. Kegiatan pemasaran masih dilakukan secara konvensional dengan mengandalkan kunjungan langsung pelanggan ke toko. Kondisi tersebut menyebabkan informasi mengenai produk yang tersedia sulit diakses oleh calon pelanggan yang berada di luar wilayah toko. Selain itu, proses pemesanan produk masih dilakukan secara manual sehingga pelanggan harus datang langsung ke lokasi untuk melakukan transaksi.

Permasalahan lainnya terdapat pada aspek pelayanan pelanggan. Toko JEJE Fashion belum memiliki sarana yang dapat digunakan pelanggan untuk memperoleh informasi produk secara cepat maupun menyampaikan kritik, saran, dan pertanyaan terkait layanan yang diberikan. Selain itu, pengelolaan data pelanggan masih dilakukan secara sederhana sehingga menyulitkan pihak toko dalam melakukan pencatatan riwayat transaksi maupun analisis perilaku pelanggan. Kondisi tersebut dapat berdampak pada rendahnya efektivitas pelayanan dan berpotensi menurunkan tingkat kepuasan pelanggan [5].

Salah satu pendekatan yang dapat diterapkan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah Customer Relationship Management (CRM). CRM merupakan strategi bisnis yang berfokus pada pengelolaan hubungan antara perusahaan dan pelanggan melalui pemanfaatan teknologi informasi. CRM memungkinkan perusahaan untuk mengumpulkan, menyimpan, menganalisis,

dan memanfaatkan data pelanggan sebagai dasar dalam memberikan pelayanan yang lebih personal dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan [6].

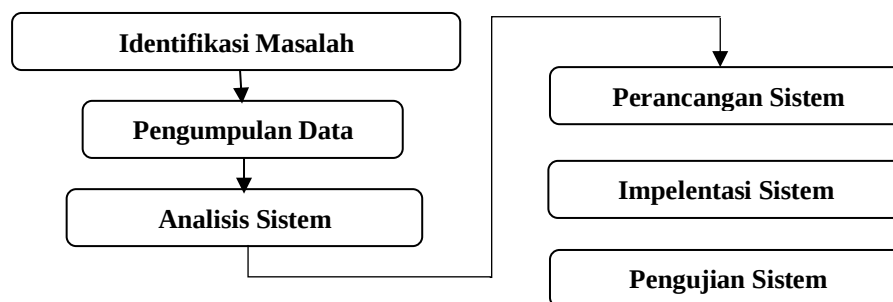
Penerapan CRM telah banyak digunakan oleh berbagai organisasi dan perusahaan karena mampu meningkatkan kualitas layanan, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, serta menarik pelanggan baru. Melalui implementasi CRM, perusahaan dapat memahami kebutuhan pelanggan secara lebih baik, meningkatkan efektivitas komunikasi, dan membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan [7]. Selain itu, CRM berbasis web memungkinkan pelanggan untuk mengakses informasi produk kapan saja dan di mana saja, sehingga dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dalam berinteraksi dengan perusahaan [8].

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa implementasi CRM berbasis website mampu meningkatkan loyalitas pelanggan, efektivitas pemasaran, dan kualitas pelayanan pada usaha kecil dan menengah (UMKM). Sistem CRM juga dapat membantu perusahaan dalam mengelola data pelanggan secara terstruktur sehingga mendukung proses pengambilan keputusan yang lebih tepat [9], [10].

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membangun sistem Customer Relationship Management (CRM) berbasis web pada Toko JEJE Fashion. Sistem yang dikembangkan diharapkan dapat membantu proses pemasaran, pemesanan produk, pengelolaan data pelanggan, serta meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan. Dengan adanya sistem CRM berbasis web, hubungan antara pelanggan dan perusahaan dapat terjalin lebih baik sehingga mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan serta mendukung pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan

METODE

Penelitian ini menggunakan kerangka kerja rekayasa perangkat lunak yang terstruktur dengan mengadopsi model Waterfall. Kerangka kerja ini terdiri dari tahapan-tahapan logis yang saling berurutan. Alur kerangka kerja penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Urain Kerangka Kerja

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalahnya ialah kurangnya pengetahuan masyarakat dalam mnegurus admintrasi dan akan di buat sistem informasi penjualan yang nanti akan di berikan kepada para masyarakat. Saat kita melakukan identifikasi masalah, berarti kita melakukan dugaan atau perkiraan atas suatu kejanggalan yang menyebabkan munculnya permasalahan.

2. Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan proses pengumpulan data dengan metode wawancara dan observasi untuk melakukan pengamatan dan analisa terhadap proses sistem informasi pemasaran yang sedang berjalan pada JEJE Fashion Kisaran sehingga mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.

3. Analisis Sistem

Pada tahap ini dilakukan identifikasi masalah pada sistem yang sedang berjalan. Dengan demikian, diharapkan peneliti dapat menemukan kendala-kendala dan permasalahan yang terjadi pada proses sistem informasi pemasaran di Top JEJE Kisaran sehingga peneliti dapat mencari solusi dari permasalahan tersebut.

4. Perancangan Sistem

Tahap perancangan adalah tahap sebuah sistem informasi penjualan baju, celana, tali pinggang dan dompet di Toko JEJE Fashion Kisaran yang telah direncanakan. Spesifikasi yang dibuat cukup rinci sehingga pada tahap implementasi tidak diperlukan keputusan baru dan menggunakan apa yang sudah ditentukan pada tahap perancangan.

5. Implementasi Sistem

Tahap implementasi merupakan tahap penyusunan program sistem informasi untuk menarik kesimpulan. Sistem ini diimplementasikan pada database yang ada di MySQL dengan menggunakan editor Adobe Dreamweaver CS3.

6. Uji Coba Sistem

Uji coba sistem dilakukan setelah pembuatan modul sistem selesai dibuat dengan percobaan pada komputer user interface. Dengan melakukan uji cobaini dapat diketahui kekurangan sistem yang telah dibuat berjalan dengan baik,

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Data

Analisis Kebutuhan *input* yaitu data-data Tenaga Honorer yang sudah memenuhi kelengkapan berkas kemudian dimasukkan ke dalam sistem untuk di proses pengambilan keputusan berdasarkan kriteria-kriteria yang ditetapkan oleh pihak sekolah antara lain

Tabel 1. Nama Tenaga Honorer dan Nilai Kriteria

Alternatif	Kode	Nama Tenaga Honorer	Kriteria (C)				
			C1	C2	C3	C4	C5
A1	001	Setia Wiranata	70	80	81	73	76
A2.	002	Dimas Kurniawan	77	45	80	80	66
A3.	003	Sri Khairani	79	90	82	81	80
A4.	004	Yasrul Huda	78	80	90	84	80
A5	005	Sri Gantini	80	78	79	81	82
A6	006	Tri Nando	77	85	82	81	79
A7	007	Dani Maulida	81	40	80	80	62

Data keluaran yang dihasilkan adalah sebuah alternatif yang memiliki nilai tertinggi dibandingkan nilai alternatif nilai yang lain. Hasil keluaran diambil dari urutan alternatif tertinggi ke alternatif terendah. Hasil akhirnya akan ditampilkan oleh program berasal dari nilai setiap kriteria, karena dalam setiap kriteria memiliki nilai yang berbeda-beda. Alternatif yang dimaksud adalah tenaga honorer.

Pada analisis proses sistem penggunaan metode *Weighted Product* membutuhkan nilai kriteria, bobot kriteria, banyaknya kriteria, preferensi alternatif serta menentukan nilai preferensi untuk setiap alternatif. Selanjutnya akan dilakukan proses perhitungan nilai total dan rangking Tenaga Honorer yang layak untuk menilai kinerja tenaga honorer, Dalam penyelesaian dengan metode *Weighted Product* terdapat kriteria yang dibutuhkan untuk menentukan siapa yang akan mempunyai nilai yang sangat baik dalam penilaian kinerja tenaga honorer ini. Adapun kriterianya sebagai berikut :

Tabel 2. Kriteria

No	Kriteria Yang Dinilai	Kode Kriteria
1.	Prestasi Kerja	C1
2	Tanggung Jawab	C2
3	Ketaatan	C3
4	Disiplin Kerja	C4
5	Kerja sama	C5

Analisa Proses

analisis proses sistem penggunaan metode *Weighted Product* membutuhkan nilai kriteria, bobot kriteria, banyaknya kriteria, preferensi alternatif serta menentukan nilai preferensi untuk setiap alternatif. Selanjutnya akan dilakukan proses perhitungan nilai total dan rangking Tenaga Honorer yang layak untuk menilai kinerja tenaga honorer. Dalam penyelesaian dengan metode *Weighted Product* terdapat kriteria yang dibutuhkan untuk menentukan siapa yang akan mempunyai nilai yang sangat baik dalam penilaian kinerja tenaga honorer ini. Adapun kriterianya sebagai berikut :

$$W_j = \frac{W_j}{\sum W_j}$$

Adapun yang menjadi bobot awal setiap kriteria adalah $W = (5,3,4,4,2)$ Akan diperbaiki sehingga total bobot $\sum W_j = 1$, dengan cara sebagai berikut :

$$W_1 = 5/(5+3+4+4+2)=5/18=0,277$$

$$W_2 = 3/(5+3+4+4+2)=3/18=0,166$$

$$W_3 = 4/(5+3+4+4+2)=4/18=0,222$$

$$W_4 = 4/(5+3+4+4+2)=4/18=0,222$$

$$W_5 = 2/(5+3+4+4+2)=2/18=0,111$$

Kemudian vektor preferensi alternatif (S) dihitung berdasarkan persamaan

$$\begin{aligned}
S_i &= X_{ij}W_j^i \text{ dengan } i=1,2,\dots,m \text{ sebagai berikut :} \\
S_1 &= (70^{0,277})x(80^{0,166})x(81^{0,222})x(73^{0,222})x(76^{0,111}) \\
&= (3,149)(2,016)(2,629)(2,569)(1,610) = 69,03 \\
S_2 &= (77^{0,277})x(45^{0,166})x(80^{0,222})x(80^{0,222})x(66^{0,111}) \\
&= (3,231)(1,838)(2,622)(2,622)(1,585) = 64,71 \\
S_3 &= (79^{0,277})x(90^{0,166})x(82^{0,222})x(81^{0,222})x(80^{0,121}) \\
&= (3,253)(2,054)(2,636)(2,629)(1,619) = 74,96 \\
S_4 &= (78^{0,277})x(80^{0,166})x(90^{0,222})x(84^{0,222})x(80^{0,111}) \\
&= (3,24)(2,01)(2,69)(2,65)(1,619) = 75,15 \\
S_5 &= (80^{0,277})x(78^{0,166})x(79^{0,222})x(81^{0,222})x(82^{0,111}) \\
&= (3,26)(2,01)(2,615)(2,629)(1,623) = 73,11 \\
S_6 &= (77^{0,277})x(85^{0,166})x(82^{0,222})x(81^{0,222})x(79^{0,111}) \\
&= (3,23)(2,035)(2,636)(2,629)(1,617) = 73,65 \\
S_7 &= (81^{0,277})x(40^{0,166})x(80^{0,222})x(80^{0,222})x(62^{0,111}) \\
&= (3,27)(1,804)(2,622)(2,622)(1,574) = 63,79
\end{aligned}$$

Untuk melakukan perhitungan vektor preferensi relatif setiap alternatif (V) sebagai berikut :
sebagai berikut :

$$V_j = \frac{X_{ij}W_j}{(\sum X_j)W_j}$$

$$\begin{aligned}
V_1 (\text{Setia Wiranata}) &= \frac{69,03}{69,03+64,71+74,96+75,15+73,11+73,65+63,79} = \frac{69,03}{494,04} = 0,1396 \\
V_2 (\text{Dimas K}) &= \frac{64,71}{69,03+64,71+74,96+75,15+73,11+73,65+63,79} = \frac{64,71}{494,04} = 0,130 \\
V_3 (\text{Sri Khairani}) &= \frac{74,96}{69,03+64,71+74,96+75,15+73,11+73,65+63,79} = \frac{74,96}{494,04} = 0,152 \\
V_4 (\text{Yasrul H}) &= \frac{75,15}{69,03+64,71+74,96+75,15+73,11+73,65+63,79} = \frac{75,15}{494,04} = 0,153 \\
V_5 (\text{Sri Gantini}) &= \frac{73,11}{69,03+64,71+74,96+75,15+73,11+73,65+63,79} = \frac{73,11}{494,04} = 0,148 \\
V_6 (\text{Tri Nando}) &= \frac{73,65}{69,03+64,71+74,96+75,15+73,11+73,65+63,79} = \frac{73,65}{494,04} = 0,149 \\
V_7 (\text{Dani M}) &= \frac{63,79}{69,03+64,71+74,96+75,15+73,11+73,65+63,79} = \frac{63,79}{494,04} = 0,129
\end{aligned}$$

Tabel 2. *Nilai preferensi relatif setiap alternatif (V)*

V_j	Nam Tenaga Honorer	Nilai V_j
V_1	Setia Wiranata	0,139
V_2	Dimas Kurniawan	0,130

V ₃	Sri Khairani	0,152
V ₄	Yasrul Huda	0,153
V ₅	Sri Gantini	0,148
V ₆	Tri Nando	0,149
V ₇	Dani Maulida	0,129

Dari perhitungan diperoleh nilai preferensi relatif pada setiap alternatif untuk V_i berdasarkan tenaga honorer yang kinerjanya sangat baik dan baik adalah dapat dilihat pada tabel 4.6 dibawah ini :

Tabel 2. Alternatif Terbaik

Alternatif (A _i)	Nama Tenaga Honorer	Nilai V _j	Keterangan
A ₄	Yasrul Huda	0,153	Sangat Baik
A ₃	Sri Khairani	0,152	Sangat Baik
A ₆	Tri Nando	0,149	Baik
A ₅	Sri Gantini	0,148	Baik

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa sistem pendukung keputusan yang dibangun mampu mempermudah pihak sekolah SMK Negeri 1 Setia Janji dalam melakukan proses pengolahan data, seleksi, pencarian data, serta pembuatan laporan penilaian produktivitas tenaga honorer secara lebih cepat dan efisien. Selain itu, penerapan metode Weighted Product pada sistem yang dikembangkan dapat membantu proses pengambilan keputusan dalam menentukan tenaga honorer dengan kinerja terbaik berdasarkan kriteria yang telah ditentukan secara objektif dan terukur.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Wijaya, R. Kurniawan, and D. Saputra, "Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Sistem Administrasi Sekolah," *Jurnal Teknologi Informasi*, vol. 12, no. 2, pp. 45–52, 2023.
- [2] M. Irfan and S. Ramadhani, "Implementasi Sistem Pendukung Keputusan pada Penilaian Kinerja Pegawai," *Jurnal Sistem Informasi dan Komputer*, vol. 8, no. 1, pp. 21–29, 2023.
- [3] N. Hidayat and A. Fauzi, "Evaluasi Kinerja Tenaga Honorer pada Instansi Pendidikan," *Jurnal Pendidikan Indonesia*, vol. 5, no. 3, pp. 88–96, 2023.
- [4] R. Prasetyo and Y. Firmansyah, "Analisis Permasalahan Penilaian Kinerja Secara Manual," *Jurnal Informatika dan Teknologi*, vol. 7, no. 1, pp. 55–63, 2024.
- [5] D. Setiawan, M. Harahap, and E. Siregar, "Sistem Pendukung Keputusan Berbasis Web untuk Evaluasi Kinerja," *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, vol. 10, no. 2, pp. 112–120, 2024.
- [6] F. Rahman and L. Andriani, "Penerapan Decision Support System dalam Pengambilan Keputusan," *Jurnal Ilmu Komputer*, vol. 9, no. 1, pp. 34–41, 2024.

- [7] S. Wahyuni, A. Lubis, and M. Rizki, “Penerapan Metode Weighted Product dalam Penilaian Kinerja Pegawai,” *Jurnal Sistem Cerdas*, vol. 6, no. 2, pp. 75–82, 2024.
- [8] H. Saputra and R. Nasution, “Analisis Metode Weighted Product untuk Sistem Pendukung Keputusan,” *Jurnal Komputer dan Informatika*, vol. 11, no. 1, pp. 90–98, 2024.
- [9] T. Kurniawan, A. Pratama, and E. Wulandari, “Implementasi Weighted Product pada Sistem Evaluasi Kinerja,” *Jurnal Teknologi Digital*, vol. 4, no. 2, pp. 101–109, 2025.
- [10] P. Siregar and M. Yusuf, “Digitalisasi Penilaian Kinerja Berbasis Web pada Institusi Pendidikan,” *Jurnal Sistem Informasi Modern*, vol. 3, no. 1, pp. 15–24, 2025.