

IMPLEMENTASI CRM DALAM MEMPERTAHANKAN PELANGGAN DI CINTA HIJAB STORE

Chindy Novira Amroe¹, Havid Syafwan², Wan Mariatul Kifti³

^{1,2,3} Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Royal

email: sarikartika@gmail.com

Abstrak

Customer Relationship Management (CRM) adalah fungsi terintegrasi strategi penjualan, pemasaran, dan pelayanan yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dan kepuasan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah Merancang suatu sistem yang baru yaitu *Customer Relationship Management* yang menarik, efektif dan efisien untuk pemasaran, penjualan dan pelayanan pelanggan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, karyawan dan pihak yang berkaitan dengan Cinta Hijab Store dengan bahasa pemrograman *PHP*. Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian dengan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah metode yang menuju terhadap pemahaman secara mendalam, seperti wawancara dan observasi. Aplikasi dibangun menggunakan bahasa pemrograman *PHP* dan *database Mysql*. Hasil implementasi penerapan metode *Customer Relationship Management* pada Cinta Hijab Store memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk mendapatkan informasi produk terbaru, melakukan pemesanan produk secara cepat

Kata Kunci : Customer Relationship Management , Metode Kualitatif, Pelayanan, Cinta Hijab, Pelanggan

Abstract

Customer Relationship Management (CRM) is an integrated function of sales, marketing, and service strategies aimed at increasing revenue and customer satisfaction. The purpose of this research is to design a new system, namely Customer Relationship Management that is attractive, effective and efficient for marketing, sales and customer service according to the needs of customers, employees and parties related to the Cinta Hijab Store with the PHP programming language. In this study, researchers conducted research with qualitative methods. Qualitative methods are methods that lead to in-depth understanding, such as interviews and observations. The application is built using the PHP programming language and MySQL database. The results of the implementation of the Customer Relationship Management method at the Cinta Hijab Store make it easy for customers to get the latest product information, make product orders quickly..

Keywords : Customer Relationship Management, Qualitative Methods, Service, Hijab Love, Customers

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin cepat telah membawa dunia memasuki era baru khususnya di bidang teknologi informasi, dimana teknologi ini dapat di aplikasikan di hampir setiap aspek kehidupan masyarakat dunia [1] [2]. Seiring pesatnya berkembang teknologi informasi yang terjadi sekarang ini, teknologi informasi bukan sekedar alat bantu kerja saja, tetapi juga menjadi bagian strategi perusahaan untuk mending kinerja dan daya saingnya [3]. Teknologi informasi dapat dimanfaatkan sebagai strategi untuk promosi dan pelayanan perusahaan kepada konsumennya, sehingga dapat meningkatkan penjualan maupun jasa yang di tawarkan oleh perusahaan tersebut [4] [5].

Peningkatan mutu kualitas pelayanan kepada pelanggan adalah kunci perusahaan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi mengharuskan perusahaan untuk benar- benar mementingkan kualitas pelayanannya [6]. Pelanggan yang puas dengan kinerja perusahaan secara tidak langsung akan menimbulkan dampak yang sangat positif bagi perjalanan hidup perusahaan dalam jangka panjang, akhirnya Loyalitas adalah tambahan untuk kepuasan psikologi pelanggan dengan perasaan pelanggan Perusahaan yang mampu menciptakan kepuasan pelanggan ini yang akan menggiring pelanggan semakin Loyal ke perusahaan [7].

Ketatnya persaingan bisnis di era digital saat ini membuat Cinta Hijab Store harus membuat strategi pemasaran untuk mengelola pelangganya, meningkatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Pengelolaan pelanggan yang akan dilakukan oleh Cinta Hijab Store adalah menggunakan metode *Customer Relationship Management* (CRM) sistem informasi ini di harapkan mampu memberikan informasi kepada pelanggan mengenai produk-produk yang ada di Cinta Hijab Store, mengenai mekanisme pemesanan secara online dan mempermudah pelanggan untuk memesan hijab, mengenai program-program pemasaran lainnya yang diterapkan Cinta Hijab Store seperti model hijab terbaru, model hijab terlaris, penawaran promo menjelang lebaran, dan juga data member. Selain itu, sistem informasi pelanggan berbasis web ini akan diintegrasikan dengan sebuah database yang akan menyimpan data-data yang dibutuhkan. Dari data-data yang ada, Cinta Hijab Store dapat mengetahui member yang terdaftar, selera member terhadap model hijab tertentu, dari informasi lain yang berguna untuk meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Customer Relationship Management (CRM) adalah keseluruhan proses membangun dan memelihara hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan mengantarkan nilai dan kepuasan pelanggan. CRM adalah salah satu teknik yang dilakukan secara *online* untuk mempererat hubungan antara toko dengan para pelanggannya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan mendapatkan Loyalitas dari para konsumennya [8]

Metode CRM mencakup otomatisasi penjualan, otomatisasi pemasaran dan otomatisasi pelayanan. Penerapan CRM pada suatu perusahaan dirasa sangat penting untuk menarik minat pelanggan, kemudian mempertahankan pelanggan yang ada agar tetap Loyal pada jasa atau produk yang di tawarkan oleh perusahaan tersebut. Hal ini diyakini karena dengan memanfaatkan CRM, perusahaan akan mengetahui sistem yang di inginkan dan di perlukan pelanggan sehingga akan tercipta hubungan yang erat antara pelanggan dan perusahaan [9] [10].

METODE

Untuk mengetahui penerapan CRM penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan

pendekatan studi kasus. Pendekatan studi kasus ini akan memberikan pandangan yang lengkap dan mendalam subjek yang diteliti dengan melakukan penelitian berbagai data mengenai subjek yang diteliti dengan berbagai metode seperti wawancara, pengamatan, penelitian dokumen dan hasil survei. Pendekatan studi kasus yang digunakan penulis dalam penelitian diharapkan mendapat informasi dan data yang lengkap dan sedalam mungkin. Data kualitatif tersebut dijabarkan menjadi penelitian deskriptif

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usecase Diagram

Use case diagram adalah interaksi antara sistem dengan *actor* untuk mencapai tujuan tertentu. Kegiatan *Use case diagram* hanya menjelaskan apa saja yang dapat dilakukan *actor* pada sistem

Tabel 1. Definisi Actor

No	Actor	Deskripsi
1	Admin	Admin adalah pengguna yang bertugas dan memiliki hak akses penuh untuk mengolah keseluruhan data, yaitu data profil toko, kategori produk, produk, pemesanan, pembayaran dan mengolah ongkir.
2	Pelanggan	Pelanggan dapat melakukan ubah profil, melihat kategori produk, produk serta memberikan masukan pada sistem.
3	Pengunjung	Pengunjung atau calon pelanggan yang sedang membuka <i>website</i> yang ditampilkan.

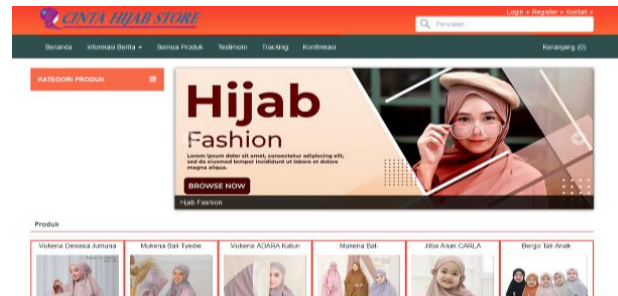
Halaman Pendaftaran

Gambar tersebut menampilkan halaman pendaftaran member pada sebuah sistem berbasis web. Pada bagian bawah form tersedia tombol aksi seperti daftar, batal, dan sudah punya akun untuk memudahkan pengguna dalam melanjutkan atau membatalkan proses registrasi. Di sisi kanan halaman terdapat panel tambahan yang menampilkan kategori produk serta informasi terbaru, seperti daftar barang beserta harga. Tampilan ini dirancang untuk memudahkan pengguna dalam melakukan pendaftaran sekaligus mengakses informasi lain dalam sistem.

Gambar 1. Halaman Pendaftaran

Halaman Menu Utama

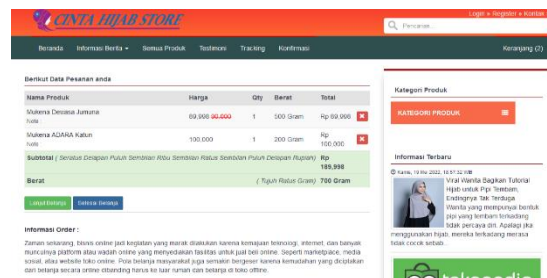
Bagian utama halaman menampilkan banner promosi bertema *Hijab Fashion* yang berfungsi sebagai media informasi dan strategi pemasaran untuk menarik perhatian pengunjung terhadap produk unggulan. Di sisi kiri terdapat menu kategori produk yang memudahkan pengguna dalam mengelompokkan dan menelusuri jenis produk yang tersedia.



Gambar 2. Halaman Utama

Halaman Keranjang Belanja

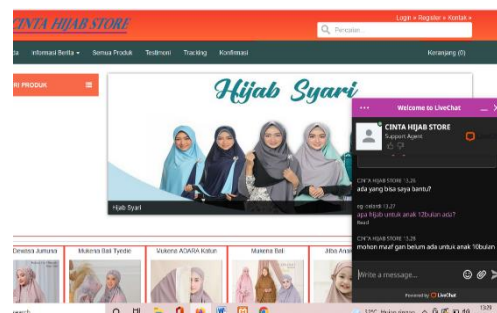
Halaman keranjang belanja adalah halaman berisikan produk yang dibeli yang ada di *website*. Pada halaman keranjang ini customer dapat memasukan dan memilih hijab yang mau di beli, serta bisa mengetahui berapa totaol belanja yang sudah di lakukan oleh customer. Selain itu juga di lengkapi dengan informasi berat belanja yang sudah di lakukan, jika masih mau melakukab belanja tinggal klik tombol Lanjut Belakja. Berikut tampilan keranjang belanja pada Cinta Hijab Store :



Gambar 3. Keranjang Belanja

Halaman Chatting

Halaman ini adalah fitur chatting pelanggan untuk menanyakan apapun yang berkaitan dengan pemesanan. Berikut tampilan *chatting* pada Cinta Hijab Store :



Gambar 4. Halaman Chating

Halaman Checkout

Halaman *checkout* adalah halaman yang berisikan form pengisian data pembeli yang ada di website, pada halaman ini terdapat informasi lengkap tentang barang yang di beli oleh customer mulai dari nama produk harga, jumlah berat, dan total harga, serta pemilihan jasa kurir. Berikut tampilan *checkout* pada Cinta Hijab Store

Checkout Belanja - TRX-20220529112146

PENTING! - Pastikan data anda sudah benar sebelum menyelesaikan pesanan ini

Nama: chendy amrie
No Telp/whp: 082267483756
Email: chendyamrie@gmail.com
Kota: Aceh
Alamat Lengkap: seimbang

Total Bayar: **Rp 100,146**

Nama Produk	Harga	Qty	Berat	Total
Mukena ACARA Kaitun Kira	100.000	1	200 Gram	Rp 100.000
Subtotal	(Seratus Ribu Rupiah)			Rp 100.000
Berat	(Dua Ratus Gram)			200 Gram

Pilih Kurir: ☐ JNE ☐ POS ☐ TIK ☐ COD (Cash on delivery)

Kategori Produk
KATEGORI PRODUK

Informasi Terbaru
0 News - 19 Mei 2022, 10:57:22 WIB
Viral Wanita Bagikan Tutorial Hijab untuk Pipi Terasa Endringnya Tak Terduga Wanita yang mempunyai bentuk pipi yang tembem terkadang tidak percaya diri. Apalagi jika menggunakan hijab, membuat terkadang merasa tidak cocok sebati...

Gambar 5. Halaman Chekout

Halaman Konfirmasi Pembayaran

Berisikan penginputan data untuk konfirmasi pembayaran yang dilakukan pelanggan. Berikut tampilan konfirmasi pembayaran pada Cinta Hijab Store :

Konfirmasi Pembayaran Pesanan Anda

Masukkan No Invoice atau No Transaksi Tersebut diatas!

No Invoice: TRX-20220529112146

Total: Rp 107.146

Transfer Ke: BRI - 7643010203193332, A/N : Cinta Hijab Store

Nama Pengirim: chendy amrie

Tanggal Transfer: 2022-05-29

Bukti Transfer: Tidak ada berkas dipti

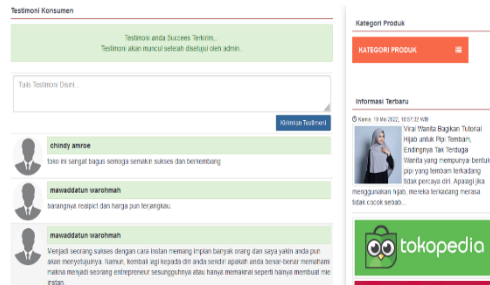
Kategori Produk
KATEGORI PRODUK

Informasi Terbaru
0 News - 19 Mei 2022, 10:57:22 WIB
Viral Wanita Bagikan Tutorial Hijab untuk Pipi Terasa Endringnya Tak Terduga Wanita yang mempunyai bentuk pipi yang tembem terkadang tidak percaya diri. Apalagi jika menggunakan hijab, membuat terkadang merasa tidak cocok sebati...

Gambar 5. Konfirmasi Pembayaran

Halaman Penilaian Produk

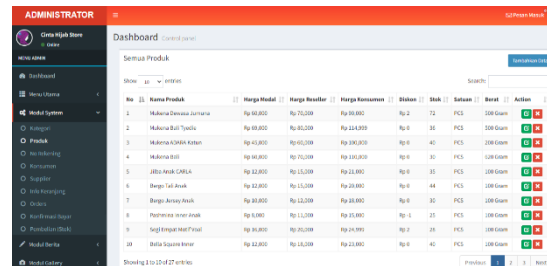
Halaman ini adalah halaman pemberian penilaian terhadap produk yang dipesan, dimana akan otomatis tampil ketika pelanggan melakukan konfirmasi penerimaan produk. Penilai dilakukan oleh para customer terhadap barang yang sudah di beli. Jika customer merasa puas dengan barang , maka customer akan memberikan penilaian yang bagus dengan cara pemberian bintang 5 Berikut tampilan penilaian produk pada Cinta Hijab Store :



Gambar 6. Halaman Penilaian Produk

Halaman Diskon

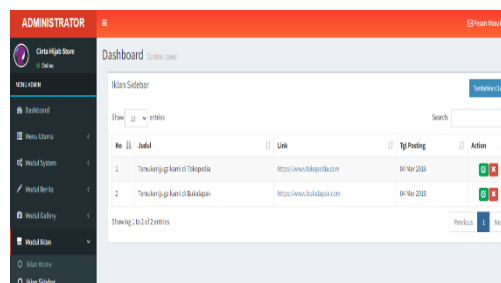
Halaman ini adalah halaman diskon dimana admin dapat menambahkan, mengedit dan menghapus diskon yang diberikan. Adapun diskon yang biasa di berikan adalah costumer yang sering belanja ke toko tersebut dengan cara penukaran poin yang sudah di dapat. Selain itu ada juga diskon yang di berikan kepada para penghafal alquran, semakin banyak hafalan semakin besar diskon yang di dapat Berikut tampilan halaman diskon pada Cinta Hijab Store



Gambar 7. Halaman Diskon

Halaman Promosi

Halaman ini adalah halaman promosi dimana admin dapat menambahkan tempat- tempat promosi di Cinta Hijab Store. Adapun promosi yang di lakukan berdasarkan ketentu yang sudah di tetapkan oleh pihak toko, seperti promosi khusu hari santri nasional, hari guru, hari ibu.



Gambar 8. Halaman Promosi

Halaman laporan

Halaman laporan adalah halaman yang berisi data rekapan orderan dengan format pdf dan bisa langsung dicetak, berikut tampilan pada halaman laporan

ORDERS REPORT						
Cinta Hijab Store						
No Telpun. 08126771244 Fax. 0751 40185						
No	Kode Transaksi	Nama Produk	Total Belanja	Pengiriman	Tujuan	Waktu Transaksi
1	TRX.20230801150440	Pelaminan Sutra Premium	Rp.104.438	INE (OKE)	Banyuwangi	2023-08-08 13:04:52
2	TRX.2023080113651	Maknusa ADARA Kemas	Rp.484.051	INE (OKE)	Banyuwangi	2023-08-08 11:42:04
3	TRX.20230801010106	Maknusa Bici Trender	Rp.262.034	INE (OKE)	Bogor	2023-08-06 11:31:14
4	TRX.2023080112614	Maknusa Dewasa Jumann	Rp.990.653	TRKI (Cash on delivery)	Astaman	2023-08-02 11:43:40
5	TRX.2023052918423	Sepi Empor Misa' Viral	Rp.11.240	INE (CTC)	Astaman	2023-05-29 13:45:31
6	TRX.20230529111146	Maknusa ADARA Kemas	Rp.107.148	INE (CTC)	Astaman	2023-05-29 11:31:12
7	TRX.2023052908308	Maknusa Dewasa Jumann	Rp.97.036	TRKI (REG)	Astaman	2023-05-27 08:33:18
8	TRX.20230529142121	Berge Tali Anak	Rp.20.122	COO (Cash on delivery)	Astaman	2023-05-20 14:23:34
9	TRX.20230519191018	Hijab Syari - Marwa - Poins	Rp.137.038	TRKI (REG)	Astaman	2023-05-19 19:14:53
GRAND TOTAL			Rp.2.214.738			

Simpang Empat, 08/06/2023

Narkharati Panjaitan
Pemilik**Gambar 9. Halaman Laporan**

KESIMPULAN

Keberhasilan perusahaan sangat bergantung pada pelanggan sebagai faktor utama keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami preferensi pelanggan secara tepat. Berdasarkan hasil implementasi, sistem pemasaran sebelumnya masih memiliki kelemahan dalam penyampaian promosi. Penerapan sistem penjualan hijab berbasis Customer Relationship Management (CRM) pada Cinta Hijab Store mampu meningkatkan efektivitas transaksi dan pemasaran. Selain itu, sistem ini mempermudah peningkatan kualitas pelayanan, menjaga kepercayaan pelanggan, serta menyediakan informasi produk, diskon, dan fasilitas live chat secara cepat dan responsif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Ardiansyah, A. Askar, M. Mashud, dan N. Awaliah, "Perancangan Sistem Customer Relationship Management Berbasis Web," Jurnal Ilmiah Sistem Informasi (JUISI), vol. 3, no. 2, pp. 85–94, 2022. doi: 10.51903/kys0sw90.
- [2] W. Wahyudin dan Irfansyah, "Penerapan Customer Relationship Management pada Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web," CONTEN: Computer and Network Technology, vol. 2, no. 1, pp. 1–8, 2020. doi: 10.31294/conten.v2i1.1264.
- [3] H. E. Sari dan R. Prasetiawati, "Analisis Sistem Informasi Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus PT Inovatif Teknik Mesindo)," Technomedia Journal, vol. 5, no. 1, pp. 1–13, 2020. doi: 10.33050/tmj.v5i1.881.
- [4] E. Wicaksono, F. Kasyfi, dan D. Hidayatullah, "Implementasi Electronic Customer Relationship Management Menggunakan Metode Framework of Dynamic Berbasis Web," Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi (JTIK), vol. 5, no. 4, pp. 371–378, 2021. doi: 10.35870/jtik.v5i4.226.
- [5] I. Rahmawati, I. Sukma, dan H. Henny, "Pembuatan Aplikasi Customer Relationship Management Berbasis Website pada CV. Perdana Mobil Kendari," Simtek: Jurnal Sistem Informasi dan Teknik Komputer, vol. 7, no. 2, pp. 152–156, 2022. doi: 10.51876/simtek.v7i2.157.
- [6] A. U. Hasanah, Nurwati, dan A. Syafnur, "Implementasi Strategi CRM Berbasis Web pada Toko Buku Budi," J-Com (Journal of Computer), vol. 3, no. 3, pp. 245–252, 2023. doi: 10.33330/j-com.v3i3.2721.
- [7] T. N. Ainun, S. Rahayu, dan A. Mulyani, "Penerapan Customer Relationship Management

- pada Aplikasi Pemasaran Kopi Berbasis Web Menggunakan Metode Rational Unified Process,” *Jurnal Algoritma*, vol. 21, no. 2, pp. 120–129, 2023. doi: 10.33364/algoritma.v21i2.1534.
- [8] S. Hidayatuloh, N. Hasanati, dan M. R. Wirawan, “Pengembangan Electronic Customer Relationship Management Berbasis Web untuk Peningkatan Loyalitas Pelanggan,” *Applied Information System and Management (AISM)*, vol. 4, no. 1, pp. 9–16, 2021. doi: 10.15408/aism.v4i1.14513.
- [9] Y. O. Siallagan, N. F. Saragih, dan J. M. Hutapea, “Implementasi Customer Relationship Management (CRM) pada Toko Roti Ganda Berbasis Web,” *METHODIKA: Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, vol. 6, no. 1, pp. 6–13, 2020. doi: 10.46880/mtk.v6i1.247.
- [10] N. Sabrina, D. Anggraeni, dan A. Nasution, “Sistem E-Customer Relationship Management Berbasis Web untuk Pengelolaan Pelanggan,” *Jurnal Algoritma*, vol. 23, no. 1, pp. 1–10, 2023.