

# PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT ( CRM ) PADA TOKO URBAN TRAFFIC BERBASIS WEB

Ade Putra Halashon Tampubolon<sup>1</sup>, Edward Rajagukguk<sup>2</sup>, Asaziduhu Gea<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Methodist Indonesia

## Info Artikel

### Histori Artikel:

Received, Nov 28, 2021

Revised, Des 20, 2021

Accepted, Jan 28, 2022

### Keywords:

Customer, PHP, Database, Sistem Informasi, Konsep CRM, Toko Urban Traffic

## ABSTRAK

Urban Traffic merupakan salah satu toko penjualan pakaian yang berlokasi di Jl. Dr. Mansyur No 15 E Medan. Proses bisnis yang berjalan saat ini adalah kurangnya media informasi yang diberikan kepada pelanggan masih belum sesuai dengan tujuan seperti melakukan promosi penjualan, transaksi antara pelanggan dan penjual serta pelayanan untuk pelanggan yang masih kurang efektif. Dan jika ingin melihat produk dan melakukan pemesanan produk harus mengunjungi toko secara langsung sehingga memakan biaya dan waktu. Maka dari itu diperlukan strategi pemasaran yang berbasis web pada upaya menciptakan hubungan antara pihak perusahaan dengan pelanggan lebih dikenal dengan istilah Customer Relationship Management (CRM) berbasis web. Sistem ini diharapkan dapat membantu memberikan informasi serta menciptakan hubungan baik kepada pelanggan terkait dengan produk yang ditawarkan, transaksi penjualan, dan paket promosi. Sehingga membantu menarik prospek penjualan, dan memenuhi kepuasan pelanggan, serta meningkatkan loyalitas pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

*This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.*



Ade Putra Halashon Tampubolon, Faculty of Computer Science, Universitas Methodist Indonesia, Medan, Jl. Hang Tua No.8, Medan - Sumatera Utara.  
Email: [adeputrashon98@gmail.com](mailto:adeputrashon98@gmail.com)

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia pemasaran dan persaingan yang semakin ketat, berakibat pada banyaknya perusahaan yang tidak lagi memfokuskan aktivitas pemasaran semata-mata pada pencarian pembeli baru, namun sudah lebih kepada usaha mempertahankan dan meningkatkan kesetiaan pelanggan lama. Hal ini mempertegas pernyataan yang menyatakan bahwa biaya untuk memperoleh pembeli baru dapat lebih mahal dibandingkan dengan biaya yang digunakan untuk mempertahankan pelanggan lama.

Proses bisnis yang berjalan saat ini adalah kurangnya media informasi yang diberikan kepada pelanggan masih belum sesuai dengan tujuan seperti melakukan promosi penjualan, transaksi antara pelanggan dan penjual serta pelayanan untuk pelanggan yang masih kurang efektif. Dan jika ingin melihat dan melakukan pemesanan produk harus mengunjungi toko secara langsung sehingga memakan biaya dan waktu. Pemanfaatan media sosial sudah diterapkan akan tetapi masih kurang efisien, karena jika pelanggan ingin melakukan pemesanan produk berdasarkan promosi yang sudah diposting oleh

perusahaan, pelanggan diharuskan memesan melalui kolom komentar, dengan banyaknya komentar yang diberikan oleh pelanggan terkadang menyulitkan perusahaan untuk mencari atau mengetahui pelanggan yang ingin memesan produk. Serta pencatatan transaksi penjualan yang masih dilakukan secara manual sehingga menjadi rumit dan pelayanan juga masih kurang efisien.

Maka dari itu diperlukan strategi pemasaran yang berbasis web pada upaya menciptakan hubungan antara pihak perusahaan dengan pelanggan lebih dikenal dengan istilah Customer Relationship Management (CRM) berbasis web. Sistem ini diharapkan dapat membantu memberikan informasi serta menciptakan hubungan baik kepada pelanggan terkait dengan produk yang ditawarkan, transaksi penjualan, dan paket promosi. Sehingga membantu menarik prospek penjualan, dan memenuhi kepuasan pelanggan, serta meningkatkan loyalitas pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

## 2. METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

### 1. Analisis

Pada tahap ini berlangsung proses pengumpulan kebutuhan data secara lengkap. Adapun pengumpulan data dengan metode-metode sebagai berikut:

#### a. Studi Lapangan

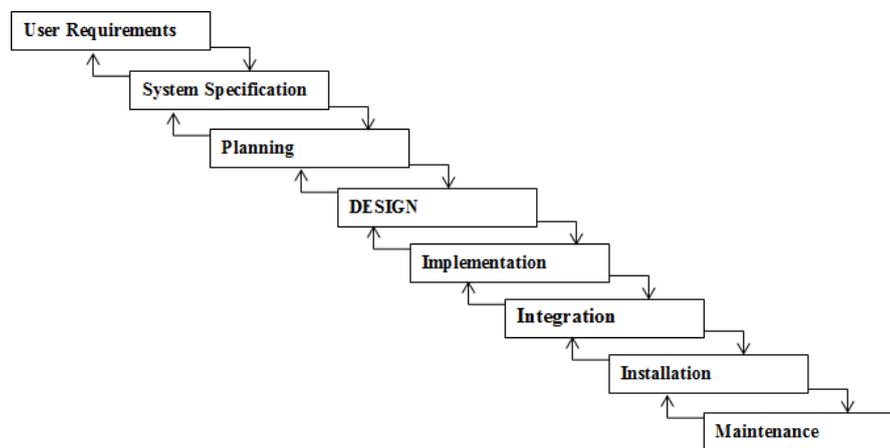
Merupakan teknik yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data dengan mengadakan penelitian langsung terhadap objek penelitian dan pengumpulan data melalui:

#### b. Studi Kepustakaan

Penulis mengumpulkan data sebagian besar diperoleh dari buku-buku dan jurnal-jurnal yang berhubungan dengan masalah yang dihadapi, guna memperoleh data-data dan bahan-bahan yang diperlukan dengan judul penelitian yang penulis angkat.

### 2. Metode pengembangan sistem

Dalam pengembangan sistem ini menggunakan metode waterfall. Adapun tahapan dari metode ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Siklus metode pengembangan sistem dengan waterfall.

#### a. User Requirements

Pemodelan ini diawali dengan mencari functional dan non-functional req yang dapat dipahami oleh pengguna (user) yang tidak memiliki latar belakang teknis yang cukup.

#### b. System Specification

Proses pencarian kebutuhan sekumpulan layanan kemampuan sistem dan batasan-batasannya yang ditulis secara detail.

#### c. Planning

Proses untuk merencanakan kegiatan yang akan dilaksanakan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

#### d. Design

Proses ini digunakan untuk mengubah kebutuhan-kebutuhan diatas menjadi representasi ke dalam bentuk "blueprint" sebelum coding dimulai. Desain harus dapat

- mengimplementasikan kebutuhan yang telah disebutkan pada tahap sebelumnya.
- e. **Implementation**  
Proses ini digunakan untuk pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci.
  - f. **Integration**  
Proses ini digunakan untuk menghubungkan aplikasi dalam satu organisasi bersama dalam rangka untuk menyederhanakan dan mengotomasi
  - g. **Installation**  
Proses ini digunakan untuk memasang aplikasi yang akan dilakukan oleh pengguna.
  - h. **Maintenance**  
Pemeliharaan atau sistem diperlukan, termasuk di dalamnya adalah pengembangan, karena sistem yang dibuat tidak selamanya hanya seperti itu. Ketika dijalankan mungkinsaja masih ada error yang kecil yang tidak ditemukan sebelumnya, atau ada penambahan fitur-fitur yang belum ada pada sistem tersebut

## 2.1 CRM ( *Costumer Relationship Management* )

### A. Pengertian CRM

Defenisi CRM menurut (Francis Buttle, 2015:4) CRM adalah istilah industri informasi untuk metodologi, perangkat lunak dan biasanya kemampuan internet itu membantu perusahaan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang terorganisir. CRM adalah proses pengelolaan semua aspek interaksi yang dimiliki perusahaan dengan pelanggannya, termasuk prospeksi, penjualan dan pelayanan. Aplikasi CRM berusaha memberikan wawasan dan memperbaiki hubungan perusahaan/pelanggan dengan menggabungkan semua pandangan interaksi pelanggan ini menjadi satu gambar. CRM adalah pendekatan terpadu untuk mengidentifikasi, mengakuisisi dan mempertahankan pelanggan.

### B. Jenis CRM (Customer Relationship Management)

Menurut (Francis Buttle, 2016:4) jenis CRM adalah :

1. Strategic CRM adalah strategi bisnis customer-centric inti yang bertujuan untuk menang dan menjaga pelanggan profitabel.
2. Operasional CRM berfokus pada otomatisasi proses yang dihadapi pelanggan seperti penjualan, pemasaran dan layanan pelanggan.
3. Analytical CRM berfokus pada pertambahan cerdas data yang berhubungan dengan pelanggan strategis atau taktis.
4. Collaborative CRM menerapkan teknologi lintas batas organisasi dengan pandangan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan, mitra dan pelanggan.

### C. Strategi CRM (Customer Relationship Management)

Beberapa landasan untuk manajemen hubungan pelanggan dan membuat kerangka kerja sebagai berikut:

1. Identifikasi calon dan pelanggan anda. Jangan mengejar setiap pelanggan. Bangun hubungan, Pertahankan, dan gali informasi pelanggan yang berasal dari semua saluran informasi.
2. Bedakan pelanggan berdasarkan kebutuhan dan nilai mereka bagi perusahaan anda. Seperti pada nilai pelanggan perusahaan hendaknya mengeluarkan lebih banyak upaya pada pelanggan mereka yang paling bernilai (MVC- Most valuable Customer).
3. Mengurangi tingkat perpindahan pelanggan ke perusahaan lain. Dengan menyelenggarakan melatih karyawan supaya berpengetahuan dan ramah sopan sehingga upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga pertanyaan terhadap karyawan dapat dijelaskan dengan baik dan memuaskan.
4. Meningkatkan lamanya relasional pelanggan. Semakin pelanggan terlibat dalam perusahaan, semakin besar kemungkinan pelanggan mereka sebagai mitra, menghususkan bantuan mereka.
5. Meninggikan potensi pertumbuhan masing-masing pelanggan melalui “pangsa dompet” (share-of-wallet)”, penjualan silang, dan penjualan kelas produk di atasnya (up-selling).

Beberapa perusahaan membedakan tiga level investasi perusahaan dalam rangka membangun relasi pelanggan:

- Dasar pemasaran: hanya menjual produk
- Pemasaran yang bertanggung jawab: menelepon pelanggan untuk mengecek apakah produk memenuhi harapan. Penjual juga meminta pelanggan untuk setiap produk untuk memberikan layanan saran perbaikan dan memperbaiki kekurangan
- Pemasaran yang reaktif: guna untuk menyimpan keluhan, komentar, saran untuk perbaikan.
- Proaktif pemasaran : dari waktu ke waktu dengan saran mengenai penggunaan produk yang ditingkatkan atau produksi produk baru.
- Pemasaran kemitraan : Perusahaan bekerja untuk memberikan yang terbaik kepada pelanggan guna untuk meningkatkan hubungan kemitraan dengan pelanggan terjalin

#### D. Website

Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi, teks, gambar diam atau bergerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya itu, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling berkaitan dimana masing masing dihubungkan dengan jaringan jaringan halaman/hyperlink

#### E. PHP (Hypertext Preprocessor)

PHP merupakan singkatan dari PHP Hypertext Preprocessor. Ia merupakan bahasa berbentuk skrip yang ditempatkan dalam server dan diproses di server. Hasilnya lah yang dikirimkan ke klien, tempat pemakai menggunakan browser. Secara khusus, PHP dirancang untuk membentuk aplikasi web dinamis. Artinya, ia dapat membentuk suatu tampilan berdasarkan permintaan terkini. Misalnya, Anda bisa menampilkan isi database ke halaman web. Pada prinsipnya PHP mempunyai fungsi yang sama dengan skrip seperti ASP (Active Server Page). Cold Fusion, atau perl.[1] [1]

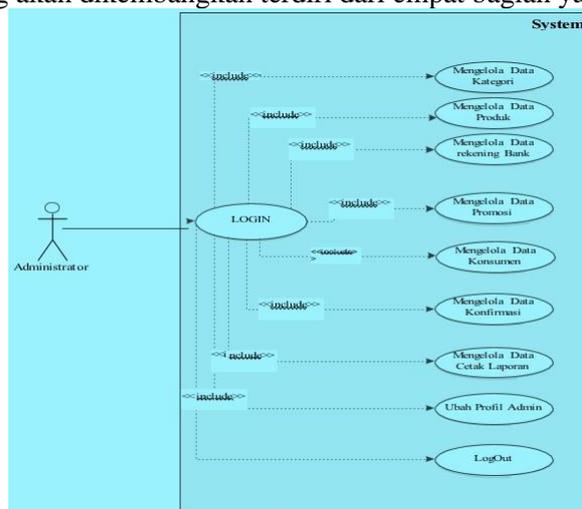
#### F. MYSQL

MySQL adalah satu jenis database server yang sangat terkenal[2]. Kepopulerannya disebabkan MySQL menggunakan SQL sebagai bahasa dasar untuk mengakses databasenya. Selain itu, ia bersifat Open source (anda tidak perlu membayar untuk menggunakannya) pada berbagai platform (kecuali untuk jenis enterprise)

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Use Case Diagram

Use case adalah potongan fungsionalitas tingkat tinggi yang akan disediakan oleh sistem[3]. Use Case Diagram untuk sistem yang akan dikembangkan terdiri dari empat bagian yaitu sebagai berikut.

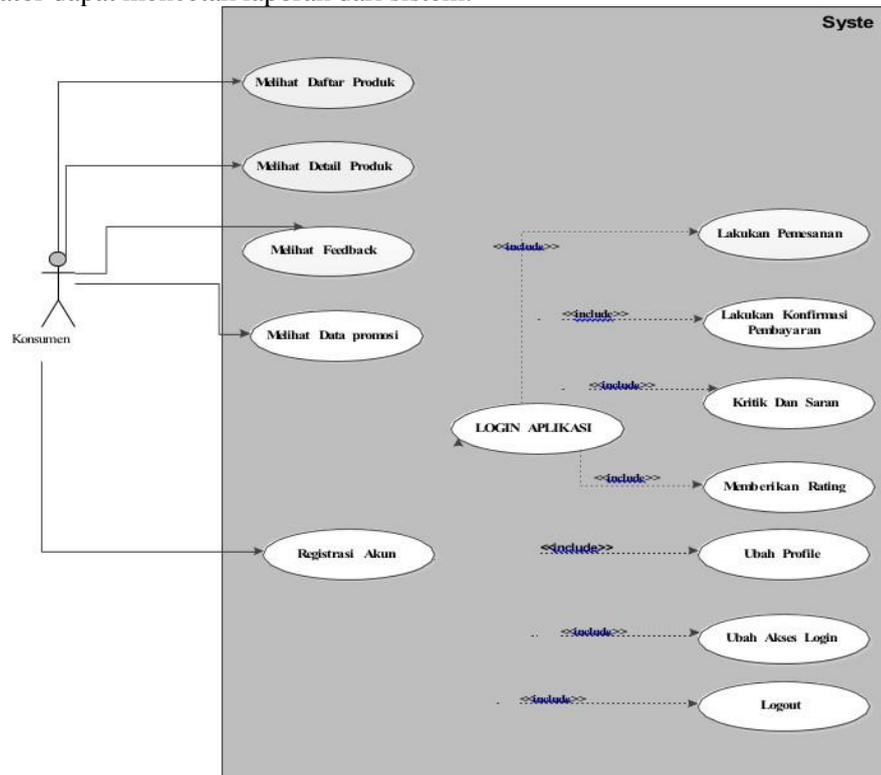


Gambar 1 Use Case Diagram Admin

Berikut deskripsi dan penjelasan dari *Use Case Diagram* admin pada gambar diatas:

- Tahap pertama administrator harus melakukan login terlebih dahulu, agar dapat masuk kehalaman

- utama. Administrator diwajibkan mengisi username dan password dengan benar.
- Administrator bertugas untuk menginput data master, seperti data produk, data bank, data kategori produk, data promosi dan potongan harga. proses pengolahan data terdiri dari menambah, mengubah dan menghapus data.
  - Administrator bertugas untuk memproses data tanya jawab, proses pengolahan data terdiri dari memberikan informasi dan menjawab pertanyaan dari pelanggan.
  - Administrator bertugas untuk mengolah data pesanan pelanggan, proses pengolahan data terdiri dari mengubah status pesanan dan menghapus data pesanan pelanggan.
  - Administrator bertugas untuk mengolah data konfirmasi pesanan pelanggan, yaitu apakah konfirmasi tersebut benar atau tidak. Jika konfirmasi pesanan benar, maka admin penjualan akan memproses mengirimkan pesanan pelanggan.
  - Administrator bertugas mengolah data pengiriman pesanan, seperti menyatakan pengiriman sudah sampai dan menghapus data pengiriman.
  - Administrator dapat mencetak laporan dari sistem.



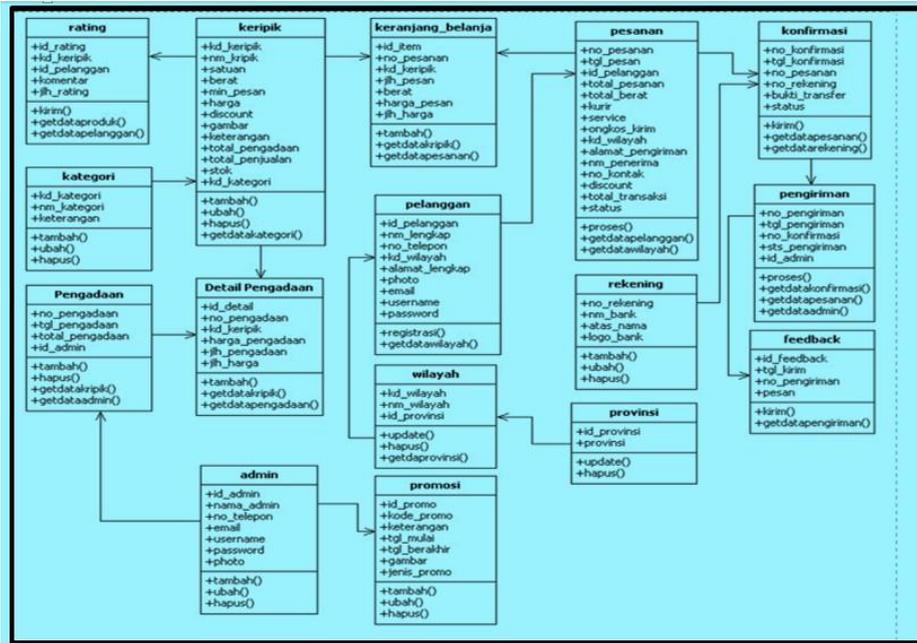
Gambar 2 Use case diagram konsumen

Berikut deskripsi dan penjelasan dari *Use Case Diagram* Pelanggan pada gambar 2:

- Pelanggan dapat melihat daftar produk, data ulasan dan rating produk, melihat *feedback* pelanggan, melihat informasi promosi dan informasi bonus atau potongan harga belanja.
- Pelanggan dapat melakukan registrasi akun.
- Pelanggan harus melakukan login terlebih dahulu, agar dapat masuk kehalaman utama pelanggan. Pelanggan diwajibkan mengisi username dan password dengan benar.
- Pelanggan dapat memberikan pertanyaan tentang produk yang akan dipesan.
- Pelanggan dapat melakukan pemesanan produk. Proses pemesanan dimulai dari memilih produk yang akan dipesan, selanjutnya mengisi form pesanan seperti jumlah barang yang dipesan dan alamat pengiriman.
- Pelanggan harus melakukan konfirmasi pembayaran pesanan yang sudah ditransfer ke no rekening yang sudah disediakan.
- Pelanggan dapat mengirimkan *feedback* atau kritik dan saran terhadap pesanan yang sudah diterima.
- Pelanggan dapat memberikan komentar dan rating terhadap produk yang dibeli.

### 3.2 Class Diagram

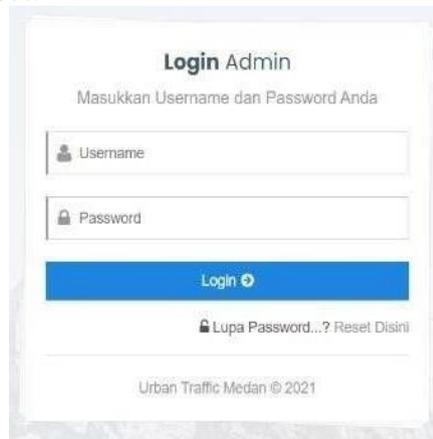
Pada gambar Class Diagram di bawah ini dapat di jelaskan bahwa class diagrammendeskripsikan jenis-jenis objek dalam sistem yang saling berelasi, dan nantinya digunakan untuk merancang database sistem. Class Diagram pada sistem yang akan dibangun dapat dilihatseperti pada gambar gambar 3



Gambar 3 Class Diagram

### 3.3 Tampilan Login

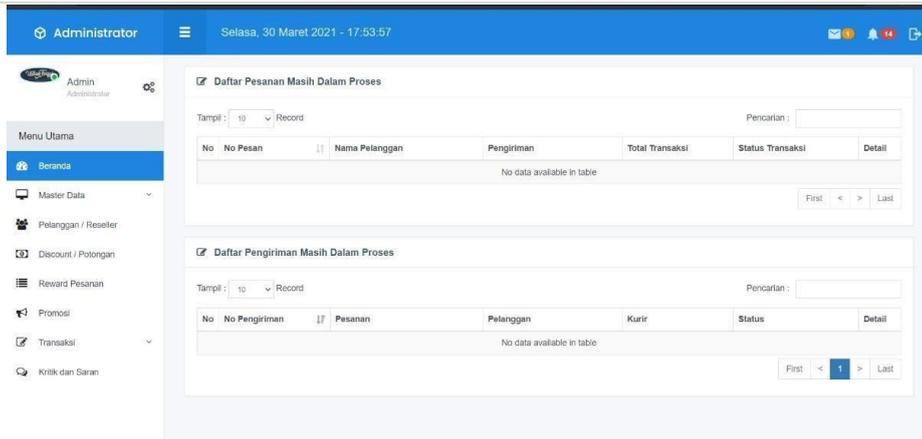
Gambar dibawah ini merupakan tampilan login. Pada bagian ini admin harus memasukkan username dan password. Jika username dan password tidak sesuai, maka proses login tidak dapat dilakukan. Menu login bermanfaat agar tidak sembarangan userbisa mengakses menu yang ada di aplikasi tersebut.



Gambar 1. Tampilan Login

### 3.4 Tampilan Menu Utama

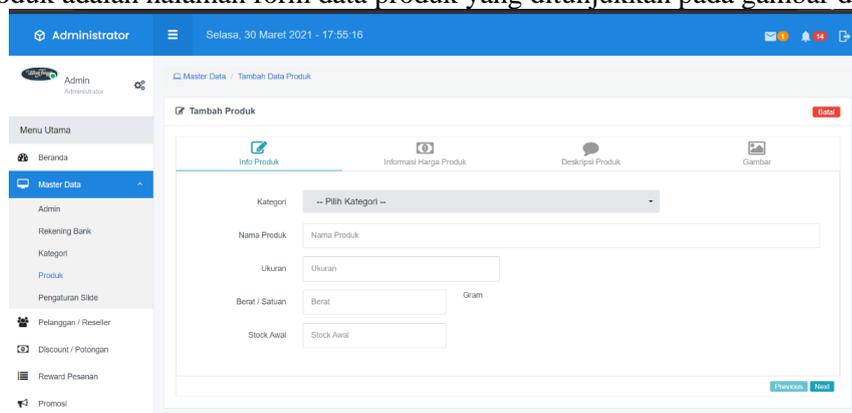
Setelah proses login berhasil, admin akan diarahkan ke menu utama, namun apabila proses login tidak berhasil, maka sistem akan kembali ke halaman login, dan system meminta untuk memasukan username dan password yang benar. Halaman menu utama dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 2. Tampilan Menu Utama

### 3.5 Tampilan Input Produk

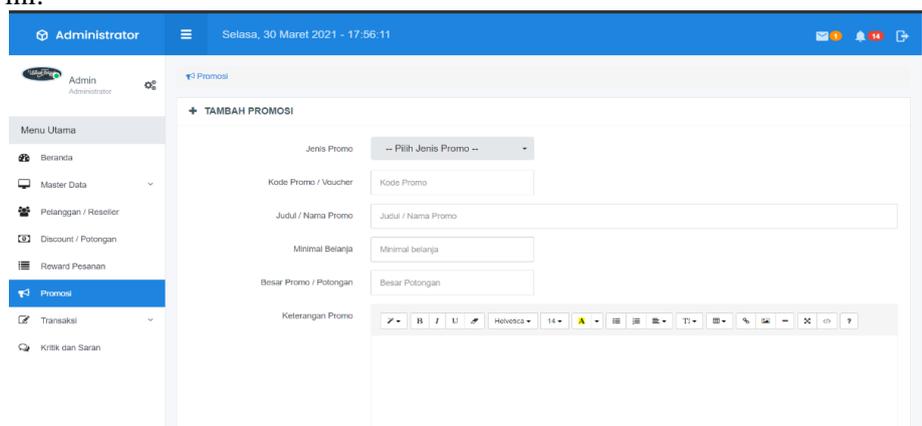
Pada input data produk yang dimaksud adalah proses menambah, mengubah, menyimpan, dan menghapus data produk yang terdapat pada database. Halaman yang berfungsi untuk mengolah data produk adalah halaman form data produk yang ditunjukkan pada gambar dibawah ini:



Gambar 3. Tampilan Input Produk

### 3.6 Tampilan Input Promo

Pada input data produk yang dimaksud adalah untuk memasukkan menu promo yang akan diterima oleh konsumen, adapun gambar form input promo dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 4. Tampilan Input Promo

### 3.7 Tampilan Validasi Transaksi

Halaman validasi transaksi berfungsi untuk mengkonfirmasi pesanan yang konsumen, adapun gambar form validasi transaksi dapat dilihat pada gambar berikut:

No	No Pesan	Nama Pelanggan	Pengiriman	Total Transaksi	Status Transaksi	Aksi
1	PSN-2021-0113 23 Maret 2021 01:51:07	Misi Jempu ☎ 08229989078 Basa	Jl. Di mangrove no. 31 pedang bunai, Medan, Sumatera Utara	137.000	Pesanan Sudah Dinevita (Transaksi Berhasil)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
2	PSN-2021-0112 23 Maret 2021 01:18:42	Misi Jempu ☎ 08229989078 Basa	Jl. Di mangrove no. 31 pedang bunai, Medan, Sumatera Utara	250.000	Pesanan Sudah Dinevita (Transaksi Berhasil)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Gambar 5. Validasi Transaksi

### 3.8 Tampilan Reward Pesanan

Halaman reward pesanan berfungsi untuk memberi bonus pesanan kepada konsumen dengan syarat minimal banyak transaksi, adapun gambar form reward pesanan dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 6. Reward pesanan

### 3.9 Tampilan Tabel Diskon

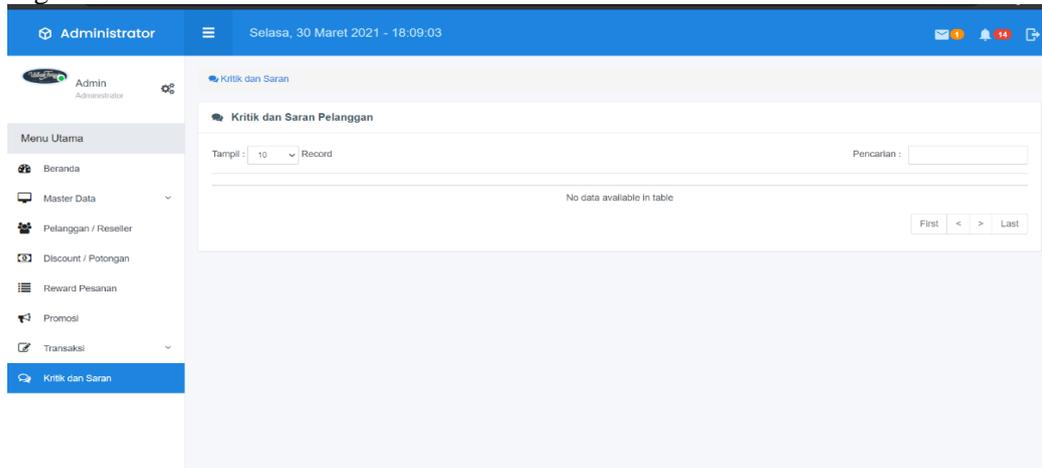
Halaman tabel discount berfungsi untuk pemberian discount untuk suatu produk ke pelanggan, adapun gambar tabel pengiriman dapat dilihat pada gambar berikut:

No	Besar Belanja	Potongan	Aksi
1	1.000.000	10 %	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Gambar 8. Tabel diskon

### 3.10 Tampilan Tabel Kritik Dan Saran

Halaman tabel kritik dan saran berfungsi untuk pemberian masukan kepada pihak urban traffic yang dilakukan oleh konsumen, adapun gambar tabel kritik dan saran dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 9. Tabel Kritik dan Saran

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan evaluasi dari bab terdahulu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- [1] Dengan adanya CRM mempermudah pekerjaan karyawan karena adanya database pelanggan yang jelas. Sedangkan pelanggan mendapatkan fasilitas lebih dari perusahaan dan mempermudah pelanggan untuk melakukan komunikasi dan mendapatkan informasi terkait dengan produk sesuai dengan keinginan pelanggan dan memudahkan proses dalam bertransaksi tanpa harus mendatangi toko secara langsung.
- [2] Manfaat penerapan CRM pada Urban Traffic dapat dirasakan oleh semua pihak, baik perusahaan, karyawan, maupun pelanggan. Urban Traffic meyakini bahwa melalui penerapan CRM yang dilakukan dapat menjaga eksistensi bisnis perusahaan dalam jangka panjang serta dapat meningkatkan loyalitas pelanggannya sehingga tidak beralih ke pesaing.
- [3] Sistem yang dibuat ini diharapkan nantinya dapat diterapkan dan digunakan dalam melakukan aktivitas proses bisnis sebagai media penjualan di Urban Traffic, sehingga nantinya dapat meningkatkan proses bisnisnya secara meluas.

## REFERENSI

- [1] H. G. Simanullang and A. P. Silalahi, *PEMROGRAMAN WEB MENGGUNAKAN FRAMEWORK CODEIGNITER 4*, 1st ed. Malang: Madza Media, 2022.
- [2] A. P. Silalahi and H. G. Simanullang, "Dashboard management penjualan dan pembelian pada tangkahan ikan," *INFORMATIKA*, vol. 13, no. 1, p. 46, 2021, doi: 10.36723/juri.v13i1.260.
- [3] H. G. Simanullang, A. P. Silalahi, and D. R. Manalu, "Sistem Informasi Pendaftaran Mahasiswa Baru Menggunakan Framework Codeigniter dan Application Programming Interface," *Ultima InfoSys : Jurnal Ilmu Sistem Informasi*, vol. 12, no. 1, pp. 67–73, 2021, doi: 10.31937/si.v12i1.1803.
- [4] Buttle, Francis. 2015. *Customer Relationship Management: Concept and Technologies*. New York: Routledge
- [5] Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Depok : PT Raja Grafindo Persada
- [6] Adi, N. (2018). *Perancangan dan Implementasi Sistem Basis Data*. Yogyakarta, 102.
- [7] Fathansyah . (2015). *Basis Data*. Bandung : Informatika Bandung.

- 
- [8] Widhiarso, W., Jessianti, & Sutini. (2015). Metode UCD [User Centered Design] Untuk Rancangan Kios Informasi [Studi Kasus : Rumah Sakit Bersalin XYZ]. *Algoritma*, 3(3), 6–10.
  - [9] Sidik, Betha. 2016. *Pemrograman WEB dengan PHP*. Bandung: Informatika Bandung.
  - [10] Hia, H. H., Saragih, N. F., & Larosa, F. G. N. (2018). Penerapan CRM pada Aplikasi Kantor Pelayanan Penyuluhan dan Konsultasi Perpajakan Kota Gunungsitoli (KP2KP). *Medan*, 3(2), 97–106. <https://osf.io/preprints/inarxiv/8bmc4/>
  - [11] Janner Simarmata Dan Iman Paryudi. 2015. *Basis Data*, ANDI. Jakarta.
  - [12] Sahbuddin, Abdul Kadir (2016) Desain dan Implementasi Encoder 2B1Q Berbasis FPGA. In: Seminar Nasional Teknik Elektro dan Informatika (SNTEI) 2016, 3 November 2016, Aula Lt 3 PNUP, Makassar.