

**RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI *CUSTOMER*  
*RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) BERBASIS WEB*  
PADA IFA INTERIOR**

<sup>1</sup> Enggar Maylianda Ayu, <sup>2</sup>Adiyanto, <sup>3</sup>Masduki Asbari

Mahasiswa STMIK Insan Pembangunan, 13Dosen Tetap STMIK Insan Pembangunan

E-mail: [enggarayu164@gmail.com](mailto:enggarayu164@gmail.com), [adiet031170@gmail.com](mailto:adiet031170@gmail.com)

**ABSTRAK**

*Ditengah ekonomi yang kompetitif seperti sekarang, perusahaan dan organisasi maupun Home Industry harus mementingkan pelanggan serta meningkatkan komunikasi dengan pembeli secara lebih baik. Kunci sukses menghadapi pasar yang kompetitif ialah preferensidan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan bisa menjadi jaminan kelangsungan hidup bagi perusahaan. IFA Interior menyadari akan pentingnya loyalitas pelanggan tersebut.*

*Untuk mengurangi kelemahan pada Strategi Bisnis, maka peneliti merancang suatu sistem yang bermaksud untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dengan menerapkan salah satu strategi yaitu CRM. Diharapkan dengan menerapkan strategi CRM, IFA Interior dapat memenangkan loyalitas pelanggan dan terus meningkatkan loyalitas pelanggannya.*

*Kesimpulan yang dapat penulis sampaikan adalah sebelum adanya sistem ini dalam Strategi Bisnis mendapatkan loyalitas pelanggan masih dilakukan dengan cara tatap mukadengan pengunjung toko atau survey ke lokasi pembuatan Furniture namun setelah adanya sistem ini melihat katalog dan berinteraksi dengan Store IFA Interior dapat diakses dalam sistem berbasis web, yang dapat bermanfaat bagi Store IFA Interior dan juga pelanggan.*

**Kata Kunci :** *Sistem, Customer, Relationship, Managemen, (CRM)*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi berpengaruh terhadap perkembangan model bisnis dan model pelayanan kepada para pelanggan. IFA Interior dituntut untuk meningkatkan kepuasan pelayanan dan menjalin hubungan yang kuat kepada pihak pelanggan dengan jangka waktu yang panjang. Permasalahannya IFA Interior belum memiliki strategi bisnis yang terkomputerisasi, selain itu IFA Interior mengenalkan *Home Industry* tersebut masih menggunakan metode tatap muka yang pada dasarnya membutuhkan waktu dan biaya yang tidak sedikit, contohnya biaya konsumsi tamu saat kunjungan ke tempat produksi dan biaya pembuatan *katalog desain* IFA Interioritu sendiri. IFA Interior juga belum memiliki forum untuk berkomunikasi dengan pelanggan yang terstruktur. Oleh sebab itu IFA Interior perlu menerapkan strategi bisnis yang berfokus kepada pelanggan, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan meningkatkan keuntungan bagi IFA Interior sendiri. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah *Customer Relationship Management* (CRM).

Strategi CRM (*Customer Relationship Management*) bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam pemesanan *furniture* sesuai dengan apa yang pelanggan inginkan dan meningkatkan kualitas dan kuantitas komunikasi untuk membina hubungan yang baik berdasarkan saling mengerti dan percaya. Situs *web* merupakan salah satu sarana dalam mengaplikasikan *Customer Relayionship*

*Management* yang akan memberikan beberapa nilai tambah bagi perusahaan yaitu sebagai sarana penyebaran informasi kepada pelanggan dalam lingkup internasional dan berinteraksi dengan pelanggan dari berbagai tempat yang dapat diakses oleh setiap orang didunia melalui internet, dengan biaya yang relative rendah dibandingkan dengan media elektronik ataupun media cetak. Setiap situs *web* harus dibangun dengan management yang baik dan desain yang menarik sehingga fungsi situs *web* tersebut dapat tercapai.

Dengan demikian CRM membantu IFA Interior memberikan informasi tentang produk IFA Interior, memberikan bukti testimonial terperaya untuk pelanggan, juga memberikan kemudahan dalam memesan peralatan/perlengkapan (*Interior*) sesuai dengan apa yang pelanggan inginkan, meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan dengan kemudahan memberikan perhatian kepada pelanggan serta mengirim informasi yang dibutuhkan. Selain itu CRM juga membantu IFA Interior dalam kelancaran pemasaran dan promosi.

Penelitiann yang membahas tentang Customer Relatioship Manajemen Amatullah dengan judul "*Penerapan Strategi Cutomer Relationship Management (CRM) pada Sistem Informasi Pelayanan Pelanggan*"

## LANDASAN TEORI

### A. Sistem Informasi

Sistem informasi pada dasarnya merupakan suatu kumpulan dari komponen-

komponen dalam organisasi yang saling berhubungan antara yang satu dengan yang lainnya dengan proses penciptaan aliran informasi (Yakub, 2018:10).

Pendapat lain yang menjelaskan sistem informasi adalah Ahmad (2018:16) menyatakan bahwa sistem informasi adalah sekumplan komponen saling berhubungan, mengumpulkan, atau mendapatkan, memproses, menyimpan dan mendistribusikan informasi untuk menunjang keputusan.

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

Menurut Kotler dan Amstrong (2018:35) Customer Relationship Manegement adalah konsep yang paling penting dalam pemasaran modern. Yang dalam arti lebih luas, CRM adalah keseluruhan proses membangun dan memelihara hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan menghantarkan nilai dan kepuasan pelanggan yang unggul.

### **C. *Unified Modeling Language (UML)***

UML (Unified Modelling Language) adalah suatu metode dalam pemodelan secara visual yang digunakan sebagai sarana perancangan sistem berorientasi objek (Hadiprakoso, 2021:320) . Awal mulanya, UML diciptakan oleh Object Management Group dengan versi awal 1.0 pada bulan Januari 1997.

UML juga dapat didefinisikan sebagai suatu bahasa standar visualisasi, perancangan, dan pendokumentasian sistem, atau dikenal juga sebagai bahasa standar penulisan blueprint sebuah software. UML diharapkan mampu

mempermudah pengembangan piranti lunak (RPL) serta memenuhi semua kebutuhan pengguna dengan efektif, lengkap, dan tepat. Hal itu termasuk faktor-faktor scalability, robustness, security, dan sebagainya.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **A. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif, karena dalam penelitian ini mendiskripsikan sistem CRM yang ada pada Toko IFA Interior.

### **B. Metode Pengumpulan Data**

Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu :

#### **1. Observasi dan Wawancara**

Penulis Mengamati secara langsung di IFA Interior dan mengadakan tanya jawab atau wawancara secara langsung kepada bagian marketing dan pemilikusaha, dari proses ini diharapkan penulis mendapatkan informasi tentang permasalahan yang dialami bagian marketing.

#### **2. Kuisisioner**

Pengumpulan dengan metode ini yaitu melakukan pembuatan listpertanyaan dalam bentuk kuisisioner yang sudah diverifikasi oleh penulis dan diberikan pada pemilik toko dan beberapa pelanggan.

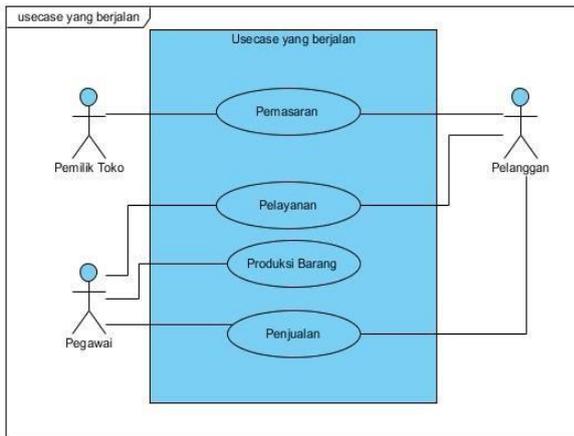
### **C. Metode Desain sistem**

Metode pengembangan sistem yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan metode waterfall, karena sesuai dengan lingkup sistem yang dikembangkan yaitu pada Customer Relationship Manajemen.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**A. Use Case Diagram Sistem Berjalan**

Sistem yang saat ini digunakan oleh IFA Interior dapat dikatakan masih sangat sederhana hal ini dapat dilihat dari Use case diagram di bawah ini



GAMBAR 4.2 Use Case Diagram Sistem Berjalan

Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan skenarionya sebagai berikut:

Tabel 4.1 Skenario Use Case

Use Case	Aktor	Deskripsi
Pemasaran	Pemilik Toko dan Pelanggan	Pemilik toko melakukan pemasaran di media
Pelayanan	Pemilik Toko dan Pegawai	Pemilik Toko memberikan

	Pelanggan	pelayanan kepada pelanggan
Penjualan	Pemilik Toko, pegawai dan Pelanggan	Pemilik toko melakukan penjualan kepada pelanggan

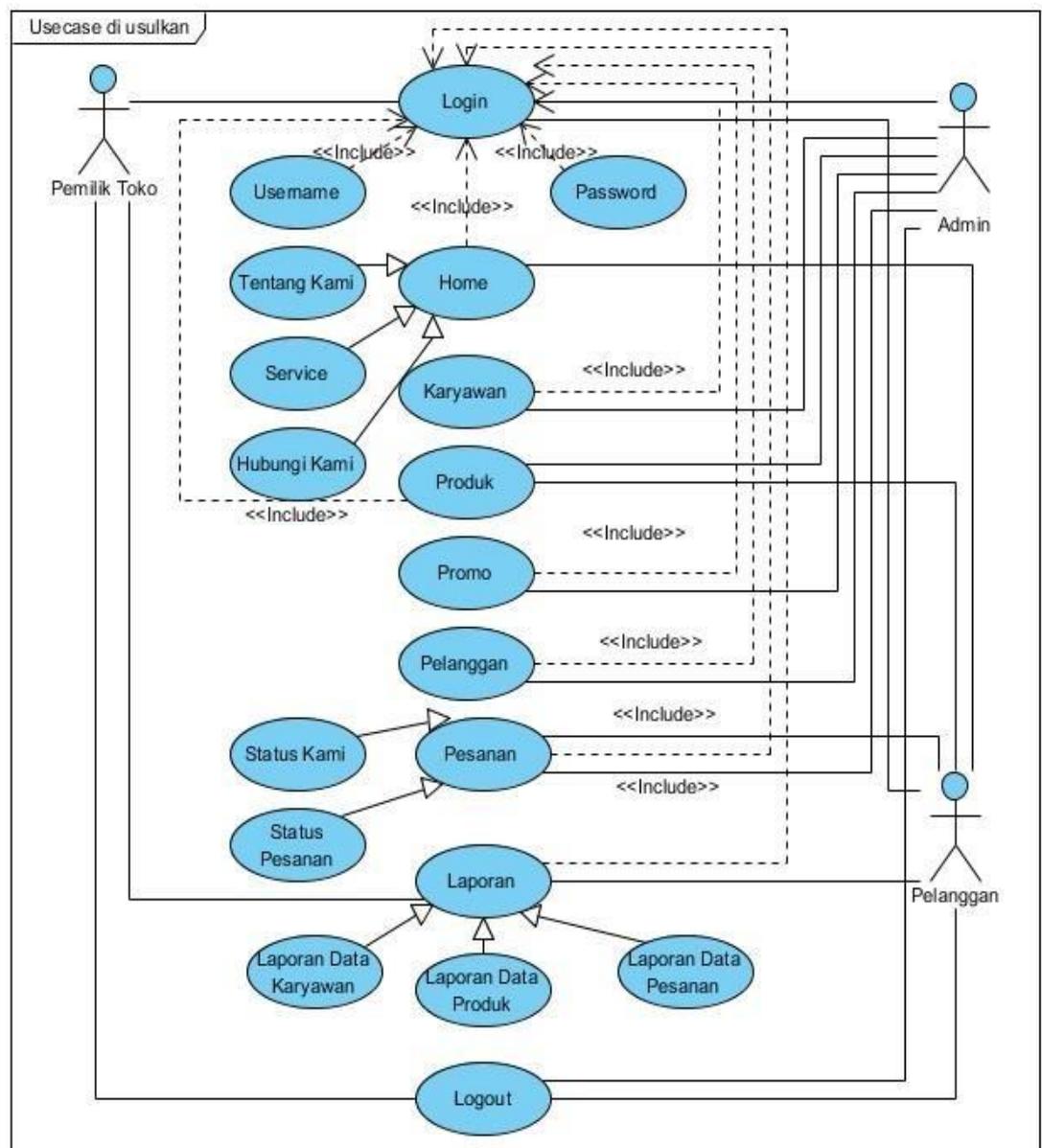
**B. Masalah yang Terjadi**

1. Layanan pesanan *furniture* saat ini customer harus datang langsung ke kantor IFA Interior untuk melihat desain *furniture* yang diinginkan dengan berbagai desain yang tersedia.
2. Untuk mempromosikan industry home yang sedang berjalannya melalui media social whatsapp.

**C. Alternatif Pemecah Masalah**

1. Merancang sebuah sistem informasi *Customer Relationship Management (CRM)* sudah dapat terintegrasi dengan *database* sehingga dapat memberikan kemudahan dalam memilih desain dan produk.
2. Untuk mempromosikan produk tidak hanya melalui whatsapp tetapi bisa dilihat di web secara meluas.

**D. Use Case Diagram Sistem Usulan**



Gambar 4.4 Use Case Diagram yang diusulkan

Aktor adalah komponen *Use Case* yang mendefinisikan entitas diluar sistem yang memakai sistem.

TABEL 4.2 Definisi Aktor

No	Aktor	Deskripsi
1.	Admin	Orang yang bertugas dan memiliki hak akses untuk mengelola data guru, data siswa, data kelas dan data mata pelajaran.
2.	Pelanggan	Orang yang bertugas dan memiliki hak akses untuk mengelola seluruh data nilai.
3.	Pemilik Toko	Orang yang bertugas dan memiliki hak akses untuk mengelola data nilai sesuai mata pelajaran yang diampu.

a. Deskripsi *Use Case*

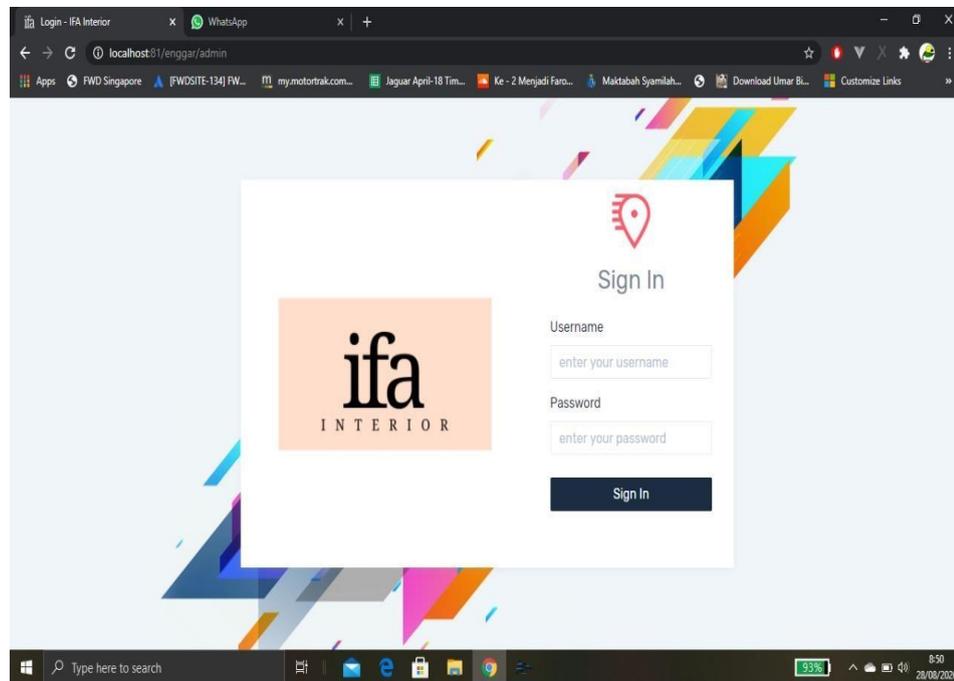
TABEL 4.3 Deskripsi *Use Case* Diagram

No	<i>Use Case</i>	Deskripsi
1.	Login	Proses Pengecekan Hak Akses sistem dengan melakukan Validasi <i>Username</i> dan <i>Password</i> .
2	Home	<i>Use case</i> ini menggambarkan proses yang dilakukan admin untuk melihat submenu
4	Service	<i>Use case</i> ini menggambarkan proses yang dilakukan admin untuk mengelolakontak.
5	Hubungi Kami	<i>Use case</i> ini menggambarkan proses yang dilakukan admin untuk mengelolavisi misi perusahaan.
6	Karyawan	<i>Use case</i> ini menggambarkan proses yang dilakukan admin untuk tambah,simpan, edit dan hapus data karyawan.
7	Produk	<i>Use case</i> ini menggambarkan proses yang dilakukan admin untuk tambah,simpan, edit dan hapus data produk.
8	Promo	<i>Use case</i> ini menggambarkan proses yang dilakukan staff untuk tambah, simpan, edit dan hapus data promo.
9	Pelanggan	<i>Use case</i> ini menggambarkan proses yang dilakukan staff untuk tambah, simpan, edit dan hapus data pelanggan.
10	Pesanan	<i>Use case</i> ini menggambarkan proses yang dilakukan staff untuk tambah, simpan, edit dan hapus data pesanan

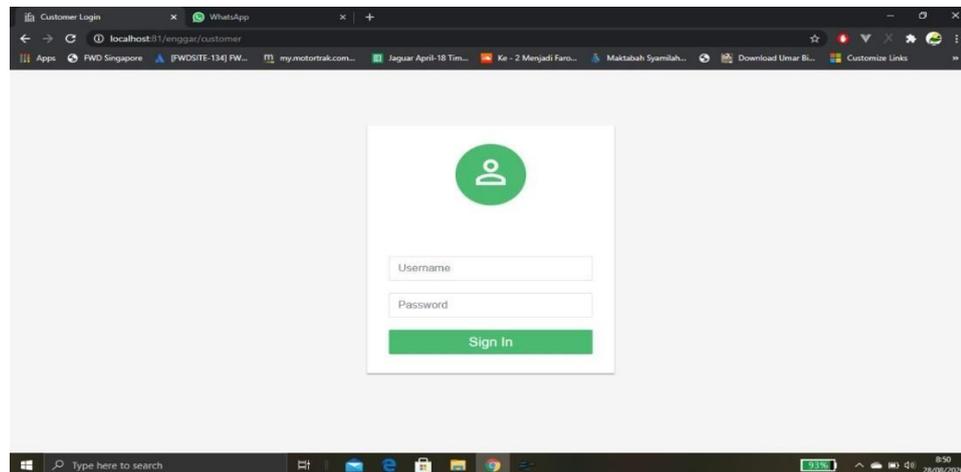
11	Status Pesanan	<i>Use case</i> ini menggambarkan proses yang dilakukan admin untuk mengelolatestimoni produk.
12	Testimoni Pesanan	<i>Use case</i> ini menggambarkan proses yang dilakukan admin untuk mengelolaforum diskusi
13	Laporan Data Karyawan	<i>Use case</i> ini menggambarkan proses hasil keluaran yang dapat dilihat oleh pemilik toko.
14	Laporan Dat Produk	<i>Use case</i> ini menggambarkan proses hasil keluaran yang dapat dilihat oleh pemilik toko.
15	Laporan Data Pesanan	<i>Use case</i> ini menggambarkan proses hasil keluaran yang dapat dilihat oleh pemilik toko.

**a. Rancangan Tampilan yang Diusulkan**

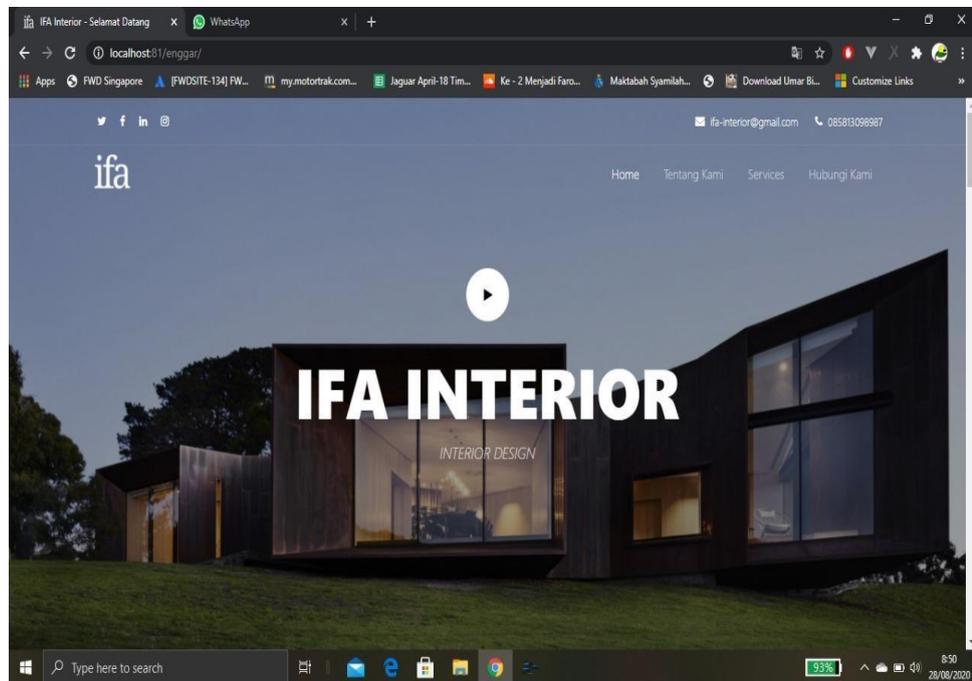
*1. Tampilan Form Login Admin*



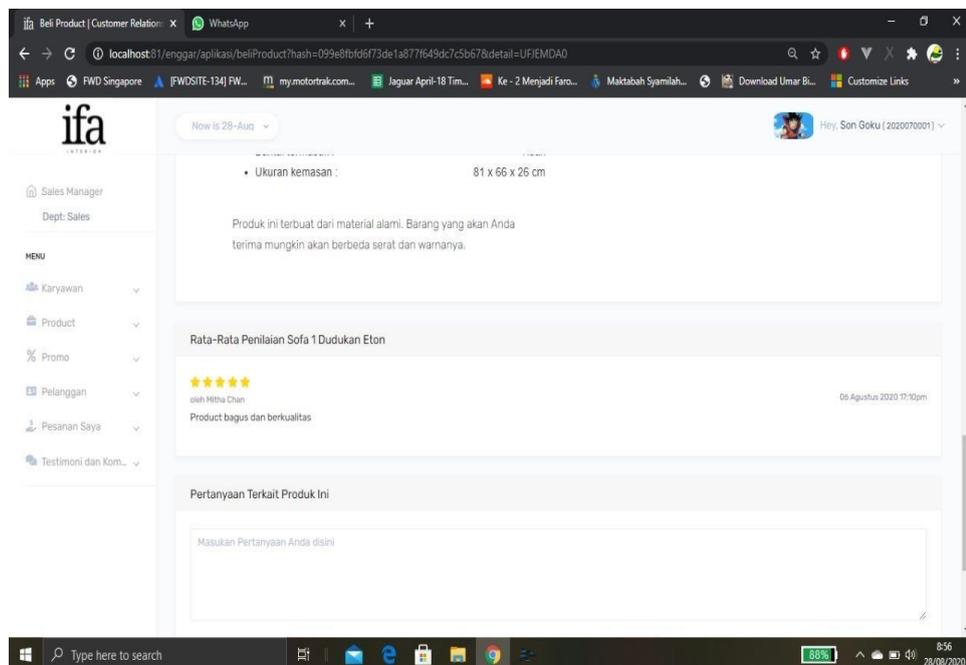
*2. Tampilan Form Login Pelanggan*



### 3. Tampilan Halaman Utama



### 4. Tampilan Rating Pelanggan



### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada IFA Interior terhadap permasalahan mengenai CRM (*Customer Relationship Management*) penulis mengambil kesimpulan bahwa :

1. Sistem yang berjalan masih menggunakan sistem yang manual, dimana pemasaran produk hanya melalui whatsapp. Dengan merancang CRM (*Customer Relationship Management*) akan lebih mempermudah pemilik toko ataupun marketing dalam mempromosikan produk dan lebih mudah mendapatkan informasi dan data secara cepat, tepat dan akurat sehingga meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam pekerjaan.
2. Untuk merancang CRM (*Customer Relationship Management*), dengan menggunakan rancangan UML, pemrograman PHP dan penyimpanan *database* dengan MySQL, agar bisa memberikan kemudahan kepada pemilik toko maupun administrasi dalam melakukan pengolahan data IFA Interior.
3. Setelah dibuatnya sistem CRM ini akan mempermudah para pelanggan dalam pemilihan barang dan pemesanan barang.

### DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Lukman dan Munawir. (2018). *Sistem Informasi Manajemen*. Aceh: Lembaga Kita .

Amatullah, S. (2018). *Penerapan Strategi Customer Relationship Management (CRM) pada Sistem Informasi Pelayanan Pelanggan*. Riau: Universitas Islam Riau

Elisabet Yunaeti Angraeni dan Rita Irviani. (2017). *Pengantar Sistem Informasi*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.

Fatta, H. A. (2017). *Analisis & Perancangan Sistem Informasi*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.

Kurnia Cahya Lestari dan Arni Muarifah Amri. (2020). *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta : CV.Budi Utama.

Maniah dan Dini Hamidi. (2017). *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi*. Yogyakarta: CV.Budi Utama.

Muhamad Muslihuddin dan Oktafianto. (2016). *Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Menggunakan Model Terstruktur dan UML*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Mulyani, S. (2016). *Metode Analisis dan Perancangan Sistem*. Bandung: Abdi Sistematika.

Sugiana, D. (2018). *Strategi Customer Relationship Management (CRM) pada PT. Angkasa Pura*. Bandung: Universitas Padjadjaran

Supaidi, A. (2018). *Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pelayanan Pelanggan (Corporate) Devisi Bges pada PT. WITEL Sum-Sel*. Sumatera Selatan: Universitas Sriwijaya