

# Implementasi *Customer Relationship Management* pada Sistem Informasi Pemasaran Toko Wibowo Motor

Ervyna Yulianingsih<sup>1)</sup>, Hani Atun Mumtahana<sup>2)</sup>, Ridho Pamungkas<sup>3)</sup>

Sistem Informasi, Universitas PGRI Madiun, Jl. Setia Budi NO.85, Kanigoro, Kec, Kartoharjo, Kota Madiun, Jawa Timur 63118

E-mail: [yynamasif@gmail.com](mailto:yynamasif@gmail.com)<sup>1)</sup>, [hanimumtahana@unipma.ac.id](mailto:hanimumtahana@unipma.ac.id)<sup>2)</sup>, [ridho.pamungkas@unipma.ac.id](mailto:ridho.pamungkas@unipma.ac.id)<sup>3)</sup>

**Abstract**— *Wibowo Motor Shop is a trading unit engaged in the automotive sector, namely the sale of motorcycle spare parts and motorcycle accessories. The Wibowo Motor store in doing its marketing has not utilized information technology in order to increase customers. Toko Wibowo Motor wants to maintain good relations with customers by implementing a website-based Customer Relationship Management method. Customer Relationship Management is a strategy that is combined with the use of information technology in the form of software and computer hardware to assist companies in managing customer relationships. This marketing information system was built using the waterfall method. The result of the implementation of the marketing information system is that it can manage customer data, product data, promotions, product sales.*

**Keywords**—: *marketing information system, customer relationship management, waterfall*

## I. PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi sangat membantu manusia sebagai individu ataupun manusia sebagai bagian dari suatu organisasi untuk pengolahan data dengan lebih cepat dan tepat. Sehingga dapat memperoleh suatu informasi yang tepat sasaran bagi yang membutuhkan informasi tersebut. Kemampuan komputer yang dikembangkan lebih lanjut sebagai persiapan informasi, dapat membangun efektifitas penyelesaian pekerjaan. Volume informasi yang sangat besar, jenis perkiraan yang diulang, kecepatan waktu dan ketepatan untuk membuat laporan yang diharapkan dapat membantu kegiatan kantor atau organisasi, saat ini bukan masalah besar. Semuanya harus mungkin terkomputerisasi..(Purnomo, 2020) Persaingan di dunia bisnis saat ini semakin luar biasa, sehingga para pelaku bisnis perlu melakukan strategi penting untuk memasarkan produk mereka. Selain itu, prestasi pengusaha bisnis tidak hanya terletak pada kualitas barang atau jasa, tetapi juga seberapa jauh usaha pengusaha dalam memberikan layanan terbaik. Peningkatan kualitas layanan .dan produk UMKM dapat menimbulkan efek positif dan berdampak penting terhadap loyalitas pelanggan. Maka pada saat itu hal ini sangatlah penting bagi pelaku usaha untuk terus meningkatkan kualitas agar nantinya timbul kepercayaan dari pelanggan.Pelanggan pengguna e-commerce pada bulan Januari 2020 tercatat sebesar 24% dan naik menjadi 66% saat ini. Hal ini tentunya menjadi keharusan bagi pelaku usaha agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan mereka sehingga pelanggan percaya (Masturi et al., 2021). Dalam Perkembangan perindustrian peran teknologi serta informasi dalam bisnis menjadikan pelaksanaan strategis menjadi penentuan berhasilnya perusahaan. Bidang manajemen, kekuatan strategis berpengaruh terhadap persaingan global dalam perusahaan domestik. Sektor bisnis merupakan sektor otomotif, bilamana Indonesia ialah

Salah satu perkembangan otomotif terbesar kedua di ASEAN setelah Thailand (Supandi et al., 2018). Toko Wibowo Motor merupakan Unit Dagang yang bergerak dibidang otomotif yaitu penjualan sparepart motor dan aksesoris variasi motor. Lokasi toko wibowo motor berada di desa Bangunsari, Kecamatan Mejayan, Kabupaten Madiun. Penjualan sparepart motor semakin meningkat, sehingga banyak bengkel yang menjual sparepart motor, masih banyak toko atau bengkel yang menjual sparepart motor yang belum menerapkan pelayanan optimal terhadap pelanggan. Dengan adanya strategi pemasaran yang masih konvensional, berpeluang dalam mendapatkan calon konsumen, hal ini sangat disayangkan mengingat produk sparepart motor banyak dicari. Pengedaran informasi yang kurang akurat menyebabkan pelanggan kurang memahami mengenai informasi tentang produk sehingga dapat mempengaruhi pelanggan untuk beralih ke kompetitor lain. Dengan adanya kendala yang dihadapi oleh Toko Wibowo Motor, maka dibutuhkan sistem informasi pemasaran berbasis website dengan menggunakan Customer Relationship Management (CRM) dengan menampilkan landing pages pada menu beranda dan menambahkan fitur kritik dan saran pelayanan kepada pelanggan dan fitur pesan untuk menghubungi pihak toko. Diharapkan dengan adanya sistem informasi pemasaran akan

membantu kendala yang ada di Toko Wibowo Motor, selain itu dengan adanya sistem tersebut dapat dipergunakan sebagai sarana promosi agar mempermudah promosi Toko tersebut.

## **II. METODE PENELITIAN**

Penerapan strategi CRM ini menggunakan sistem informasi pemasaran berbasis web. Manajemen layanan pelanggan digunakan untuk menyimpan permintaan pelanggan untuk membuat hubungan yang baik dengan pelanggan. Penerapan strategi CRM pada sistem informasi pemasaran bertujuan untuk mempertahankan pelanggan yang ada dengan cara menambah kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. (Amatullah et al., 2018) Peneliti menggunakan metode waterfall dalam mengembangkan sistem informasi pemasaran yang akan dibangun. Berikut ini merupakan rancangan penelitian yang telah dibuat :

1. Analisa kebutuhan perangkat lunak  
Peneliti mengumpulkan kebutuhan perangkat lunak secara intensif . agar dapat dipahami oleh pengguna.
  2. Desain sistem  
Peneliti melakukan desain sistem dengan pembuatan program perangkat lunak termasuk struktur data, arsitektur perangkat lunak, representasi antar muka dan prosedur pengkodean sistem .
  3. Pembuatan kode program  
Setelah peneliti mendesain sistem maka peneliti harus melakukan pemindahan ke dalam program perangkat lunak agar program sesuai dengan desain yang telah dibuat pada tahap desain.
  4. Pengujian  
Pada tahap pengujian peneliti menentukan bahwa semua menu sudah di uji untuk menimilisir error dan keluaran harus sesuai dengan yang diharapkan.
  5. Pemeliharaan (maintenance)  
Setelah selesai dalam pembuatan sistem, peneliti melakukan analisis dan desain yang akan digunakan oleh pengguna. Kemudian sistem yang telah dibuat harus dilakukan pemeliharaan.

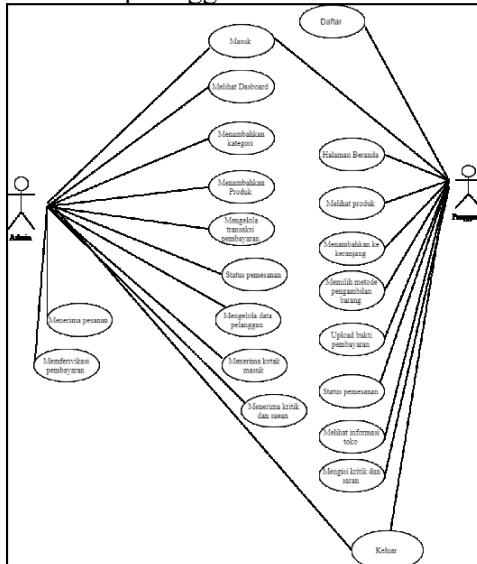
### **III HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### A. Perancangan Sistem

Pada penelitian ini menggunakan bahasa pemodelan UML untuk desain perancangan sistem. Model yang digunakan yaitu *Use case diagram*, *Class Diagram*, *Activity Diagram*.

a) Use case Diagram

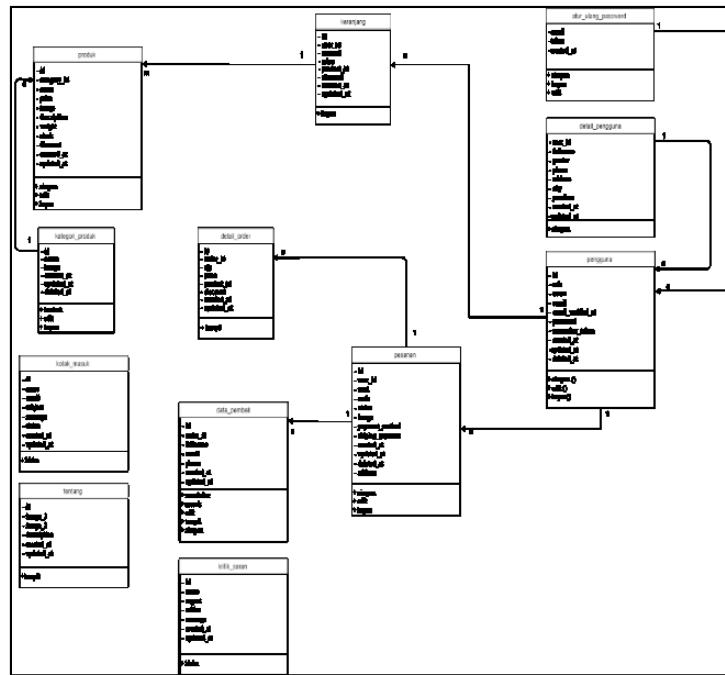
*Use case diagram* digunakan untuk mengetahui fungsi apa saja yang ada di dalam sebuah sistem informasi dan siapa saja yang berhak menggunakan fungsi fungsi itu.(Hanafri et al., 2019) *Use case diagram* ini menggambarkan 2 (dua) aktor dengan sistem yaitu admin dan pelanggan. Berikut ini merupakan *use case* admin dan pelanggan :



Gambar 1. *Use case diagram* admin dan pelanggan

b) Class Diagram

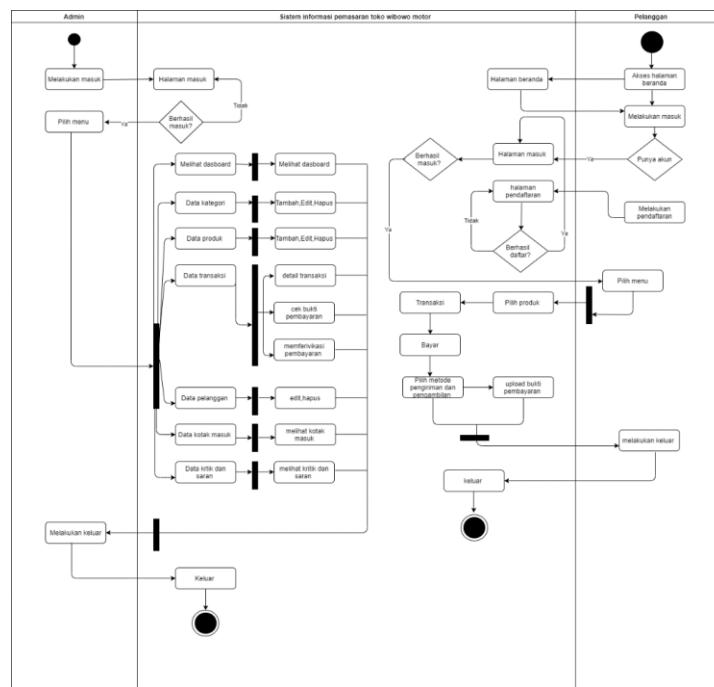
*Class Diagram* merupakan diagram yang menggambarkan hubungan apa saja yang terjadi antara suatu objek dengan objek lainnya sehingga terbentuklah suatu sistem.(Fitri Ayu and Nia Permatasari, 2018)



Gambar 2. *Class Diagram* Sistem informasi pemasaran

Class diagram pada sistem informasi pemasaran ini memiliki 14 tabel yaitu diantaranya Tabel data\_pembeli, tabel *detail\_order*, tabel *detail\_produk*, kategori\_produk, keranjang, tabel kotak\_masuk, tabel kritik\_saran, tabel password, tabel pembayaran, tabel pendaftaran\_pengguna, tabel pengguna, tabel pesanan, tabel produk, tabel tentang.

c) Activity Diagram



Gambar 3. *Activity Diagram* admin dan pelanggan

*Activity diagram* diatas menggambarkan admin dan pelanggan tersebut dapat menggambarkan bahwa admin dan pelanggan dapat melakukan keluar serta dapat melakukan sebagai berikut :

- 1) Melihat dashboard
  - 2) Menambahkan, *edit* dan hapus data kategori
  - 3) Menambahkan, *edit* dan hapus data produk
  - 4) Mengelola data transaksi yaitu memeriksa pembayaran, detail transaksi, dan mengecek bukti pembayaran
  - 5) Mengedit dan menghapus data pelanggan
  - 6) Melihat kotak masuk
  - 7) Melihat kritik dan saran
- Sedangkan pelanggan dapat melakukan masuk dan keluar serta dapat melakukan sebagai berikut :
- 1) Mengakses halaman beranda
  - 2) Melakukan pemesanan di keranjang
  - 3) Memilih metode pengambilan yaitu ambil ditempat atau melalui jasa pengiriman
  - 4) Mengirim bukti pembayaran
  - 5) Mengisi kritik dan saran.

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

*Customer Relationship Management* ialah strategi serta metodologi yang disatukan dengan pemanfaatan teknologi informasi perangkat lunak komputer dan perangkat keras komputer dalam membantu perusahaan mengelola pelanggan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan (Putu, 2019). Implementasi *Customer Relationship Management* pada sistem informasi pemasaran adalah sebagai berikut :

- 1) Tampilan berupa deskripsi produk, harga produk, gambar produk.
- 2) Menu toko yang ada pada website menampilkan semua produk yang ada pada toko Wibowo Motor.
- 3) Menu kritik dan saran dari pelanggan kepada pihak toko mengenai dengan pelayanan dan produk.
- 4) Menu untuk mengirim pesan dari pelanggan kepada pihak toko mengenai produk.
- 5) Fitur tambahkan keranjang jika ingin melakukan transaksi pembayaran.
- 6) Halaman *landing pages* pada beranda berupa informasi diskon yang diadakan oleh toko wibowo motor.
- 7) Fitur pemilihan pengiriman produk yaitu ambil ditoko atau menggunakan jasa pengiriman.

#### C. Implementasi Sistem

- 1) Tampilan landing pages pada beranda

Pada tampilan ini merupakan strategi dalam penerapan customer relationship management guna untuk menarik pelanggan.



Gambar 4. Implementasi landing pages pada beranda

2) Tampilan halaman beranda

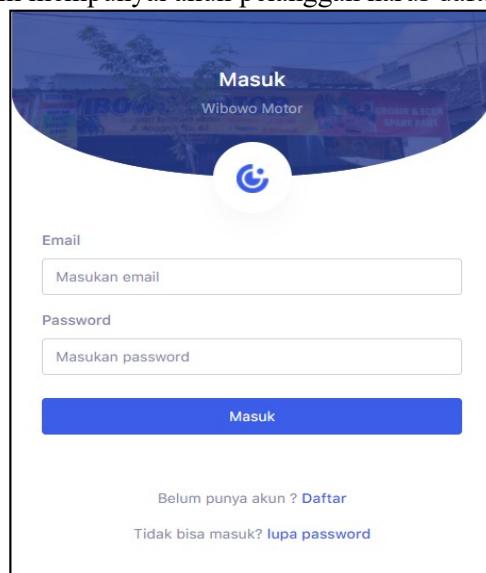
Pada halaman ini merupakan tampilan beranda yang memberikan informasi tentang diskon produk.



Gambar 6. Halaman beranda pada sistem informasi pemasaran

3) Tampilan halaman login

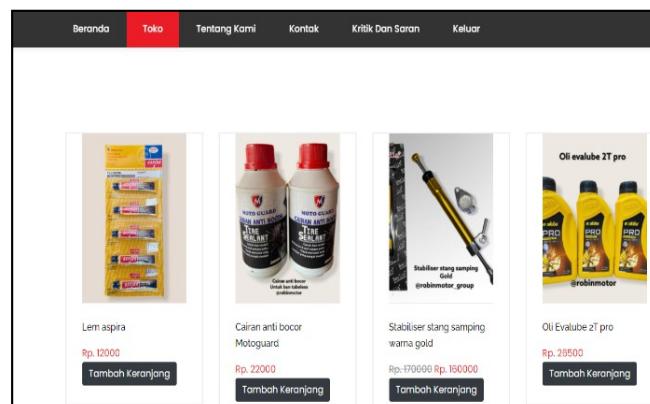
Pada halaman login merupakan tampilan admin atau pelanggan jika ingin masuk kedalam sistem. Dan jika pelanggan belum mempunyai akun pelanggan harus daftar akun terlebih dahulu.



Gambar 7. Halaman login pada admin dan pelanggan

4) Tampilan Menu toko

Pada halaman menu toko merupakan halaman berisi tentang semua produk yang ada pada toko wibowo motor.



Gambar 8. Halaman menu toko

5) Tampilan detail produk

Pada halaman detail produk berisi tentang nama produk, harga produk, deskripsi produk, stok produk, dan jumlah yang akan dibeli oleh pelanggan.



Gambar 9. Halaman detail produk

6) Tampilan keranjang belanja

Pada halaman ini merupakan tampilan keranjang belanja jika pelanggan ingin membeli produk.

Keranjang	Home	Toko	Keranjang			
Hapus	Gambar	Produk	Stock	Harga	Jumlah	Diskon
		Lem Aspira	97	Rp. 12.000,00	Jumlah 1	Rp. 0,00

Gambar 10. Halaman keranjang belanja

7) Tampilan *checkout* pembayaran

Pada halaman ini pelanggan harus mengisikan alamat lengkap kemudian klik cek ongkir pada jasa pengiriman, pelanggan dapat memilih jasa pengiriman melalui JNE, TIKI, dan kantor pos.

<b>Pilih Alamat</b> Provinsi* <input type="text" value="DI Yogyakarta"/> Kota / Kabupaten* <input type="text" value="Slaman"/> Alamat lengkap <input type="text" value="jalan durian RT 10 RW 05"/>  Jasa Pengiriman* <input type="text" value="JNE"/>  Cek Ongkir	Estimasi 2-3 hari Ongkos Kirim Ekonomis <a href="#">Pilih sebagai ongkir</a>
---	--

Gambar 11. Halaman *checkout* pembayaran

8) Tampilan *upload* bukti pembayaran

Pada halaman *upload* bukti pembayaran pelanggan dapat melihat detail barang yang akan dibeli kemudian transfer pada rekening pemilik toko kemudian *upload* bukti transfer.

Nama	Gambar	Harga	Jumlah	Subtotal
Lem Aspira		Rp. 12,000.00	1	Rp. 12,000.00

BRI  
3280325412 a/n Sigit Tri Wibowo

Upload Bukti Pembayaran

Choose file No. en

BAYAR

Gambar 12. Halaman upload bukti pembayaran

9) Tampilan kritik dan saran

Pada halaman ini merupakan penerapan *customer relationship management* kepada pelanggan agar dapat memberikan kritik dan saran mengenai produk.

Kritik Dan Saran

Saran

Kritik

Kirim

Gambar 13. Halaman kritik dan saran

10) Tampilan kontak

Pada halaman kontak ini berisikan alamat toko dan nomor WhatsApp toko jika pelanggan ingin mengirimkan pesan melalui wa dan pelanggan dapat mengirimkan pesan mengenai produk dari website tersebut.

085336561645

Jln Anggrek No 63 Desa Bonguniarji Kec Mejayan Kabupaten Madiun

Kirim Pesan

Name \_\_\_\_\_ Email \_\_\_\_\_

Subjek \_\_\_\_\_

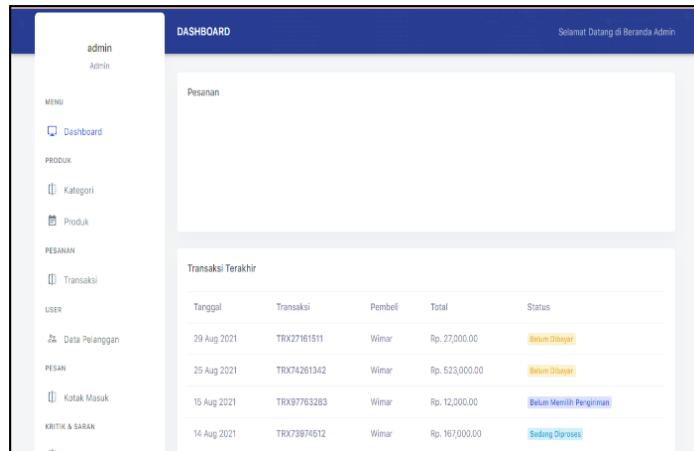
Pesan \_\_\_\_\_

KIRIM

Gambar 14. Halaman menu kontak

11) Tampilan dashboard admin

Pada halaman dashboard admin dapat melihat semua transaksi.



Gambar 15. Halaman dashboard admin

12) Tampilan Data kategori

Pada halaman data kategori admin dapat menambahkan kategori produk, mengedit, dan menghapus kategori produk.

No	Nama kateogri	Gambar	Aksi
1	Lem		<button>Edit</button> <button>Hapus</button>
2	Cairan anti bocor		<button>Edit</button> <button>Hapus</button>

Gambar 16. Halaman data kategori

13) Tampilan Data produk

Pada halaman ini admin dapat menambahkan produk dengan mengisi kategori, nama produk, stok, harga, berat, diskon, dan deskripsi produk.

kategori	Lem
Nama	<input type="text"/>
Tambah	<input type="button"/>
Tampil 10	<input type="button"/>
Cari <input type="text"/>	
No	1
Berat	10Gram
Stok	1
Discount	0
Gambar	<input type="file"/>
Deskripsi	<input type="text"/>
Gambar	<input type="button"/>
Stok	2
Harga	Rp. 12000
Berat	10Gram
Aksi	<input type="button"/> <input type="button"/>

Gambar 17. Halaman data produk

14) Tampilan transaksi

Pada halaman transaksi admin dapat melihat upload pembayaran pelanggan kemudian memverifikasi pembayaran pelanggan dengan mengubah status pembayaran.

DATA PESANAN						
Dashboard / Data Pesanan						
Tampil 10 data per halaman Cari [ ]						
No ↑	Kode Transaksi ↑	Nama ↑	Total ↑	Aksi ↑	Bukti Transaksi ↑	Status ↑
1	TRX22716151	Wimar	27000	[Detail] [Hapus]	Belum Mengirim Budi	Belum Dibayar
2	TRX14281342	Wimar	523000	[Detail] [Hapus]	Belum Mengirim Budi	Belum Dibayar
3	TRX97763283	Wimar	12000	[Detail] [Hapus]	Belum Mengirim Budi	Belum Menerima Pengiriman
4	TRX73974512	Wimar	167000	[Detail] [Hapus] [Pesan]		
5	TRX99842331	Wimar	48000	[Detail] [Hapus]	Belum Mengirim Budi	Belum Dibayar
6	TRX76857163	Wimar	35000	[Detail] [Hapus]	Belum Mengirim Budi	Belum Dibayar

Gambar 18. Halaman transaksi

15) Tampilan data pelanggan

Pada halaman data pelanggan admin dapat melihat data pelanggan yang mendaftar dan admin dapat mengedit dan menghapus data pelanggan tersebut.

 nugajay	user1@gmail.com	Non quae laboriosam	+1 (104) 627-4092	[Edit] [Hapus]	+1 (389) 815-5557
 vyna	vynamasif@gmail.com	jln imam bonjol	madiun	[Edit] [Hapus]	jawa barat
 Wimar	user@gmail.com	Saradan	Caruban	[Edit] [Hapus]	jawa timur

Gambar 19. Halaman data pelanggan

16) Tampilan kotak masuk

Pada halaman ini admin dapat melihat kotak masuk dari pelanggan mengenai produk.

DATA PESAN						
Dashboard / Pesan						
Tampil 10 data per halaman Cari [ ]						
No ↑	Nama ↑	Email ↑	Subject ↑	Pesan ↑	Tanggal ↑	
1	vyna	vynamasif@gmail.com	s	sadsfdsge	29 Aug 2021	
2	tyujyi	vynamasif@gmail.com	jhj	hjh	29 Aug 2021	
3	Ervyna	vynamasif@gmail.com	Spion jalu	spion yang warna gold	29 Aug 2021	

Gambar 20. Halaman kotak masuk

17) Tampilan kritik dan saran

Pada halaman ini admin dapat melihat kritik dan saran dari pelanggan.

LIST PESAN					Dashboard / Kritik dan Saran
No	Nama	Saran	Kritik	Tanggal	
1	Wimar	hargaanya terjangkau	barangnya lebih lengkap lagi	29 Aug 2021	
2	Wimar	test	tst	29 Aug 2021	
3	vyna	ini adalah saran	ini adalah Kritik	29 Aug 2021	
4	22	bagus	bagus	29 Aug 2021	
5	2	adfafdf	adfafdfadfadf	29 Aug 2021	

Gambar 21. Halaman kritik dan saran er

## VI. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Implementasi *Customer Relationship Management* Pada Sistem Informasi Pemasaran Toko Wibowo Motor”, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi *Customer Relationship Management* pada sistem informasi pemasaran ini dibangun untuk mempertahankan pelanggan dapat mempermudah toko untuk menarik pelanggan atau mempertahankan pelanggan agar tetap berbelanja di toko wibowo motor. Dalam strategi customer relationship management pada sistem informasi pemasaran ini ialah memberikan tampilan landing pages pada beranda dan gambar berupa informasi diskon dengan syarat dan ketentuan yang berlaku, memilih opsi pengambilan barang dengan memilih dua opsi yaitu ambil ditempat atau melalui jasa pengiriman, dan fitur pesan dan kritik saran kepada pihak toko. Dengan adanya sistem informasi pemasaran toko wibowo motor dapat memperoleh data pelanggan secara lengkap agar dapat meningkatkan jumlah pelanggan.
2. Telah dibangunnya Sistem Informasi Pemasaran berbasis website pada Toko Wibowo Motor akan membantu dalam proses bisnisnya. Salah satunya dengan memanfaatkan teknologi informasi.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih penulis ucapan kepada Ibu Hani Atun Mumtahana, S. Kom., M. Kom dan Bapak Ridho Pamungkas S.Kom, M. Kom selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan berbagi ilmu dan masukan yang telah diberikan. Rasa terima kasih penulis ucapkan kepada pemilik toko wibowo motor yang telah mendukung penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amatullah, S., Delima, R., Syafitri, H., & Ibrahim, A. (2018). Penerapan Strategi Customer Relationship Management (CRM) Pada Sistem Informasi Pelayanan Pelanggan Studi Kasus : Rumah Kreatif Ogan Ilir Indralay. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (JTIIK)*, 5(2), 225–230. <https://doi.org/10.25126/jtiik.201852555>
- Fitri Ayu and Nia Permatasari. (2018). perancangan sistem informasi pengolahan data PKL pada divisi humas PT pegadaian. *Jurnal Infra Tech*, 2(2), 12–26
- . <http://journal.amikmahaputra.ac.id/index.php/JIT/article/download/3325>
- Hanafri, M. I., Iqbal, M., & Prasetyo, A. B. (2019). Perancangan Aplikasi Interaktif Pembelajaran Pengenalan Komputer Dasar untuk Siswa Sekolah Dasar Berbasis Android. *Jurnal Sisfotek Global*, 9(1), 87–92.
- . <http://journal.stmikglobal.ac.id/index.php/sisfotek/article/download/237/251>
- Masturi, H., Hasanawi, A., & Hasanawi, A. (2021). Jurnal Inovasi Penelitian. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 1–208.
- Purnomo, W. A. (2020). Penerapan Model E-CRM (Costumer Relationship Management) Pada Perancangan Website. *Jurnal SIMTIKA*, 3(1), 13–18.
- Putu, A. E. P. I. (Ed.). (2019). *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) Teori dan Praktek Berbasis Open Source.pdf*. informatika bandung.

- Supandi, I., Yusuf, F., & F, F. (2018). Implementasi Costumer Relationship Management (CRM) Pada Sistem Informasi Penjualan Ban Di Toko Lingga Ban Berbasis Web. *Nuansa Informatika*, 12(1), 20–28. <https://doi.org/10.25134/nuansa.v12i1.1345>
- Hutahaean, J. (2015). *Konsep Sistem Informasi*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=o8LjCAAQBAJ>
- Komputer, W. (2010). *Panduan Belajar MySQL Database Server*. Media Kita. <https://books.google.co.id/books?id=rR1VNYPc08wC>
- Rahman, A. A., Supaidi, A., Aslamiah, I., & Ibrahim, A. (2018). Implementasi Customer Relationship Management (Crm) Pelayanan Pelanggan (Corporate) Divisi Bges Pada Pt Telkom Witel Sumsel. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(1), 72–78. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.009.1.05>
- Muslihudin, M., Pramesta, A., & OFFSET, C. V. A. (n.d.). *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Menggunakan Model Terstruktur dan UML*. Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=2SU3DgAAQBAJ>
- Anggraeni, E. Y., Risanto, E., Basuki, Y., Nofianto, D., C, A. A., & Offset, A. (n.d.). *Pengantar Sistem Informasi*. Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=8VNLDwAAQBAJ>
- Sumaryadi, A., & Azzahra, I. S. S. (2014). *Onlinekan!: Memulai Membangun Website Istimewa*. Azzahra Publisher. <https://books.google.co.id/books?id=UD8TBQAAQBAJ>
- Triyono, W. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=B-miDwAAQBAJ>
- Wahyuni, P., Nina, P., & Lestari, E. (2020). *Application of Web-Based Customer Relationship Management in Marketing Information System : PT . BPR Bali Dananiaga*. 7(4), 43–47.
- Zakaria, H., & Marlia, A. E. (2019). *Perancangan Sistem Informasi Customer Relationship Management ( CRM ) untuk Meningkatkan Loyalitas dan Pelayanan Customers Berbasis Web dengan Model Waterfall*. 2(2), 66–72.