

Sistem Informasi Penjualan Bibit Parfum Refill Online Dengan Pendekatan CRM (*Customer Relationship Management*)

Online Perfume Refill Sales Information System Using A Crm (Customer Relationship Management) Approach

Lee Vina Ranti^{a,1}, Rika Rosnelly^{b,2}

^aMahasiswa Universitas Potensi Utama, Jl.K.L Yos Sudarso KM 6.5 Tj.Mulia, Medan, 20241, Indonesia

^b Dosen Universitas Potensi Utama, Jl.K.L Yos Sudarso KM 6.5 Tj.Mulia, Medan, 20241, Indonesia
rantileevina@gmail.com¹, rikarosnelly@gmail.com²

ABSTRAK

Toko Berkah Parfume merupakan toko yang melayani penjualan aneka aroma bibit parfume non alkohol dan aneka botol parfume yang berlokasi di jalan Veteran Belawan, kota Medan. Permasalahan perusahaan yang dihadapi saat ini adalah omset penjualan bibit parfume yang semakin menurun dikarenakan semakin banyaknya pesaing yang tumbuh dan promosi pesaing yang lebih menarik sehingga konsumen lebih tertarik untuk belanja pada pesaing daripada belanja di Toko Berkah Parfume. Sistem pelayanan pelanggan yang sudah dilaksanakan sekarang ini pada Toko Berkah Parfume masih memanfaatkan langkah jual beli serta pelayanan secara manual yaitu saat berada di toko untuk menanggapi beberapa keluhan dari pelanggan sehingga keluhan tidak bersifat rahasia bagi Toko Berkah Parfume, dalam pendaftaran memberi customer service masih banyak melakukan kesalahan serta butuh waktu yang lumayan lama ketika mencari data member jika dibutuhkan, dalam pengelolaan marketing kesulitan guna pengelolaan data pertemuan dengan Toko Berkah Parfume ketika akan membuat data pendaftaran member tidak sama dengan transaksi yang sudah terjadi dalam pendaftaran karena masih banyak kesalahan saat melakukan pencatatan member.

Kata Kunci : Promosi, Pelayanan, Keluhan, PHP, Mysql

ABSTRACT

Berkah Perfume Shop is a shop that sells various types of non-alkoholic perfume seeds and various perfume bottles located on Jalan Veteran Belawan, Medan city. The problem the company is currently facing is the declining sales turnover of perfume seeds due to the increasing number of competitors growing and more attractive competitor promotions so that consumers are more interested in shopping at competitors than shopping at the Berkah Perfume Shop. The customer service system that has been implemented now at the Berkah Perfume Shop still utilizes buying and selling steps and manual service, namely when you are in the store to respond to several complaints from customers so that complaints are not confidential for Perfume Berkah Shop, in registration giving customer service there is still a lot to do errors and it takes quite a long time when searching for member data if needed, in marketing management it is difficult to manage meeting data with the Perfume Berkah Shop when creating member registration data that is not the same as transactions that have occurred during registration because there are still many errors when recording members.

Keywords : Promotion, Service, Complaints, PHP, Mysql

Disubmit: 26 Juni 2023

Info Artikel :
Direview: 27 Juli 2023

Diterima : 28 Agustus 2023

1. PENDAHULUAN

Semakin meningkatnya persaingan bisnis antar toko Parfume untuk memperoleh customer sehingga menyebabkan toko Parfume saling bersaing untuk pemberian layanan ke pelanggan yang terbaik. Untuk menjaga keterkaitan pelanggan dengan toko Parfume maka dibutuhkan cara untuk menjaga pelayanan terhadap pelanggan secara positif dengan memenuhi keinginan dari pelanggan. Dibutuhkan sistem *Customer Relationship Management* (CRM) pelayanan pelanggan dengan membuat aplikasi yang bisa membantu pelanggan dalam memberikan informasi keluhan untuk toko Parfume, dan segala informasi yang terkait dengan pelayanan terhadap pelanggan.^[1]

Toko Berkah Parfume merupakan toko yang melayani penjualan aneka aroma bibit *parfume* non alkohol dan aneka botol *parfume* yang berlokasi di jalan Veteran Belawan, kota Medan. Permasalahan perusahaan yang dihadapi saat ini adalah omset penjualan bibit *parfume* yang semakin menurun dikarenakan semakin banyaknya pesaing yang tumbuh dan promosi pesaing yang lebih menarik sehingga konsumen lebih tertarik untuk belanja pada pesaing daripada belanja di Toko Berkah Parfume. Sistem pelayanan pelanggan yang sudah dilaksanakan sekarang ini pada Toko Berkah Parfume masih memanfaatkan langkah jual beli serta pelayanan secara manual yaitu saat berada di toko untuk menanggapi beberapa keluhan dari pelanggan sehingga keluhan tidak bersifat rahasia bagi Toko Berkah Parfume, dalam pendaftaran memberi customer service masih banyak melakukan kesalahan serta butuh waktu yang lumayan lama ketika mencari data member jika dibutuhkan, dalam pengelolaan marketing kesulitan guna pengelolaan data pertemuan dengan Toko Berkah Parfume ketika akan membuat data pendaftaran member tidak sama dengan transaksi yang sudah terjadi dalam pendaftaran karena masih banyak kesalahan saat melakukan pencatatan member.

Pada permasalahan yang telah dibahas peneliti ingin menerapkan aplikasi penjualan online berbasis *Customer Relationship Management* (CRM) pada Toko Berkah Parfume. Tujuannya untuk mempermudah customer dan Toko Berkah Parfume dalam pendaftaran member, pemberian informasi berupa kritik atau saran, mengatur pertemuan antara Toko Berkah Parfume dengan pelanggan, dan memudahkan pembuatan laporan.^[2]

Customer Relationship Management adalah sebuah pendekatan baru dimana dapat mengendalikan hubungan perusahaan dengan pelanggan pada tingkat bisnis sehingga dapat memaksimalkan komunikasi dan pemasaran dengan pengendalian berbagai koneksi yang berbeda. Pendekatan ini dilakukan agar meningkatkan kesetiaan pelanggan kepada perusahaan serta menjadi nilai tambah secara terus menerus. Saat ini implementasi CRM akrab menggunakan teknologi informasi untuk memikat pelanggan baru yang memberi keuntungan hingga mereka memiliki keterikatan terhadap perusahaan.^[3] Menurut Linda Wahyuni (2021) Sistem merupakan hasil proses yang multipel, baik berasal dari diri sendiri (internal factor) maupun mencari solusi strategi pada Perusahaan. Menurut Dahr Yani Hakim Tanjung (2022) informasi adalah ekstraksi implisit pada informasi kompleks yang tidak diketahui hingga memungkinkan untuk menjadi berguna dan menciptakan pengetahuan baru.^[4]

Dengan penerapan E-CRM perusahaan dapat melacak riwayat pelanggan secara *realtime* guna menganalisis *database* pelanggan sehingga memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan hubungan interaktif antara pelanggan dengan perusahaan serta memfokuskan usaha untuk memperbaiki hubungan dengan konsumen dan meningkatkan pelanggan.^[5]

Penerapan *Cross Selling* Penjualan buku saat ini banyak dilakukan baik secara *offline* maupun *online*. Akan tetapi pendekatan tersebut tidak akan meningkatkan hasil penjualan, jika penjualan buku dilakukan tanpa memperhatikan keinginan pelanggan. Oleh karena itu, dirasakan perlu untuk menerapkan sebuah strategi pemasaran buku untuk meningkatkan minat pelanggan untuk melakukan transaksi pembelian.^[6] Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah melakukan penawaran kepada pelanggan secara langsung melalui sebuah media komunikasi elektronik. Akan tetapi pada pendekatan

ini akan memerlukan data yang diolah pelanggan tetap beserta data transaksi dari pembelinya. Sehingga akan diperoleh rekomendasi pelanggan yang akan diberikan penawaran paket buku yang sesuai dengan kebutuhannya.^[7] Sistem *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan salah satu solusi yang dianggap tepat untuk melakukan pendekatan terhadap pelanggan. Lebih lanjut juga untuk diterapkan metode *cross selling* untuk pengiriman buku yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Hasil dari penelitian ini merupakan sebuah model sistem CRM yang menerapkan analisis *cross selling* di dalamnya.^[8]

E-commerce merupakan suatu usaha yang bertujuan untuk memberikan keluasaan dalam bertransaksi secara *online* kapanpun dan dimanapun dengan konsumen tidak harus keluar rumah.^[9] Oleh karena itu diperlukan suatu strategi untuk pengolahan data konsumen, promosi produk, penjualan produk dan mengolah data pelayanan pelanggan untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya dengan target yang telah ditentukan pada suatu perusahaan. Pendekatan metode *Customer Relationship management* (CRM) melalui operasional, analitik dan kolaboratif menjadi patokan pada pembuatan situs E-CRM berbasis web yang bertujuan dalam kebutuhan untuk memperoleh jalinan yang baik dengan pelanggan.^[10]

Metodologi yang digunakan dalam menyusun strategi bisnis yang akan dilakukan, dengan menggunakan pendekatan 2 aspek CRM dan model LRFM. 2 aspek CRM yang diperlukan yaitu *Collaborative* dan *Operational*, yang mana manfaat dari 2 aspek tersebut untuk memperoleh strategi yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Model LRFM adalah metode yang digunakan dalam memperoleh segmentasi pelanggan berdasarkan kategori pelanggan sehingga toko dapat dengan mudah memberikan hadiah kepada pelanggan berdasarkan kategori.^[11]

PT. Cipta Aneka Buah mempunyai tempat penyimpanan (*cold storage*) yang luas, sehingga kesegaran buah dan sayur tetap aman terjaga hingga ke tangan pelanggan. Akan tetapi banyak permasalahan diantaranya, banyak keluhan pelanggan yang tidak ditanggapi, pelanggan tidak mengetahui detail produk, dan kondisi produk saat ke tangan pelanggan sudah rusak.^[12] Oleh karena itu, diperlukannya E-CRM untuk mengatasi masalah tersebut. Peneliti bermaksud untuk membuat *website* dengan metode melakukan pengumpulan data yang sudah berjalan pada perusahaan seperti menganalisa dokumen, melakukan wawancara dan melakukan pendekatan dengan penarapan E-CRM sehingga *website* yang dibuat dapat menampilkan detail produk-produk, di *website* tersebut pelanggan dapat menuliskan keluhannya dan pelanggan dapat mengecek produk sudah sampai mana saat pengiriman. Dengan diterapkannya E-CRM dalam penelitian ini, peneliti berharap agar E-CRM dapat mengatasi masalah tersebut dan mempertahankan omset penjualan yang tidak tercapai sehingga kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dapat terjaga.^[13]

Dalam penelitian ini ditemukan permasalahan seperti sulitnya menentukan loyalitas pelanggan, sulitnya menghitung biaya secara optimal, sulitnya dalam melakukan perekapan transaksi karena kemungkinan ada data yang hilang atau salah terhitung disebabkan karena salon & spa masih melakukan pencatatan data pada buku besar.^[14] Selain itu permasalahan lainnya yang timbul adalah penyampaian promosi yang memakan waktu lebih banyak dikarenakan harus mengirim pesan yang sama satu per satu kepada pelanggan ataupun melalui instagram dan facebook.^[15] Metode menggunakan perhitungan nilai aktual *service quality* dengan membandingkan nilai persepsi pelanggan dengan nilai ekspektasi pelanggan dan dinyatakan dalam persen, metode ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana performa pelayanan maupun mengukur kepuasan dari pelanggan. Untuk memecahkan permasalahan ini adalah dengan membentuk sistem informasi dengan pendekatan *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web yang memberikan masukan terhadap aplikasi yang digunakan oleh salon & spa sehingga memberikan kenyamanan dan kepuasan terhadap pelanggan serta dapat memudahkan dalam penyajian sistem informasi yang lebih baik, tepat, dan akurat serta menyarankan pelayanan yang tepat sehingga mendatangkan keuntungan untuk perusahaan. Penggunaan metode *service quality* pada

penelitian ini yaitu dapat mengetahui nilai dan mengukur kepuasan pelanggan melalui quisioner yang diberikan kepada pelanggan.^[16]

2. METODE

Pengumpulan data disusun dengan bertahap untuk mempermudah dalam perancangan aplikasi dan penyusunan laporannya. Di dalam menyelesaikan penelitian ini penulis menggunakan metode studi yakni :

1) Studi Lapangan (*Field Research*)

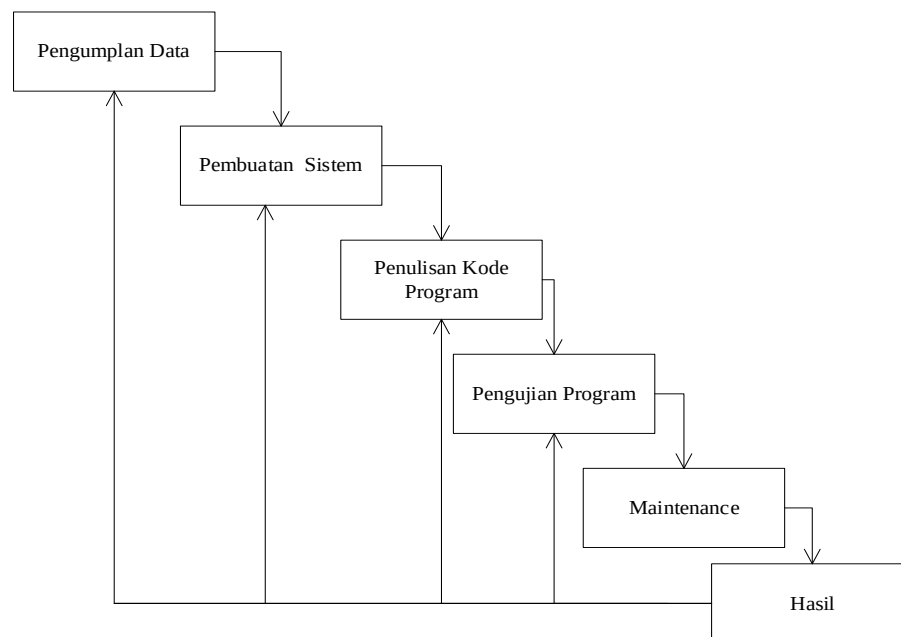
Merupakan metode yang dilakukan langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data. Adapun beberapa pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah :

- a. Pengamatan (*Observation*)
- b. Peneliti melakukan pengamatan terhadap data *input*, proses dan data *output* penjualan *parfume refill* pada Toko Berkah Parfume.
- c. Wawancara (*Interview*)

Peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Ari Anto selaku pemilik Toko Berkah Parfume untuk mengumpulkan informasi mengenai suatu objek penelitian yang dilakukan penulis dan memperoleh data-data yang berhubungan dengan penjualan dan *customer relationship management*. Adapun pertanyaan yang penulis sampaikan antara lain :

- 1) Bagaimana sistem informasi penjualan yang berjalan pada Toko Berkah Parfume?
- 2) Bagaimana mengelola hubungan dengan pelanggan agar pelanggan tetap loyal?
- 3) Bagaimana mempromosikan produk parfum Toko Berkah Parfume agar menarik minat pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan?

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan teknik analisis, klasifikasi masalah, survey, studi kepustakaan terhadap masalah-masalah yang berhubungan dengan skripsi yang penulis susun, dan teknik *test* terhadap objek penelitian yang telah diselesaikan. Metodologi pengembangan sistem dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Metode Pengembangan Sistem

Penjabaran dari metode waterfall diatas adalah sebagai berikut:

1) *Pengumpulan data*

Peneliti melakukan pengumpulan data yang berisi tentang hal-hal yang harus ada pada hasil perancangan agar mampu menyelesaikan masalah yang ada sesuai tujuan. Data yang dibutuhkan dalam melakukan perancangan sistem adalah data penjualan produk, data pelanggan dan bahasa pemrograman yang digunakan untuk membuat aplikasi berbasis website.

2) *Pembuatan Sistem*

Secara umum Sistem Informasi Penjualan Bibit Parfum Refill Online Dengan Pendekatan CRM (Customer Relationship Management) menggunakan model perancangan Unified Modelling Language yaitu use case diagram, class diagram, activity diagram dan sequence diagram.

3) *Penulisan Kode Program*

Penulis membuat pengkodean program guna untuk membuat aplikasi Sistem Informasi penjualan bibit parfum refill pada Toko Berkah Parfume dimana dengan menggunakan CRM bisa meningkatkan pelayanan kepuasan pelanggan secara maksimal.

4) *Pengujian Program*

Pada tahap ini penulis melakukan pengujian aplikasi secara global, mencakup pengujian fungsional dan pengujian ketahanan sistem. Pengujian secara black box (interface) yaitu pengujian perangkat lunak yang tes fungsionalitas pada aplikasi yang berbeda dengan struktur internal atau kerja.

5) *Maintenance*

Perangkat lunak yang sulit disampaikan oleh user pasti akan mengalami perubahan. Perubahan tersebut dapat terjadi karena mengalami kesalahan yang dimana perangkat lunak harus menyesuaikan dengan lingkungan baru.

6) *Hasil*

Peneliti merupakan pengguna sistem Informasi penjualan bibit parfum refill pada Toko Berkah Parfume dengan menggunakan pendekatan CRM telah dirancang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pembahasan

Sistem pelayanan pelanggan yang sudah dilaksanakan sekarang ini pada Toko Berkah Parfume masih memanfaatkan langkah jual beli serta pelayanan secara manual yaitu saat berada di toko untuk menanggapi beberapa keluhan dari pelanggan sehingga keluhan tidak bersifat rahasia bagi Toko Berkah Parfume, dalam pendaftaran memberi customer service masih banyak melakukan kesalahan serta butuh waktu yang lumayan lama ketika mencari data member jika dibutuhkan, dalam pengelolaan marketing kesulitan guna pengelolaan data pertemuan dengan Toko Berkah Parfume ketika akan membuat data pendaftaran member tidak sama dengan transaksi yang sudah terjadi dalam pendaftaran karena masih banyak kesalahan saat melakukan pencatatan member. Dengan penerapan E-CRM perusahaan dapat melacak riwayat pelanggan secara *realtime* guna menganalisis *database* pelanggan sehingga memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan hubungan interaktif antara pelanggan dengan perusahaan serta memfokuskan usaha untuk memperbaiki hubungan dengan konsumen dan meningkatkan pelanggan. Analisa input merupakan pengamatan yang dilakukan untuk pemasukan data. Adapun proses pengolahan data daftar nama produk pada Toko Berkah Parfume:

Daftar Nama - Nama Parfume dan Main Accordnya di Toko Berkah Parfume		
Keterangan		
• Women (w) : Parfume For Women • Man (m) : Parfume For Man		
No.	Nama Parfume	Main Accords
1.	Ariana Grande Bonita (w)	Sweet, fruity, powdery, citrus
2.	Aigner Blue (m)	Citrus, Aromatic, Fresh Spicy, Warm Spicy, Green
3.	Aqua Man (m)	Citrus, Marine, Aromatic, Aquatic, Woody, Lavender, Fresh Spicy, Powdery
4.	Avril Forbidden Rose (w)	Fruity, Sweet, Floral, Vanilla, Powdery
5.	Aigner Black (m)	Leather, amber, aromatic, citrus, woody, animatic, vanilla, green, sweet, mossy
6.	Angel Heart (w)	Floral, fruity, flower, green, musky
7.	Hugo Boss Orange Man (m)	Vanilla, Warm Spicy, Woody, Fruity, Balsamic, Sweet
8.	Hugo Boss Element Aqua (m)	Aromatic, green, fresh spicy, woody, sweet, fruity, warm spicy, lavender, vanilla, floral
9.	Anasui Rose (w)	Sweet, floral, citrus, caramel, fresh, powdery, almond
10.	Aigner Starlight (m)	Fruity, sweet, patchouli, warm spicy, fresh spicy, balsamic
11.	Al-Rehab Dalal (u)	Caramel, vanilla, sweet, citrus, woody, powdery, balsamic, warm spicy
12.	Benetton pink (u)	Citrus, white floral, rose, musky, sweet, woody
13.	Burberry Sport Man (m)	Warm spicy, aromatic, citrus, marine, woody, fresh, fresh spicy, green, musky, salty
14.	Bulgari Aqua Marine (m)	Aquatic, citrus, marine, aromatic, fresh, woody
15.	Burberry London Man (m)	Tobacco, sweet, cinnamon, woody, warm spicy, leather
16.	Burberry Klasik Woman (w)	Fruity, powdery, woody, vanilla, sweet
17.	Britney Spears Fantasy (u)	Sweet, fruity, tropical, fresh, chocolate
18.	Barcelona (m)	Woody, fresh spicy, aromatic, amber, conifer, fresh, balsamic, citrus
19.	Cristina Aguilera By Night (u)	Vanilla, fruity, sweet, powdery, floral, amber, woody, almond, citrus, fresh
20.	Escada Cherry air (w)	Sweet, fruity, powdery, nutty, almond, sour
21.	Baccarat Rouge (u)	Amber, almond, woody, warm spicy, animalic, nutty, fruity, musky, white floral, sweet
22.	Charlie White (u)	Floral, ozonic, aquatic, fruity, powdery

Gambar 2. Data Produk Pada Toko Berkah Parfume

23.	Cristian Dior Sauvage (m)	Fresh spicy, amber, aromatic, warm spicy, citrus
24.	Carolina Harerra 212 men (m)	Citrus, green, warm spicy, woody, fresh spicy, powdery, musky, lavender, violet
25.	Casablanca (m)	White floral, honey, sweet, tuberose, fruity, aromatic, floral
26.	Carolina Harerra 212 Vip Man (m)	Aromatic, vodka, warm spicy, fresh spicy, woody, green, tropical, citrus, sweet, fruity
27.	Capuccino (u)	Caramel, amber, musky, smoky, vanilla, balsamic, powdery, sweet, warm spicy
28.	Cuddle Baby (u)	Powdery, lactic, savory, musky, amber, vanilla, sweet
29.	Victoria Sreet Charm (u)	Fruity, Fresh spicy
30.	Coklat (u)	Cacao, warm spicy, chocolate, sweet, vanilla, amber
31.	Clinique Happy (m)	Citrus, green, aromatic, marine, woody
32.	Drakar (u)	Aromatic, woody, fresh spicy, green, citrus, earthy
33.	Dunhill Blue (m)	Citrus, marine, aromatic, fruity, aquatic, amber, tropical, sweet, floral, salty
34.	D&G Imperatrice (m)	Ozonic, aquatic, fruity, sweet, sour
35.	David Off Man Cool Water (m)	Aromatic, green, marine, fresh spicy, lavender, woody, salty
36.	Dunhill London (m)	Balsamic, sweet, aromatic, vanilla, fruity
37.	Diamor Women (w)	Citrus, fruity, vanilla, aromatic, soft spicy, sweet, powdery, white floral, rose, woody
38.	Eclat Oriflame (u)	Fresh spicy, woody, amber, aromatic, citrus, rose, herbal
39.	Escada Moon Sparcle (u)	Fruity, sweet, woody, floral, citrus
40.	Eternity Women (w)	Floral, fresh, fruity, white floral, aquatic, woody, tropical, sweet, rose, musky
41.	DKNY Fresh Blossom (u)	Fruity, white floral, rose, fresh, green, floral, sweet, aromatic, woody
42.	David Beckham (m)	Fruity, aromatic, ozonic, woody, sweet, aquatic, fresh, fresh spicy, green, tropical
43.	Fancy (u)	Citrus, floral, green, fruity, tropical, fresh
44.	Ferrari Black Shine (m)	Citrus, ozonic, aquatic, lavender, fruity, aromatic, fresh spicy, fresh, vanilla
45.	Fiesta Escada (w)	Fruity, sweet, tropical, floral, fresh, white floral
46.	Gaharu Putih (m)	Woody, vanilla, sweet, oud, powdery
47.	Guess Pink (w)	Floral, fruity, fresh, citrus, sweet, white floral
48.	Gucci Rush (w)	White floral, patchouli, aromatic, floral, fruity, vanilla
49.	Green Tea (u)	Green, citrus, aromatic, fresh spicy, ozonic, fresh
50.	Hermes Voyage (u)	Warm spicy, citrus, green, aromatic, woody, fresh
51.	I can to shine (u)	Fruity, sweet, tropical, fresh, floral, citrus, powdery
52.	Issey Miyake Femme (w)	Floral, aquatic, ozonic, white floral, woody, soft spicy
53.	Justin Bieber (u)	Fruity, sweet, powdery, fresh, tropical, fresh, amber, aquatic

Gambar 3. Data Produk Pada Toko Berkah Parfume

54.	Jaguar Blue (m)	Fresh spicy, citrus, aromatic, floral, woody, musky
55.	Jasmin Aqua (u)	Citrus, fruity, musky, powdery, floral, fresh spicy, aromatic, white floral, woody
56.	Jesika (w)	Woody, musky, lavender, aromatic, powdery, citrus, fresh spicy, patchouli, floral, warm spicy
57.	Jovan Musk (u)	Musky, white floral, powdery, citrus, fresh spicy, floral
58.	Jlo Still (u)	White floral, green, fresh, fresh spicy, floral, citrus, fruity, powdery, rose
59.	Jo Malone English Pears (u)	Floral, fruity, sweet, rose, aquatic, musky, fresh, patchouli, green, powdery
60.	Ketty Perry Killer Queen (w)	Sweet, fruity, woody, patchouli, white floral
61.	Kenzo Batang (u)	Woody, aromatic, fresh spicy, marine, powdery, conifer
62.	Lacoste Iced Cool (m)	Woody, citrus, aromatic, leather, powdery, fresh spicy
63.	Gucci Bamboo (u)	White floral, citrus, woody, yellow floral, sweet
64.	Lady Gaga Femme (w)	Floral, honey, sweet, fruity, amber, smoky, warm spicy, powdery, white floral, lactic
65.	Lovely (w)	Musky, aromatic, fresh spicy, floral, woody, citrus
66.	Kasturi Kijang (u)	Musky, woody, powdery, oud, harm spicy
67.	Malboro Sport (m)	Aromatic, citrus, fresh spicy, green, aldehydic, fresh, woody, lavender, marine, herbal
68.	Marcjacobs Daisy Dream (u)	Fruity, floral, fresh, sweet, tropical, citrus, fresh spicy, musky, white floral
69.	Olla Ramlan (w)	Fresh, sweet, cushion baby, powdery
70.	Prada Candy (u)	Caramel, amber, powdery, sweet, vanilla, musky, warm spicy, balsamic
71.	Polo Sport (m)	Aromatic, fresh spicy, citrus, green, aldehydic
72.	Police To Be Man (m)	Aromatic, soft spicy, fresh spicy, citrus
73.	Playboy it sexy (m)	Vanilla, soft spicy, sweet, citrus, woody, white floral, balsamic, warm spicy, patchouli
74.	Paco Rabane Invictus (m)	Citrus, marine, aromatic, fresh spicy, woody
75.	Paris Hilton Hieress (u)	Fruity, sweet, champagne, tropical, citrus, aldehydic, white floral, yellow floral, fresh
76.	Romantic Wish (u)	Floral, ozonic, aquatic, green, fresh spicy
77.	Silver (u)	Citrus, fresh, aquatic, green, musky, floral, woody, powdery
78.	So Sexy (w)	Fruity, sweet, citrus, fresh, milky, green
79.	Selena Gomez (w)	Fruity, sweet, tropical, vanilla, chocolate
80.	Soft Al-Rehab (u)	Caramel, citrus, vanilla, sweet, powdery, fresh, musky, woody, balsamic, floral
81.	Taylor Swift (w)	Fruity, sweet, vanilla, floral, powdery, green
82.	Vanilla (u)	Vanilla, powdery, balsamic, sweet, fruity
83.	Zara Women (w)	Vanilla, coffee, white floral, sweet, citrus, powdery
84.	Strawberry (u)	Sweet, fruity, vanilla

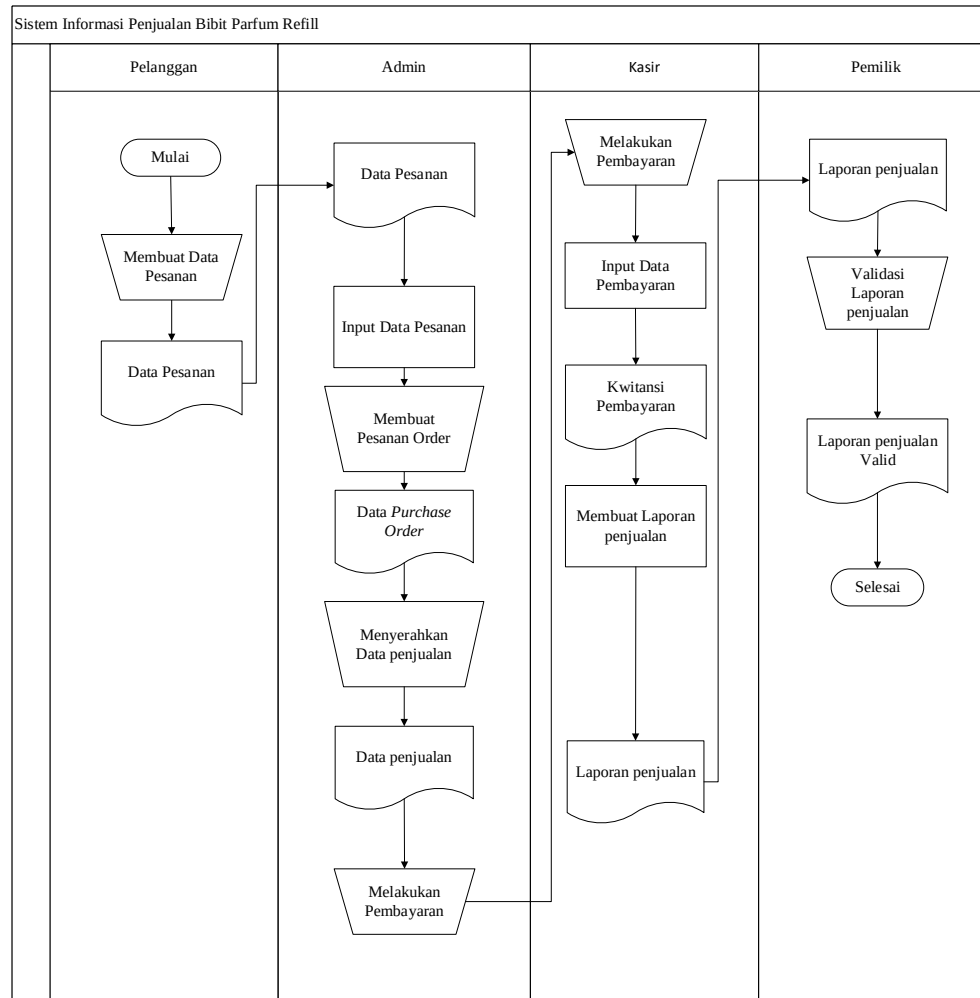
Gambar 4. Data Produk Pada Toko Berkah Parfume

85.	Sirsak (u)	Ozonic, aquatic, fruity, sweet, sour
86.	Anggur	Sweet fresh, fruity, tropical, woody
87.	Apel Hijau	Apple green, fresh, sweet
88.	Ysl Jolly	Vanilla, coffee, sweet, warm spicy, white floral, soft spicy, fruity, woody, powdery, balsamic


Atailah Calista Azalia
 Manager

Gambar 5. Daftar Nama barang Pada Toko Berkah Parfume

Flow of Document adalah perangkat pembentukan model yang mengizinkan professional sistem untuk menggambarkan sistem dengan satu jaringan proses fungsional. Adapun gambar FOD dari Sistem Informasi Penjualan Bibit Parfum Refill antara lain :



Gambar 6. FOD Analisis Sistem Informasi Penjualan Bibit Parfum Refill

Analisa output berfungsi untuk menciptakan output yang bermanfaat, kemudian setelah selesai analisa input dan analisa proses maka pada analisa output di lakukan berlandaskan data yang di input dan di olah pada pembuatan laporan.

Sumbangan: 5 + 50 Bukaan: 38.
1 April 2023. Tgl: 63.500

1	Urbay	5	10.000
2	BRUT	6	19.000
3	scandal	12,5	25.000
4	Botol	1	5.000
5	Avein	5	10.000
6	Fancy	8	20.000
7	Romantic	7,5	15.000
8	Baccarat oud	10	25.000
9	Taylor	10	20.000
10	dior saupage	10	20.000
11	Botol	2	6.000
12	Fancy	160	250.000
13	Jaguar blue	12,5	31.000
14	Romantic	12,5	25.000
15	Paul smith	21,5	5.000
16	Paul smith	45	90.000
17	soft	12,5	25.000
18	Taylor	12,5	25.000
19	Zara orchid	12,5	25.000

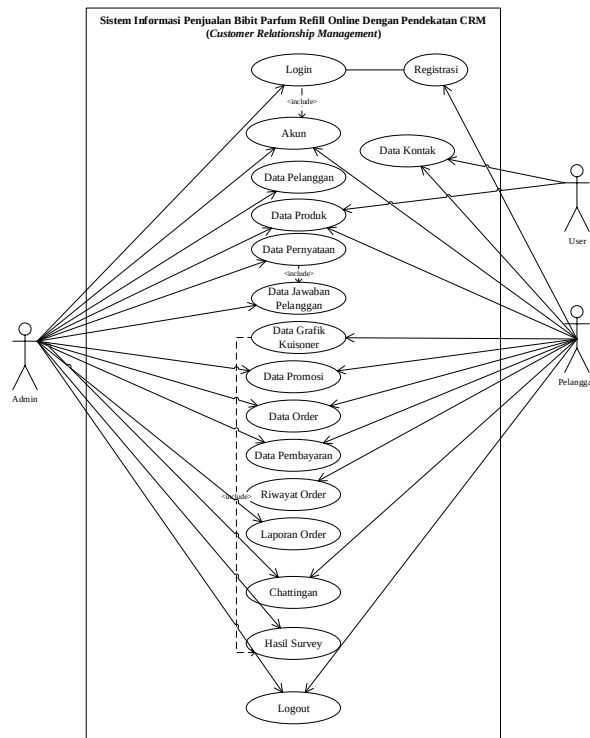
Gambar 7. Data Penjualan Parfume Pada Toko Berkah Parfume

2 April 2023 Tgl: 237.000

1	Soft	12,5	25.000
2	Botol	1	5.000
3	Avein	12,5	25.000
4	Aqua men	12,5	31.000
5	miss dior	12,5	25.000
6	Taylor	12,5	25.000
7	Romantic	20	40.000
8	Botol	1	7.000
9	212 man ^{xx}	40	120.000
10	Kenzo baui	32	80.000
11	d/g light Blue	25	62.500
12	Spending	10	20.000
13	Romantic	20	40.000
14	scandar	25	50.000
15	Paul	7,5	15.000
16	Maher zen	20	40.000
17	Botol	1	7.000
18	Soft	45	90.000

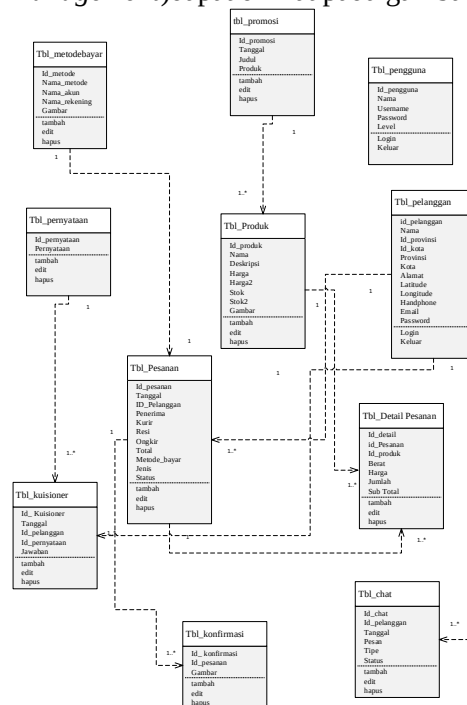
Gambar 8. Data Penjualan Pada Toko Berkah Parfume

Pada pembuatan suatu program diperlukan suatu model data yang berupa diagram yang dapat menjelaskan suatu alur proses sistem yang akan di bangun. Pada penulisan skripsi ini penulis memanfaatkan metode UML yang dengan metode itu penulis menerapkan diagram Use Case. Maka digambarkanlah suatu bentuk diagram Use Case yang dapat dilihat pada gambar 9.



Gambar 9. Use Case Diagram

Class diagram dari Sistem Informasi Penjualan Bibit Parfum Refill Online Dengan Pendekatan CRM (Customer Relationship Management) dapat dilihat pada gambar 9 berikut :

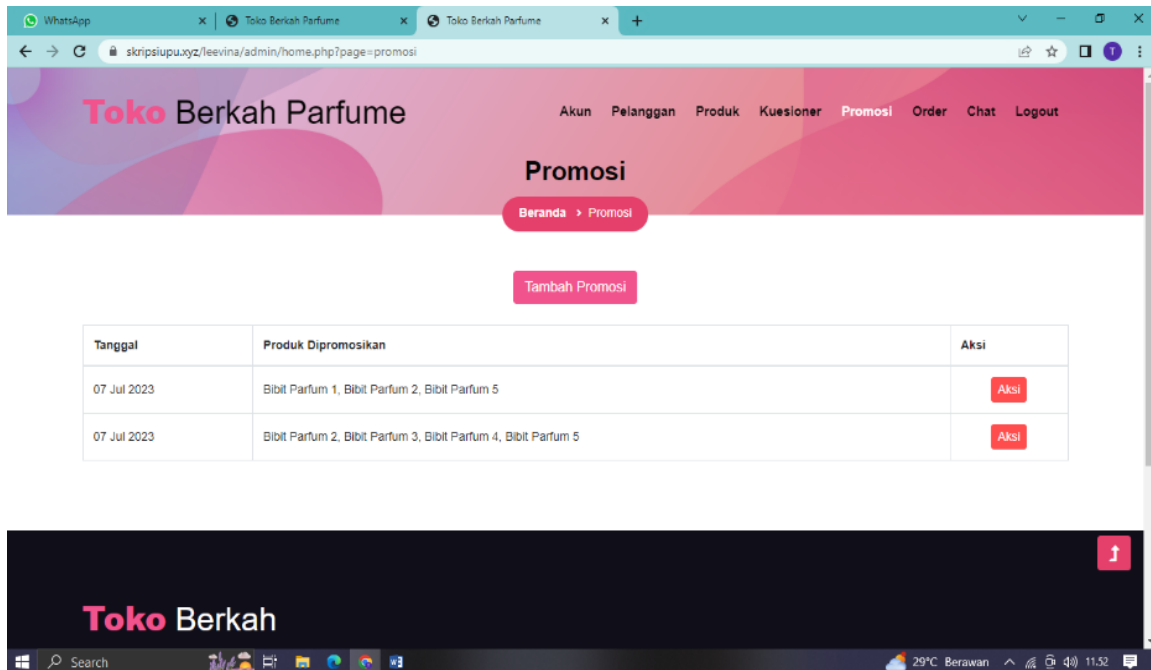


Gambar 10. Class Diagram Sistem Informasi Penjualan Bibit Parfum Refill Online Dengan Pendekatan CRM (Customer Relationship Management)

B. Hasil

1) Tampilan Form Promosi

Berikut gambar form input data Promosi Admin ditunjukkan pada gambar 9:



Gambar 11. Tampilan Form Promosi

2) Tampilan *Form* Laporan Order

Tampilan ini merupakan tampilan *form* input data laporan order harian, bulanan dan tahunan yang berfungsi untuk menampilkan laporan order harian, bulanan dan tahunan. Berikut gambar *form* laporan order harian, bulanan dan tahunan ditunjukkan pada gambar 11:

ID	Tanggal	Penerima & Kurir	Metode Bayar	Produk & Total	Status
TBP000003	25 Sep 2023	Benny 087613454 Bekas, Batu Bara, Sumatera Utara Pengiriman : JNE REG	Bank Rakyat Indonesia (BRI) No. Rek : 1000232243 A.N : Nabilu	50 x Aqua Men 0 Gr Total = Ongkir : Rp. 110.000	Lunas
TBP000002	22 Sep 2023	Gendis 08199070362 Jl. Sukono Ujung Gang A No. 62, Medan, Sumatera Utara Pengiriman : JNE CTC - No Resi : bn123	DANA No. Rek : 081262287027 A.N : Nabilu	50 x Aqur Black 0 Gr 200 x Aqur Men 0 Gr Total = Ongkir : Rp. 267.000	Sudah Dikirim
TBP000001	22 Sep 2023	Gendis 08199070362 Jl. Sukono Ujung Gang A No. 62, Medan, Sumatera Utara Pengiriman : Instan Kurir Toko	Bank Central Asia (BCA) No. Rek : 222208008 A.N : Nabilu	200 x Aqur Black 0 Gr 2 x Aqur Black Men 0 Gr Total = Ongkir : Rp. 1.245.200	Sudah Dikirim

Gambar 12. Tampilan *Form* Laporan Order Harian, Bulanan Dan Tahunan

3) Tampilan *Form* Pengiriman Orderan

Tampilan ini merupakan tampilan *form* input data pengirimana orderan yang berfungsi untuk mengisi data-data pengiriman orderan. Berikut gambar *form* input data pengiriman orderan ditunjukkan pada gambar 12:

ID, Tanggal	Penerima & Pengiriman	Bank	Produk & Total	Status
TSP1000004 19 Jul 2023	Mba 082165425086 Jln kawasan moden berapi, Rongki, Sumatera Utara Pengiriman : JNE REG	Bank Central Asia (BCA) No. Rek : 222239308 A.N : Nishta	2 x Bibit Parfum 2 1000 ml Total = Ongkir Rp. 129,889	Lunas Tutupi Order

Gambar 13. Tampilan *Form* Pengiriman Orderan

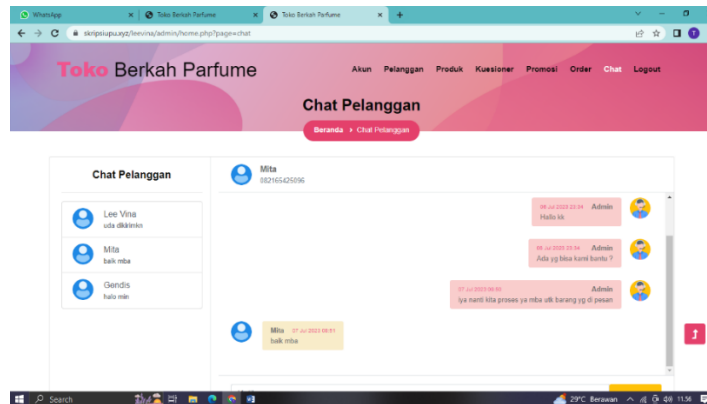
Gambar 14. Tampilan *Form* Resi Barang4) Tampilan *Form* Orderan selesai

Tampilan ini merupakan tampilan *form* input data orderan selesai yang berfungsi untuk mengisi data-data orderan selesai. Berikut gambar *form* input data orderan selesai ditunjukkan pada gambar 13:

ID, Tanggal	Penerima & Pengiriman	Bank	Produk & Total	Status
TSP1000001 06 Jul 2023	Ganda 08169170362 A. Sutan Usung Gang A No. 62, Medan, Sumatera Utara Pengiriman : Instan Kurir Toko Lihat Tikh Pengiriman	DANA, No. Rek : 081582287137 A.N : Nishta	1 x Bibit Parfum 2 1000 ml Total = Ongkir Rp. 75,200	Selesai

Gambar 15. Tampilan *Form* Pengiriman Orderan Selesai5) Tampilan *Form* About Data Chatingan

Tampilan ini merupakan tampilan Chatingan yang berfungsi untuk mengetahui Chatingan. Gambar tampilan *form* Chatingan pada gambar 14:



Gambar 16. Tampilan Form Data Chatingan

4. KESIMPULAN

Dengan mempelajari berbagai permasalahan yang ada pada Sistem Informasi Penjualan Bibit Parfum Refill Online Dengan Pendekatan CRM (*Customer Relationship Management*), maka dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain:

- 1) Kurangnya kesalahan yang terjadi dalam pengolahan data loyalitas pelanggan sehingga mempermudah dan mempercepat dalam melakukan pelayanan konsumen.
- 2) Sistem yang sedang berjalan pada Toko Berkah Parfume telah menggunakan sistem semi komputerisasi sehingga membutuhkan waktu yang lama dalam pencarian, penginputan data maupun dalam pembuatan kuisoner.
- 3) Toko Berkah Parfume akan lebih mudah dalam melihat hasil dari pengisian kuisoner yang terjadi dengan sistem yang telah dirancang sehingga meningkatkan kinerja pada Toko Berkah Parfume.
- 4) Implementasi *E-Customer Relationship Management* Pada Toko Berkah Parfume dapat memberikan hasil kelayakan penjualan produk Terbaik yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Potensi Utama yang telah banyak memberikan masukan dan saran dalam penyelesaian Skripsi ini.

REFERENSI

- [1] Ayu, Fitri. 2018, “Perancangan Sistem Informasi Pengolahan Data Praktek Kerja Lapangan (PKL) Pada Devisi Humas PT. Pegadaian”, Volume 2, No.2 Oktober 2018 ISSN. 2549-0222 Jurnal Intra-Tech.
- [2] Kurniawan, I., Wahyuddin, A., & Nurhayati, Y. (2012). Implementasi Customer Relationship Management. Nuansa Informatika : Jurnal Ilmu Komputer, 10(2), 1–10.
- [3] Purwanto, H., Sumbaryadi, A., & Sarmadi. (2018). E-CRM Berbasis Web Pada Sistem Informasi Penjualan Furniture. Jurnal PILAR Nusa Mandiri Vol. 14, No. 1 Maret 2018, 14(1), 15–20. Retrieved from www.bsi.ac.id
- [4] Ali, I. R., & Rosnelly, R. (2023). Perancangan Aplikasi Eksekutif Pemasaran Dan Persediaan Barang Pada CV. Semangat Transport. *Jurnal Info Digit (JID)*, 1(1), 361-373.

- [5] Rahmatya, D., Yulina, S., & Widyasari, Y. D. L. (2020). Rancang Bangun Aplikasi Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Untuk Menjaga Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus: Magenta Coklat, Padang). JSI: Jurnal Sistem Informasi (E-Journal), 12(2). <https://doi.org/10.36706/jsi.v12i2.9487>.
- [6] Rohim, Abdul. (2019). Sistem Informasi Penjualan Alat Kesehatan Pada PT Intisumber Hasil Sempurna Berbasis Web. Jurnal Ilmiah MIKA AMIK Al Muslim p-ISSN: 2541-6812. Volume III No. 1, Mei 2019.
- [7] Sunandar, A., & Lubis, R. (2018). Penerapan Cross Selling Pada Sistem Customer Relationship Management Penjualan Buku. Komputa : Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika, 7(2), 69–76. <https://doi.org/10.34010/komputa.v7i2.3039> pertanian – volume 01. Nomor 03. Tahun 2019. Halaman 61 – 69.
- [8] William, W., & Andah, B. D. (2020). Penerapan Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Penjualan Pada PT. Cipta Aneka Buah. Idealis : InDonEsiA Journal Information System, 3(1), 20–25.
- [9] Janiver W. Janis, 2020, *Rancang Bangun Aplikasi Online Sistem Pemesanan Jasa Tukang Bangunan Berbasis Lokasi*, *Jurnal Teknik Informatika, Universitas Sam Ratulangi Manado*, p-ISSN e-ISSN : 2685-6131, Vol 15 No. 1 Januari-Maret 2020, hal.1-12
- [10] B, Muhammad Auliya. S, Yan Watequlis .R, I. F. (2019). Menggunakan Metode Smart (Simple Multi-Attribute Rating Technique). *Jurnal Informatika Polinema*, 1(4), 34–36.
- [11] Dn, H. D. Q. J. D. (2016). *6Lvwhp 3Hqgxnxqj .Hsxwxvdq Xqwxn 0Hqhqwxdq 6Lvzd %Husuhvwdvl \Dqj /D\Dn 0Hqmdgl 6Lvzd 7Hodgdq. 8(1)*.
- [12] Hardiasyah, & Mas, N. (2019). Faktor-Faktor Motivasi Yang Mempengaruhi Kinerja Pegawai Dinas Sosial Kabupaten Kolaka Timur. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- [13] Hariyanto, S., Maskur, M., & Nuryasin, I. (2020). Implementasi Metode Servqual Untuk Evaluasi Pelayanan Berbasis Web Studi Kasus: Puskesmas Talun Kabupaten Blitar. *Jurnal Repositor*, 2(2), 177-184.
- [14] Irawan, B. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Mutu Pelayanan Rumah Sakit Berdasarkan Metode Service Quality (ServQual). *Jurnal Keperawatan dan Fisioterapi (JKF)*, 3(1), 58-64.
- [15] Janis, J. W., Mamahit, D. J., Sugiarto, B. A., Rumagit, A. M., Elektro, T., Sam, U., & Manado, R. (2020). Rancang Bangun Aplikasi Online Sistem Pemesanan Jasa Tukang Bangunan Berbasis Lokasi. *Jurnal Teknik Informatika*, 15(1), 1–12. <https://doi.org/10.35793/jti.15.1.2020.29023>
- [16] Kaban, R., Yunita, W., & Faradillah, Y. (2019). Aplikasi Pemesanan Tiket Bus Berbasis Android (Study Kasus : Pt . Als Terminal Pasar X Tanjung Beringin). *Jurnal Manajemen ...*, 32(1). <https://ejournal.stieibbi.ac.id/index.php/jmb/article/view/54>