

RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PENJUALAN PADA KEDAI MIE AYAM DENGAN PENDEKATAN *ELECTRONIC* CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM)

Abednego Berly Dewa Nagari¹, Anita Diana², Dwi Achadiani^{3*}

^{1,2} Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia ³
Sistem Komputer, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia
Email: ¹abedberly@email.com, ²anita.diana@budiluhur.ac.id, ^{3*}dwi.achadiani@budiluhur.ac.id
(* : coressponding author)

Abstrak- Pelanggan adalah aset paling utama dalam perusahaan, maka dari itu perusahaan harus mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, yang nantinya pelanggan dapat terus menerus berlangganan dan tidak berpaling dari perusahaan lain. Hal itu dapat dicapai dengan rancang bangun sistem informasi penjualan pada kedai Mie Ayam dengan pendekatan *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) dapat membantu dalam meningkatkan pelayanan dan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Mie Ayam Djoedes Wadassari merupakan sebuah usaha rumah makan yang bergerak di bidang kuliner makanan mie super pedas dan berkualitas untuk pelanggan. Masalah yang dihadapi antara lain pencatatan data pelanggan maupun transaksi masih konvensional atau menggunakan pembukuan, dimana hal tersebut dapat memungkinkan resiko hilangnya data transaksi dikarenakan tidak adanya sistem otomatis yang mengatur. Masalah lain adalah sulit mencari data setiap pelanggan, belum memiliki fitur testimoni dan keluhan dari pelanggan, sehingga usaha rumah makan ini tidak mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Kemudian masalah lainnya adalah belum adanya fitur tentang potongan harga atau promo diskon kepada pelanggan. Oleh karena itu, kedai Mie Ayam ini memerlukan sarana berbasis web, yaitu sistem informasi penjualan dengan E-CRM. Tujuan dari penelitian yaitu untuk membangun sistem informasi (SISFO) penjualan berbasis website dengan E-CRM untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan pelayanan, dengan berbagai fitur untuk mengatasi masalah yang ada. Metode penelitian yang digunakan yaitu mengumpulkan data dengan observasi atau pengamatan, wawancara langsung kepada pemilik, analisa dokumen dan studi pustaka, serta analisa dan perancangan sistem mode *Unified Modeling Language* (UML). Hasil dari penelitian ini yaitu dengan adanya website sistem informasi penjualan pada kedai Mie Ayam dengan strategi *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) tersebut, sehingga usaha rumah makan dapat lebih mudah dalam melihat tingkat kepuasan pelanggan mengenai produk dan memungkinkan mendapatkan pelanggan baru.

Kata Kunci: *Electronic Customer Relationship Management*, loyalitas pelanggan, sistem informasi penjualan

DESIGN AND BUILDING OF A SALES INFORMATION SYSTEM IN A CHICKEN NOODLE STORE USING AN ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM) APPROACH

Abstract- Customers are the most important thing in company, therefore companies must know the level of customer satisfaction, so that customers can continue to subscribe and not turn away from other companies. This can be achieved by designing a sales information system at the Mie Ayam shop using an *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) approach which can help improve service and determine the level of customer satisfaction. Mie Ayam Djoedes Wadassari is a restaurant business that operates in the culinary field of super spicy and high quality noodle food for customers. Problems faced include recording customer and transaction data using conventional methods or using bookkeeping, which could lead to the risk of losing transaction data due to the absence of an automatic system to regulate it. Another problem is difficult to find data on each customer, it does not yet have features for testimonials and complaints from customers, so this restaurant business does not know the level of customer satisfaction. Then another problem is that there is no feature regarding price cuts or discount promotions for customers. Therefore, this Chicken Noodle shop requires web-based facilities, namely a sales information system with an E-CRM approach. The goals of this research is to build web-based sales information system with an E-CRM approach to increase loyalty and service to customers, with various features to overcome problems. The method used is data collection by interviews, observations, document analysis and literature study, as well as system analysis and design using *Unified Modeling Language* (UML). The results of this research are the existence of a sales information system website at the Mie Ayam shop with an *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) approach, so that restaurant businesses can more easily see the level of customer satisfaction regarding products and make it possible to get new customers.

Keywords: *Electronic Customer Relationship Management*, customer loyalty, sales information system

1. PENDAHULUAN

Teknologi saat ini berkembang dengan begitu pesat yang membuat perusahaan terus berusaha untuk melakukan prosedur yang terbaik. Menurut Turban [1], E-CRM merupakan CRM yang diterapkan secara elektronik melalui

web browser, internet, dan email. Bentuk e-CRM yang digunakan adalah media online, atau website. Situs web paling sering digunakan untuk membangun hubungan pribadi dengan pelanggan karena mudah dibuat, murah, dan dapat diakses oleh semua orang. *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) merupakan strategi perusahaan untuk mengetahui dan memahami hubungan pelanggannya, sehingga perusahaan dapat menjaga hubungan dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya. Perusahaan sangat membutuhkan sistem informasi berupa website dengan E-CRM dalam strateginya, oleh karena itu dibutuhkan alat media elektronik yaitu dengan menggunakan sarana media *online*, mengolah data pelanggan akan menjadi lebih mudah, perusahaan juga bisa menawarkan suatu produk dan memberikan promo melalui *website*.

Manajemen hubungan pelanggan atau CRM adalah hal terpenting dalam perusahaan yang berarti CRM adalah proses untuk membangun dan memelihara hubungan pelanggan untuk mengetahui kepuasan pelanggan [2]. Pengembangan CRM dapat dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu analisis, perancangan, implementasi dan pemeliharaan, yang dikenal dengan SDLC (*System Development Life Cycle*). Teknologi yang digunakan adalah pemrograman atau (PHP), menggunakan Relational Database Management System MySQL. E-CRM merupakan adaptasi CRM terhadap lingkungan penjualan daring, yang menggunakan jaringan untuk membangun dan memelihara hubungan pelanggan. Hal ini diperlukan untuk pengembangan serangkaian aplikasi perangkat lunak yang terkonsolidasi untuk mengelola aspek penjualan, distribusi, dan interaksi pelanggan lainnya, media promosi, dan layanan untuk pelanggan [3].

Mie Ayam Djoes Wadassari merupakan sebuah usaha kuliner rumah makan yang menyajikan makanan mie yang super pedas dan berkualitas untuk pelanggan. Banyak hal yang membuat rumah makan ini menjadi kurang efisien, dikarenakan beberapa masalah yang dialami. Masalah yang dihadapi antara lain usaha rumah makan ini ingin menjalin hubungan antara rumah makan dengan pelanggan, akan tetapi rumah makan belum memiliki fitur *feedback* atau testimoni dan keluhan dari pelanggan, sehingga usaha rumah makan ini tidak mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Masalah lain adalah sulit juga untuk mencari data setiap pelanggan, belum adanya fitur tentang potongan harga atau promo diskon kepada pelanggan, pencatatan data pelanggan maupun transaksi masih konvensional atau menggunakan pembukuan, dimana hal tersebut dapat memungkinkan resiko hilangnya data transaksi dikarenakan tidak adanya sistem otomatis yang mengatur. Oleh karena itu, kedai Mie Ayam ini memerlukan sarana berbasis web, yaitu sistem informasi penjualan dengan pendekatan E-CRM. Sistem ini dapat menjaga hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya, sehingga dapat digunakan untuk meningkatkan loyalitas, pelayanan serta memberikan pelayanan lebih kepada pelanggan, dan meningkatkan hubungan dekat dengan pelanggan.

Tujuan dari penelitian untuk merancang dan membangun sistem informasi (SISFO) penjualan dengan pendekatan E-CRM untuk meningkatkan pelayanan dan loyalitas pelanggan. Dalam sistem berbasis web ini, terdapat fitur pesan antrian makanan online, terdapat pula fitur *top customer* untuk mengetahui pelanggan terloyal, dan berbagai laporan pelanggan serta laporan penjualan makanan. Selain itu terdapat pula fitur produk paling disukai agar pelanggan bisa mengetahui produk yang sering terjual, dan adanya fasilitas promo diskon yang tersedia, serta mengetahui tingkat kepuasan pelanggan yaitu dengan adanya fitur keluhan dan testimoni.

Manfaat penelitian ini, antara lain adalah memperoleh informasi penjualan dan pelanggan yang tersimpan dengan baik, mendapatkan informasi testimoni dan keluhan dari pelanggan, meningkatkan hubungan antara usaha rumah makan dan pelanggan, meningkatkan loyalitas pelanggan, memberikan informasi fitur promo kepada pelanggan, meningkatkan daya saing terhadap usaha rumah makan lain di bidang kuliner.

Dalam penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, menjelaskan bagaimana CRM memudahkan layanan kepada pelanggan untuk menjalin komunikasi yang baik [4]. Dalam penelitian tersebut juga dijelaskan bahwa usaha rumah makan tidak memiliki sistem tertentu, pemasaran produk yang dilakukan yaitu pelanggan memberikan informasi mengenai tempat, dan produk kepada pelanggan baru lainnya. Oleh karena itu, pengusaha harus bersaing dengan pesaing mereka untuk mendapatkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan dengan cara menjalin komunikasi antar pelanggan dan perusahaan. Strategi CRM digunakan untuk mengumpulkan data pelanggan yang ditentukan untuk menjalin komunikasi antar Perusahaan dengan pelanggan dalam membangun korespondensi yang baik, sehingga dibutuhkan sistem CRM berbasis web.

Penelitian yang lainnya [5], menyatakan bahwa sistem e-CRM memberikan informasi mengenai produk yang umum dijual dengan fitur produk terpopuler. Adanya sistem e-CRM memudahkan perusahaan dalam menarik pelanggan baru melalui fungsi promosi. Penelitian ini menerapkan fitur keluhan dan testimoni, sehingga perusahaan mengetahui dan meninjau kepuasan pelanggan.

Penelitian lainnya [6], dijelaskan bahwa permasalahan yang dihadapi, yaitu mengembangkan aplikasi CRM dengan menggunakan bahasa pemrograman Macromedia Dreamweaver dan database MySQL. Sistem ini dimaksudkan agar mendukung pengolahan data pelacakan keluhan pelanggan dan memudahkan pembuatan laporan pelacakan keluhan pelanggan. Perancangan sistem menggunakan model pengembangan sistem air terjun dan metode pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Program atau aplikasi CRM yang terkomputerisasi memudahkan departemen layanan untuk menghasilkan laporan layanan tindak lanjut dan menangani keluhan konsumen.

Pada publikasi lainnya [7], dituliskan bahwa penelitian ini bertujuan untuk merancang sistem E-CRM untuk meningkatkan kualitas layanan, menjelaskan implementasi E-CRM, memahami operasional layanan pelanggan, dan menentukan kualitas layanan melalui E-CRM di perusahaan. E-CRM memungkinkan tugas-tugas yang sebelumnya dilakukan secara manual dapat diselesaikan dengan cepat melalui digitalisasi. Manajemen hubungan pelanggan secara elektronik pada sistem distribusi ini dirancang untuk mempercepat proses layanan pembelian dan melakukan pembayaran lebih cepat dan mudah tanpa memerlukan konfirmasi manual satu per satu.

Penelitian sebelumnya [8], dijelaskan bahwa penelitian ini menggunakan analisis pengembangan CRM berbasis web pada sistem informasi pemasaran toko kosmetik. Hasil penelitiannya adalah aplikasi sistem CRM berbasis web yang mengelola data – data pelanggan, promosi, penjualan produk, manajemen data dan layanan, serta menyajikan pertanyaan dan keluhan pelanggan guna membangun hubungan baik dengan pelanggan Anda. Dengan cara ini, akan terciptanya aplikasi manajemen hubungan pelanggan yang menyederhanakan, mempercepat, dan mengoptimalkan kualitas layanan pelanggan.

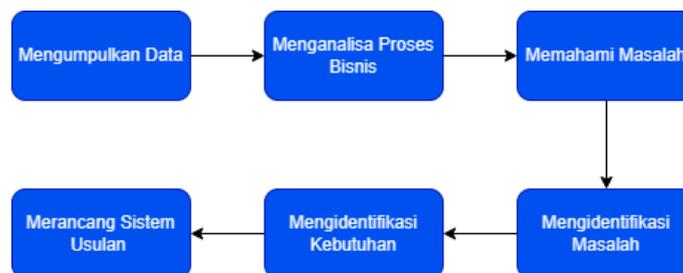
Penelitian lainnya [9], menjelaskan tentang Penjualan dan pemesanan produk di toko masih dilakukan secara manual dan belum terkomputerisasi, seperti ketika pelanggan membeli langsung di toko. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan pelayanan pelanggan di toko dengan menerapkan manajemen hubungan pelanggan. Hasil penerapan CRM antara lain peningkatan layanan pelanggan di dalam toko, meliputi penyediaan informasi produk sebagai media iklan produk, pendaftaran akun, pemesanan produk, media komentar dan review produk, chat, kupon dan diskon, serta katalog produk.

Berdasarkan masalah dan penelitian sebelumnya, maka diperlukan sebuah sistem informasi penjualan pada kedai Mie Ayam dengan pendekatan *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM). Hal ini memudahkan usaha untuk memahami kepuasan pelanggan terhadap produknya, sehingga memungkinkan untuk mendapatkan pelanggan baru. Komunikasi yang baik menghubungkan pelanggan dan pemilik kedai, dan hubungan yang terbentuk bukan hanya hubungan penjual-pembeli, tetapi kemitraan. Sistem informasi penjualan dengan pendekatan E-CRM diyakini dapat meningkatkan loyalitas dan pelayanan terhadap pelanggan. Pemilik usaha menjadi lebih sadar akan keinginan dan kebutuhan pelanggan mereka, sehingga pelanggan ragu untuk melihat pesaing mereka [10]. Loyalitas pelanggan diartikan sebagai komitmen pelanggan untuk tetap membeli atau melakukan pembelian kembali produk/jasa pilihan mereka, bahkan ketika pengaruh lingkungan atau upaya pemasaran dapat menyebabkan perubahan perilaku [11].

2. METODE PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian yang dilakukan, digambarkan dalam bentuk diagram alur pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Penelitian ini melalui beberapa tahapan yang dilakukan, terlihat pada Gambar 1, antara lain:

- Mengumpulkan data melalui wawancara kepada pemilik usaha makan di Mie Ayam Djoedes Wadassari.
- Menganalisa proses bisnis, untuk memahami proses bisnis yang sedang berlangsung.
- Memahami permasalahan yang ada pada Mie Ayam Djoedes Wadassari.
- Mengidentifikasi masalah dengan digambarkan *fishbone diagram* untuk mengidentifikasi masalah dan menemukan masalah yang ada pada Mie Ayam Joedes Wadassari.
- Mengidentifikasi kebutuhan, bertujuan untuk memilih kebutuhan - kebutuhan yang akan diberikan untuk menangani masalah-masalah.
- Merancang sistem usulan dengan metode UML dan sistem usulan berbasis *website*.

2.2 Metode Pengumpulan Data

Berikut ini merupakan metode yang dilakukan untuk mengumpulkan data dari penelitian :

- a. Observasi, yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung di Mie Ayam Djoedes Wadassari.
- b. Wawancara, yaitu dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada pemilik tentang apa saja kebutuhan dan masalah yang dihadapi.
- c. Analisa Dokumen, dengan menganalisa informasi melalui dokumen yang ada di Mie Ayam Djoedes Wadassari.
- d. Studi Kepustakaan, yaitu dengan melakukan studi kepustakaan dari jurnal yang tersedia di kampus ataupun di internet.

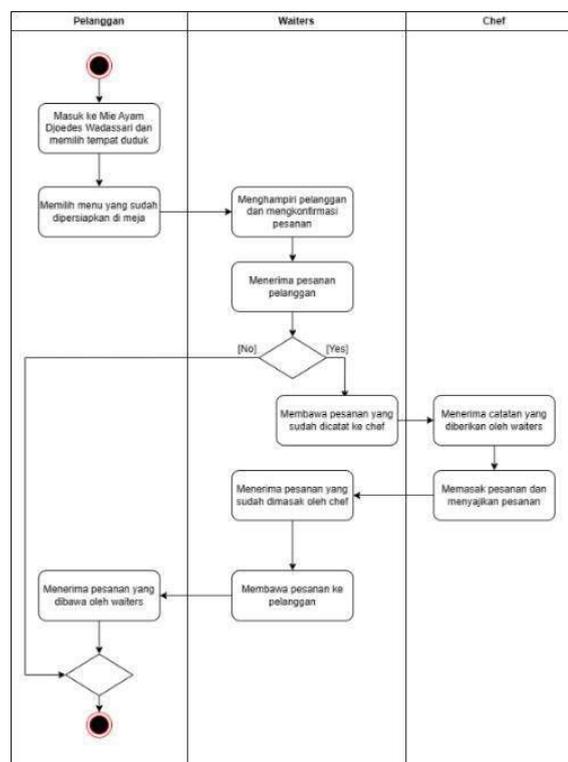
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisa Proses Bisnis

Proses bisnis merupakan serangkaian aktivitas yang bekerja sama dalam suatu lingkup untuk mencapai tujuan bisnis. Ketika proses bisnis dijalankan dengan baik, maka aktivitas operasional dapat dilakukan dengan lebih efektif [12]. Proses bisnis melakukan perubahan dan pemeliharaan sistem yang ada untuk memenuhi tujuan bisnis [13]. Hasil analisa proses bisnis, digambarkan melalui *Activity Diagram* merupakan gambaran aktivitas alur bagian kerja, sistem, aktor, atau proses bisnis. Menurut para ahli, diagram aktivitas adalah deskripsi detail dari proses dalam diagram *use case* [14]. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi didapatkan kesimpulan dan hasil analisis proses bisnis yang berjalan pada proses bisnis yang ada, yaitu :

a. Proses Pemesanan

Customer atau pelanggan mendatangi tempat makan, lalu pelanggan akan mencatat atau memilih menu melalui buku menu yang disiapkan di meja, etelah itu *waiters* menghampiri dan mencatat menu yang akan dipesan apabila pelanggan sudah memilih menu yang ingin dipesan. Lalu *waiters* akan mengirimkan catatan menu yang dipesan ke *chef* atau pemasak untuk memasak dan membuat pesanan yang dipesan oleh pelanggan. Apabila pesanan sudah siap, *waiters* akan membawa catatan ke meja pelanggan. Pada Gambar 2 dapat dilihat *activity diagram* tersebut.

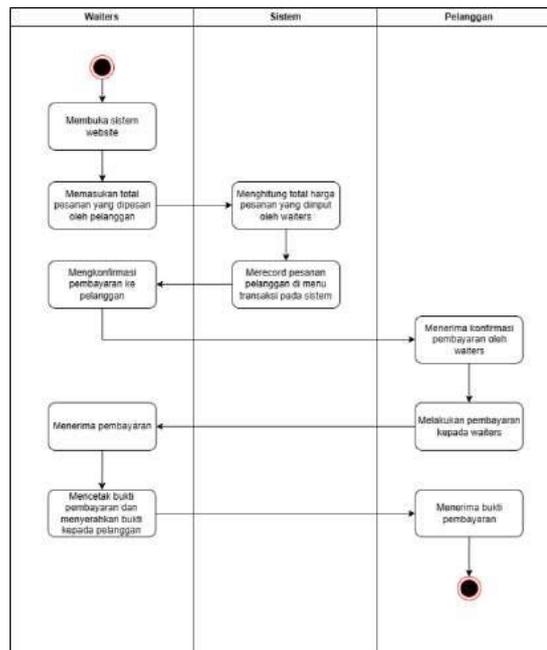


Gambar 1. Activity Diagram Proses Pemesanan

b. Proses Pembayaran

Waiters akan memberikan informasi kepada pelanggan total pembayaran yang akan dibayar oleh pelanggan, lalu pelanggan bisa memilih pembayaran melalui *cash* atau *cashless*. Kemudian *waiters* akan mengkonfirmasi pembayaran lalu menerima pembayaran, kemudian *waiters* akan mencetak atau menulis pembayaran tersebut di nota pembayaran.

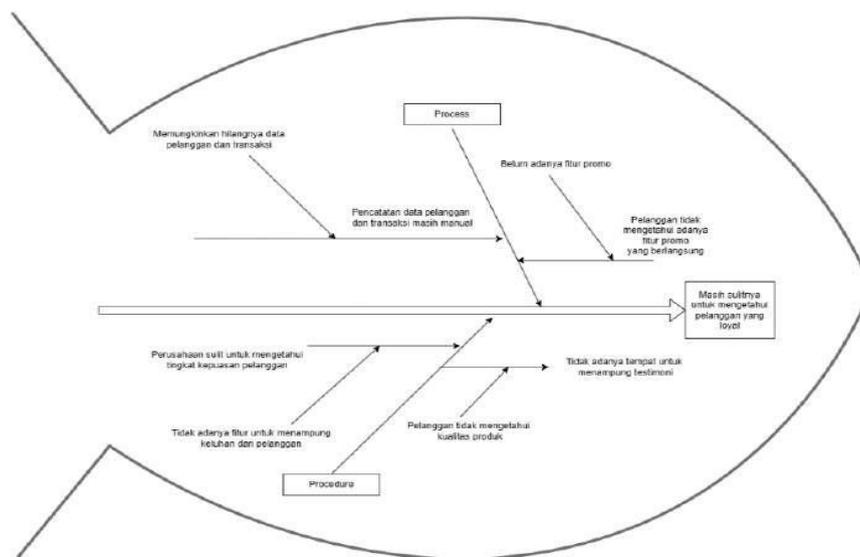
Activity diagram tersebut dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 2. Activity Diagram Proses Pembayaran

3.2 Analisa Masalah

Diagram Ishikawa juga dikenal sebagai diagram tulang ikan (diagram sebab dan akibat) untuk mengidentifikasi, menyelidiki, dan mengilustrasikan penyebab spesifik dari suatu masalah. Diagram Ishikawa terdiri dari beberapa kategori: *Manpower/People*, *Methods/Processes*, *Materials*, *Machines/Equipment*, *Measurement/Minutes* dan *Market/Pemustaka* [15]. *Diagram Fishbone* adalah diagram yang digunakan untuk menunjukkan sebab dan akibat, atau apa yang berkontribusi terhadap suatu masalah [16]. Berikut merupakan hasil analisa masalah yang terjadi yang dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 3. Fishbone Diagram

Pada gambar 4 *fishbone diagram*, terdapat beberapa kategori faktor yaitu:

a. Faktor *Process*

- 1) Pencatatan data pelanggan dan transaksi masih menggunakan pembukuan, sehingga memungkinkan hilangnya data pelanggan dan transaksi.
- 2) Pelanggan tidak mengetahui adanya fitur promo yang sedang berlangsung, dikarenakan tidak adanya fitur promo.

b. Faktor *Procedure*

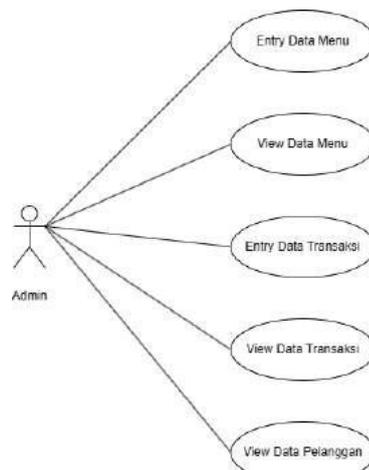
- 1) Tidak adanya tempat untuk menampung testimoni, sehingga pelanggan tidak mengetahui kualitas dari produk.
- 2) Perusahaan masih sulit untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dikarenakan tidak adanya fitur untuk menampung keluhan dari pelanggan.

3.3 Use Case Diagram

Use case diagram yaitu gambar atau fungsi dari sebuah sistem. Sebuah *use case* menggambarkan interaksi antara *actor* dan sistem [17].

1) *Use Case Diagram Master*

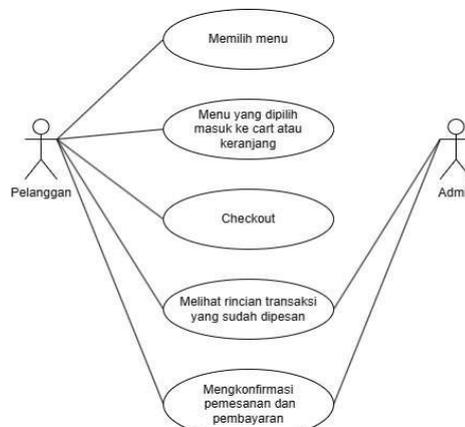
Pada *use case diagram* master terdapat *entry data menu*, *view data menu*, *entry data transaksi*, *view data transaksi*, dan *view data pelanggan*. *Use case* ini dapat dilihat pada Gambar 5 sebagai berikut :



Gambar 4. *Use Case Diagram Master*

2) *Use Case Diagram Transaksi*

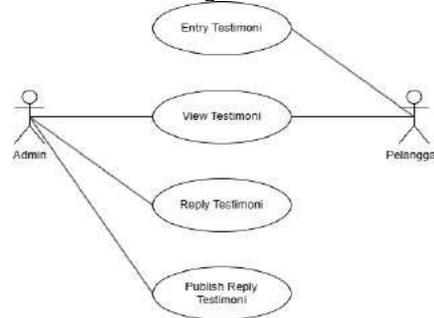
Pada *Use Case Diagram Testimoni* terdapat *entry testimoni*, *view testimoni*, *reply testimoni*, *publish reply testimoni*. *Use case* ini dapat dilihat pada Gambar 6 sebagai berikut :



Gambar 5. *Use Case Diagram Transaksi*

3) *Use Case Diagram* Testimoni

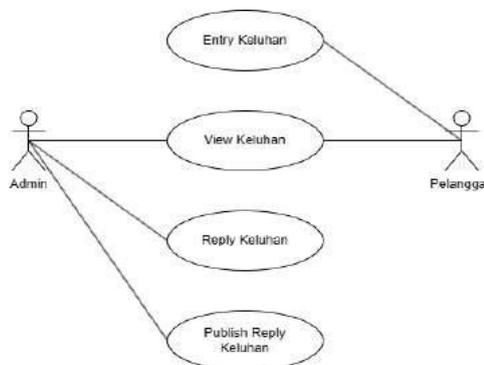
Pada *Use Case Diagram* Testimoni terdapat *entry* testimoni, *view* testimoni, *reply* testimoni, *publish reply* testimoni. *Use case* ini dapat dilihat pada Gambar 7 sebagai berikut :



Gambar 6. *Use Case Diagram* Testimoni

4) *Use Case Diagram* Keluhan

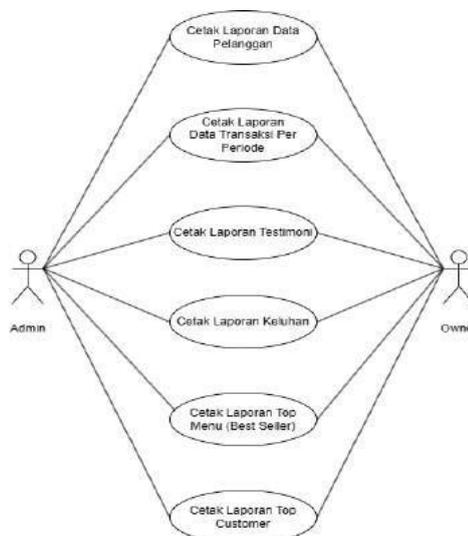
Pada *Use Case Diagram* Transaksi terdapat *entry* keluhan, *view* keluhan, *reply* keluhan, dan *publish reply* keluhan. *Use case* ini dapat dilihat pada Gambar 8 sebagai berikut :



Gambar 7. *Use Case Diagram* Keluhan

5) *Use Case Diagram* Laporan Data

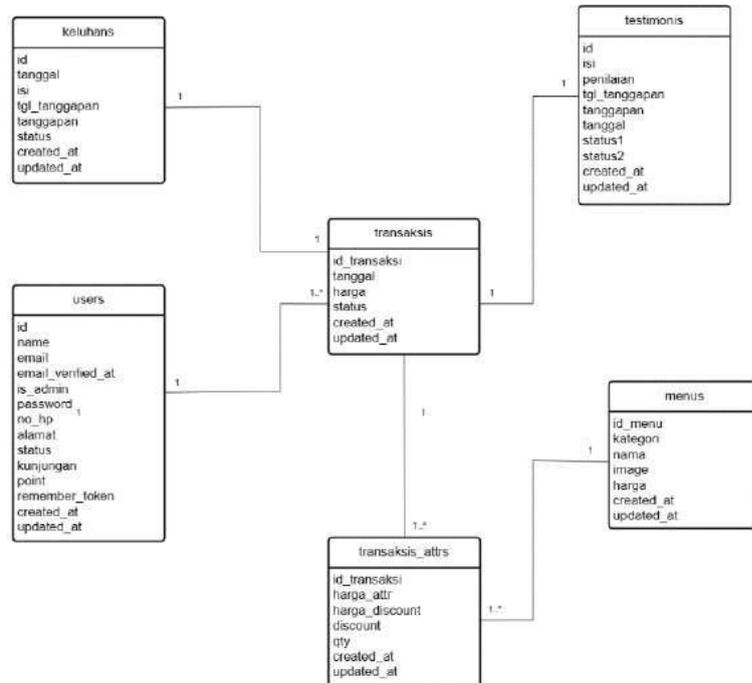
Pada *Use Case Diagram* Laporan Data terdapat cetak laporan data pelanggan, laporan data transaksi, laporan testimoni, laporan keluhan, laporan *top* menu, dan laporan *top* customer. *Use case* ini dapat dilihat pada Gambar 9 sebagai berikut :



Gambar 8. *Use Case Diagram* Laporan Data

3.4 Class Diagram

Class Diagram merupakan spesifikasi untuk membuat objek saat digunakan serta mewakili esensi dari pengembangan dan OOD atau Object-oriented Design. Class Diagram menjelaskan keadaan sistem dan pada saat yang sama menyediakan layanan fungsi untuk memanipulasi keadaan [18]. Berikut merupakan class diagram yang dibuat pada Gambar 10.



Gambar 9. Class Diagram

3.5 Hasil Implementasi Sistem

Pada Gambar 11 tampilan layar menu ini pelanggan dapat melihat menu yang tersedia di Mie Ayam Djoedes Wadassari, pelanggan dapat melihat harga dan juga rating yang ada di setiap menu. Apabila pelanggan ingin melakukan pemesanan, maka pelanggan dapat memilih menu sesuai keinginan pelanggan.



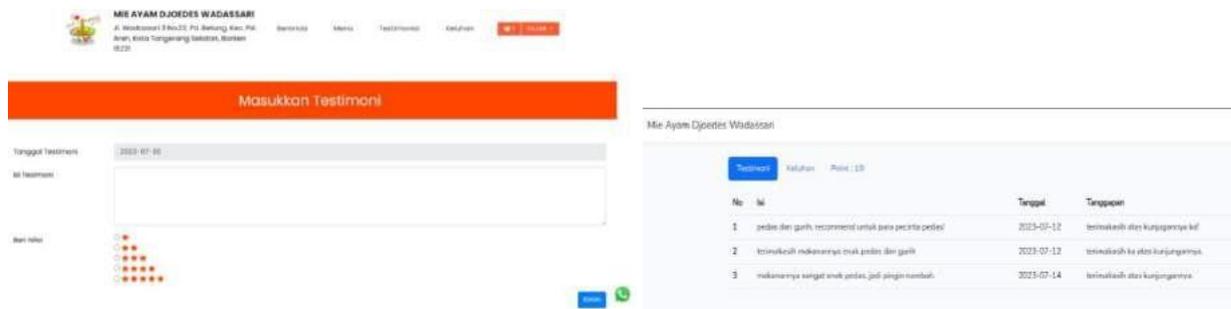
Gambar 10. Tampilan Layar Menu

Pada Gambar 12 tampilan layar *add to cart* ini, user dapat menambahkan menu sesuai yang user inginkan, user juga dapat mengurangi ataupun menambah pesanan yang ingin dipesan melalui *cart*, apabila user ingin mengorder menu maka *user* harus mengklik *checkout*, dan apabila *user* ingin menambahkan beberapa menu lagi klik *update* untuk mengupdate menu yang dipesan.



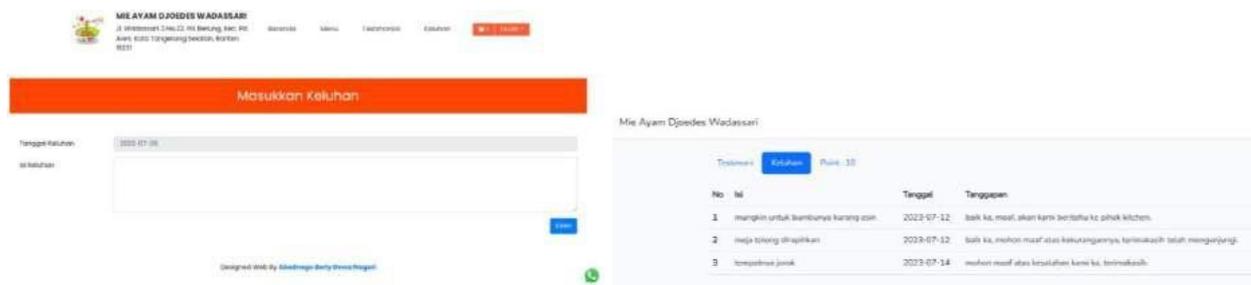
Gambar 11. Tampilan Layar Add To Cart

Pada Gambar 13 tampilan layar *form* testimoni yang bisa diisi oleh user ketika ingin mengentry testimoni. User diminta untuk mengisi testimoni dan memberi rating atau nilai yang disediakan di form *entry* testimoni. Testimoni yang diberikan oleh user nantinya akan dibaca oleh admin, dan admin dapat membalas atau *mereply* testimoni yang diberikan oleh user kepada admin, dan nantinya testimoni tersebut akan masuk ke halaman *website* user dan testimoni tersebut bisa dibaca oleh user lain.



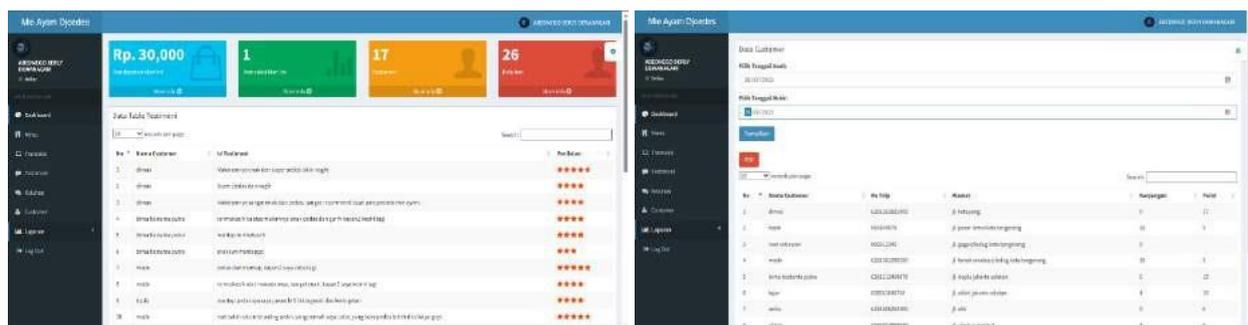
Gambar 12. Tampilan Layar Form Testimoni

Pada Gambar 14 tampilan layar *form* keluhan yang bisa diisi oleh user ketika ingin mengentry keluhan. User diminta untuk mengisi keluhan dan memberi kategori yang disediakan di form *entry* keluhan. keluhan yang diberikan oleh user nantinya akan dibaca oleh admin, dan admin dapat membalas atau *mereply* keluhan yang diberikan oleh user kepada admin, dan nantinya keluhan tersebut akan masuk ke halaman *website* user.



Gambar 13. Tampilan Layar Form Keluhan

Pada Gambar 15 tampilan layar *dashboard*, admin dapat melihat perkembangan perusahaan melalui *view dashboard* yang tersedia di menu *E-CRM*. Admin dapat melihat pendapatan, transaksi, testimoni, dan keluhan di menu dashboard.



Gambar 14. Tampilan Layar Dashboard

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan yaitu dengan adanya pembuatan sistem informasi penjualan pada kedai Mie Ayam dengan pendekatan *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)*, dapat membantu meningkatkan pelayanan dan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Hal tersebut juga dapat memudahkan pihak Kedai Mie Ayam dalam meningkatkan pelayanan dan menjaga loyalitas pelanggan di usaha karena dengan adanya fitur testimoni dan keluhan dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan pelayanan, kualitas produk, kemudian terdapat fitur seperti promo atau potongan harga untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di Mie Ayam Djeodes Wadassari. Sistem ini juga menyediakan fitur laporan data pelanggan, fitur untuk informasi potongan harga atau promo diskon kepada pelanggan, dan layanan transaksi antrian penjualan online, yang dapat mengurangi resiko hilangnya data transaksi. Sistem informasi penjualan berbasis web dengan pendekatan E-CRM ini, dapat menjaga hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya, sehingga dapat lebih meningkatkan hubungan yang lebih personal dengan pelanggan demi peningkatan pelayanannya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. Turban, *Electronic Commerce: A Managerial Perspective*, Internatio. NEW JERSEY: PEARSON PRENTICE HALL, 2004.
- [2] K. Philip dan A. Gary, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-1. Jakarta: Erlangga, 2013.
- [3] R. Farooqi dan D. K. Dhusia, "A comparative study of CRM and ECRM technologies," *Indian J. Comput. Sci. Eng.*, vol. 2, no. 4, hal. 624–627, 2011.
- [4] S. P. Dewi dan S. Riyadi, "Penerapan E-CRM Pada Rumah Makan Ayam bakar Wong Solo Sampit Berbasis WEB," *J. Penelit. Dosen FIKOM*, vol. 8. No. 1, no. 10, hal. 1–5, 2018.
- [5] I. S. Tiyani dan H. Irawan, "Rancang Bangun Sistem Informasi Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Guna Meningkatkan Pelayanan Serta Loyalitas Pelanggan Studi Kasus: PT Djaya Bersama Putra Prima," *J. Idealis*, vol. 2, no. 4, hal. 118–124, 2019, [Daring]. Tersedia pada: <http://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/article/view/1337/641>.
- [6] A. K. Saputra dan M. Fahrizal, "Rancang Bangun Berbasis Web CRM (Customer Relationship Management) Berbasis Web Studi Kasus PT Budi Berlian Motor Hajimena Bandar Lampung," *Portaldata.org*, vol. 17, no. 1, hal. 1–31, 2021.
- [7] A. Louis, F. Huda Aminuddin, dan R. Fernandi, "Rancang Bangun Sistem Informasi E-Crm Untuk Sistem Penjualan Ban Pada Surya Jaya Ban Mobil Jambi," *FORTECH (Journal Inf. Technol.)*, vol. 6, no. 2, hal. 49– 55, 2022, doi: 10.53564/fortech.v6i2.887.
- [8] A. Wijaya dan M. Mulyati, "Rancang Bangun Customer Relationship Management Penjualan Barang Elektronik Pada PT Primakarsa Niaga Indonesia Berbasis Website," *J. Teknol. Sist. Inf.*, vol. 2, no. 2, hal. 200–211, 2021, doi: 10.35957/jtsi.v2i2.1378.
- [9] F. Khoirani, B. Efendi, dan M. A. Sembiring, "Rancang Bangun Crm Berbasis Web Pada Ud. Timbul Rezeki," *JUTSI (Jurnal Teknol. dan Sist. Informasi)*, vol. 3, no. 1, hal. 35–42, 2023, doi: 10.33330/jutsi.v3i1.2039.
- [10] N. Nurkholis dan N. C. Aminullah, "Aplikasi E-CRM Untuk Meningkatkan Pemasaran Dan Penjualan Berbasis Mobile," *Teknologiterkini.org*, vol. 3, no. 1, hal. 1–18, 2023.
- [11] D. K. Gultom, M. Arif, dan Muhammad Fahmi, "Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan," *MANEGGIO J. Ilm. Magister Manaj.*, vol. 3, no. 2, hal. 273–282, 2020, [Daring]. Tersedia pada: <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>.
- [12] L. Setiyani, G. T. Liswadi, dan A. Maulana, "Proses Pengembangan Proses Bisnis Transaksi Penjualan pada Toko Erni Karawang," *J. Interkom J. Publ. Ilm. Bid. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 16, no. 4, hal. 39–45, 2022, doi: 10.35969/interkom.v16i4.189.
- [13] Y. T. Sepis, "Analisa Keamanan Sistem Informasi Menggunakan Framework Cobit 5 Dengan Domain DSS05 Dan APO13 Di PT XYZ," *J. TeIka*, vol. 12, no. 01, hal. 35–42, 2022, doi: 10.36342/teika.v12i01.2821.
- [14] N. I. Yusman, "Perancangan Sistem Informasi Berbasis Orientasi Objek Menggunakan Star UML Di CV Niasa Bandung," *J. Account. Inf. Syst.*, vol. 1, no. 2, hal. 101–109, 2018, doi: 10.32627/aims.v1i2.358.
- [15] A. A. Chalik dan Y. Osira, "Manajemen Perpustakaan Universitas Bengkulu Untuk Meningkatkan Pelayanan Sosial Terhadap Pemustaka Melalui Analisis Diagram Ishikawa," *Tik Ilmeu J. Ilmu Perpust. dan Inf.*, vol. 5, no. 2, hal. 155, 2021, doi: 10.29240/tik.v5i2.2170.
- [16] I. A. Bayu Nirwana, A. W. Rizqi, dan M. Jufryanto, "Implementasi Metode Failure Mode Effect and Analisis (FMEA) Pada Siklus Air PLTU," *J. Tek. Ind. J. Has. Penelit. dan Karya Ilm. dalam Bid. Tek. Ind.*, vol. 8, no. 2, hal. 110, 2022, doi: 10.24014/jti.v8i2.19369.
- [17] I. Imron, M. N. Afidah, M. S. Nurhayati, S. Sulistiyah, dan F. Fatmawati, "Sistem Pakar Diagnosa Kerusakan Mesin Sepeda Motor Transmission Automatic dengan Metode Forward Chaining Studi Kasus: AHASS 00955 Mitra Perdana," *J. Ilm. Univ. Batanghari Jambi*, vol. 19, no. 3, hal. 544, 2019, doi: 10.33087/jiubj.v19i3.742.
- [18] S. Sujono, M. S. Mayasari, dan K. Koloniawan, "Prototipe Aplikasi Simpan Pinjam Pada Koperasi Darma Karya Pangkalpinang Babel," *J. Sisfokom (Sistem Inf. dan Komputer)*, vol. 8, no. 1, hal. 68–73, 2019, doi: 10.32736/sisfokom.v8i1.609.