

# RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI E-CRM UNTUK SISTEM PENJUALAN BAN PADA SURYA JAYA BAN MOBIL JAMBI

Ahmad Louis<sup>1</sup>, Fattachul Huda Aminuddin<sup>2</sup>, Rendhi Fernandi<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup>Sistem Informasi, Universitas Nurdin Hamzah, Jambi

<sup>2</sup>Teknologi Informasi, Universitas Nurdin Hamzah, Jambi

Email: <sup>1</sup>[ahmadlouis124@yahoo.co.id](mailto:ahmadlouis124@yahoo.co.id), <sup>2</sup>[fattachulhuda16@gmail.com](mailto:fattachulhuda16@gmail.com), <sup>3</sup>[jambirendi09@gmail.com](mailto:jambirendi09@gmail.com)

**Abstract** - Surya Jaya Ban Jambi is one of the companies engaged in the sale of car tires and wheels as well as providing services for customers. This study aims to design an E-CRM system to improve service quality, describe the implementation of E-CRM, understand customer service procedures, and determine service quality through E-CRM at Surya Jaya Ban Jambi. This research has resulted in a tire sales information system at Surya Jaya Ban Mobil Jambi which has 2 actors, namely This sales information system has made it easier for customers to place orders, register services and make it easier for customers to place orders again.

**Keywords** : Information System;E-CRM;Sale.

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Era sekarang merupakan era globalisasi, dimana banyak perusahaan telah mulai berkembang dengan memanfaatkan teknologi yang semakin canggih. Salah satunya pengadaan sistem komputerisasi. Komputerisasi tersebut merupakan syarat utama penerapan dari *e-business*. Penelitian yang dilakukan oleh Warta Ekonomi memperlihatkan bahwa 54,2% perusahaan yang menjadi responden sudah menerapkan berbagai aplikasi *e-business*. Sebanyak 78,8% perusahaan yang menjadi sample dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa pemanfaatan solusi *e-business* dapat meningkatkan produktivitas perusahaan [1]. Dalam hal ini aplikasi *e-business* yang digunakan adalah dengan mediawebsite.

Selain dari sisi teknologi, globalisasi juga berdampak pada pola pikir maupun visi misi perusahaan. Kini perusahaan tak hanya memikirkan keuntungan yang diperoleh melainkan juga memfokuskan pada kepentingan dan kepuasan pelanggan. Kemudian munculah suatu metode atau ilmu yang disebut CRM (*Customer Relationship Management*). E-CRM (*Electronic Customer Relationship Management*) merupakan salah satu konsep bisnis dan teknologi yang didukung oleh sistem informasi untuk mengintegrasikan semua proses bisnis yang berinteraksi dengan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang sistem E-CRM dalam meningkatkan kualitas pelayanan, mendeskripsikan implementasi E-CRM, memahami prosedur pelayanan pelanggan, dan mengetahui kualitas pelayanan melalui E-CRM pada Surya Jaya Ban Jambi. CRM adalah keseluruhan proses membangun dan memelihara

hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan mengantarkan nilai dan kepuasan pelanggan. CRM adalah sebuah proses dalam mengelola semua aspek interaksi yang dimiliki oleh perusahaan dengan pelanggannya. [2]

Berdasarkan hasil observasi ke lokasi studi kasus didapatkan bahwa pelayanan dalam *customer* melakukan pembelian barang, mendaftar *service* dan melakukan retur pembelian masih dilakukan secara manual dan belum terkomputerisasi sehingga antrian dalam melakukan transaksi memakan waktu *customer*, E-CRM dapat digunakan untuk membantu mempercepat menyelesaikan pekerjaan yang semula masih dilakukan secara manual menjadi terkomputerisasi. Sistem penjualan pada Surya Jaya Ban Jambi masih secara manual sehingga masih banyak human error yang dihadapi seperti masalah pencatatan dan pemasaran. Oleh karena itu perlu dibuat Sistem Informasi untuk Surya Jaya Ban Jambi.

Berdasarkan dari sistem kerja yang berjalan pada surya jaya ban jambi dimana pelayanan yang masih berkerja secara belum menggunakan komputerisasi dan masih melakukan penjualan yang dilakukan secara manual dan dimana sistem masih ada penjualan tawar harga dari konsumen yang membeli sehingga menimbulkan ketidak pastian konsumen.

*E-Customer relationship management* dalam sistem penjualan ini dibuat untuk dapat membantu mempercepat proses pelayanan pembelian, sampai pembayaran lebih cepat dan mudah tanpa harus mengecek satu persatu secara manual. Berdasarkan uraian di atas maka penulis memilih judul “Rancang Bangun Sistem Informasi E-CRM Untuk Sistem Penjualan Ban Pada Surya Jaya Ban Mobil Jambi” untuk mempermudah pihak Surya Jaya Ban Jambi dalam

meningkatkan pelayanan penjualan pada Surya Jaya Ban Jambi.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat di ambil suatu rumusan masalah yaitu :“Bagaimana merancang Sistem Informasi E-CRM Untuk Sistem Penjualan Ban Pada Surya Jaya Ban Mobil Jambi ?”.

## 1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Membuat sistem informasi penjualan Ban pada Surya Jaya Ban Mobil Jambi dan Menerapkan metode E-CRM dalam membuat sistem informasi penjualan Ban pada Surya Jaya Ban Mobil Jambi.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Sistem

Pada dasarnya, sistem adalah sekumpulan elemen yang saling terkait atau terpadu yang dimaksudkan untuk mencapai suatu tujuan. Sebagai gambaran, jika sebuah sistem terdapat elemen yang tidak memberikan manfaat dalam mencapai tujuan yang sama, maka elemen tersebut dapat dipastikan bukanlah bagian dari sistem. [3]

Berdasarkan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa sistem adalah bagian-bagian atau unsur-unsur yang saling memiliki keterkaitan dan berhubungan untuk mencapai suatu tujuan. Sistem diciptakan untuk menangani sesuatu yang terjadi secara dinamis maupun berulang kali.

### 2.2. Informasi

McFadden, dan kawan-kawan mendefinisikan informasi sebagai data yang telah diproses sedemikian rupa sehingga meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan data tersebut. Shannon dan Weaver, dua orang insinyur listrik melakukan pendekatan secara matematis untuk mendefinisikan informasi (Kroenke). Menurut saya, informasi adalah jumlah ketidakpastian yang dikurangi ketika sebuah pesan diterima. Artinya, dengan adanya informasi, tingkat kepastian menjadi meningkat. Menurut Davis, informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam pengambilan keputusan saat ini atau saat mendatang. [3]

Berdasarkan beberapa pendapat dari para ahli tersebut mengenai definisi informasi dapat diartikan bahwa informasi adalah data yang dikelola dan diproses untuk mempermudah dalam pengambilan keputusan sehingga memiliki manfaat.

### 2.3. Sistem Informasi

Sesungguhnya yang dimaksud sistem informasi tidak harus melibatkan komputer. Sistem informasi yang menggunakan komputer biasa disebut sistem informasi berbasis komputer (*Computer Based Information System* atau CBIS). Dalam praktik, istilah sistem informasi lebih sering dipakai tanpa embel-embel berbasis komputer, walaupun dalam kenyataannya komputer merupakan bagian yang penting. Di buku ini, yang dimaksudkan dengan sistem informasi adalah sistem informasi berbasis komputer. Ada beragam definisi sistem informasi, yaitu :

- a. Alter, sistem informasi adalah kombinasi antar prosedur kerja, informasi, orang dan teknologi informasi yang diorganisasikan untuk mencapai tujuan dalam sebuah organisasi.
- b. Bodnar dan Hopwoo, sistem informasi adalah kumpulan perangkat keras dan perangkat lunak yang dirancang untuk mentransformasikan data ke dalam bentuk informasi yang berguna.
- c. Gelinas, Oram dan Wiggins, sistem informasi adalah suatu sistem buatan manusia yang secara umum terdiri atas sekumpulan komponen berbasis komputer dan manual yang dibuat untuk menghimpun, menyimpan dan mengelola data serta menyediakan informasi keluaran kepada para pemakai.
- d. Hall, Sistem informasi adalah sebuah rangkaian prosedur formal, dimana data dikelompokkan, diproses menjadi informasi dan didistribusikan kepada para pemakai.
- e. Turban, McLean dan Wetherbe, Sebuah sistem informasi mengumpulkan, memproses, menyimpan, menganalisis dan menyebarkan informasi untuk tujuan yang spesifik.
- f. Wilkinson, Sistem informasi adalah kerangka kerja yang mengkoordinasikan sumber daya (manusia dan komputer) untuk mengubah masukan (*input*) menjadi keluaran (informasi) guna mencapai sasaran-sasaran perusahaan.

Berdasarkan berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa sistem informasi mencakup sejumlah komponen (manusia, komputer, teknologi informasi dan prosedur kerja), ada sesuatu yang diproses (data menjadi informasi) dan dimaksudkan untuk mencapai suatu saran atau tujuan. [4]

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa sistem informasi merupakan kumpulan dari subsistem atau elemen yang saling berhubungan untuk mencapai tujuan yang sama yaitu mengolah data dengan perangkat

komputer sehingga menghasilkan informasi yang berguna.

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

*Customer Relationship Management* (CRM) merupakan strategi untuk memperoleh, mengkonsolidasi, menganalisa data untuk kemudian digunakan untuk berinteraksi dengan customer dengan demikian akan tercipta suatu pandangan yang komprehensif terhadap *customer* dan hubungan yang lebih baik dengan *customer*. Untuk dapat menciptakan loyalitas pelanggan, perusahaan harus mampu memberikan kenyamanan kepada pelanggan dengan cara mengedepankan *quality assurance*, memberikan produk baru yang penuh inovasi dan differensi dengan produk yang ditawarkan perusahaan lain, memberikan perhatian *before* dan *after sales*, memanfaatkan keterampilan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, memanfaatkan teknologi untuk mempermudah pelanggan dalam bertransaksi dan memberikan pelayanan dan informasi yang maksimal kepada pelanggan. Dengan menggunakan sistem E-CRM, perusahaan menggunakan konsep yang modern dalam melayani konsumen. Pemanfaatan E-CRM dapat memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan kegiatan transaksi bisnis dengan perusahaan, karena dengan adanya E-CRM maka perusahaan dapat lebih mudah menjalin hubungan dengan konsumen agar kegiataannya dapat berjalan baik dan lancar. [5]

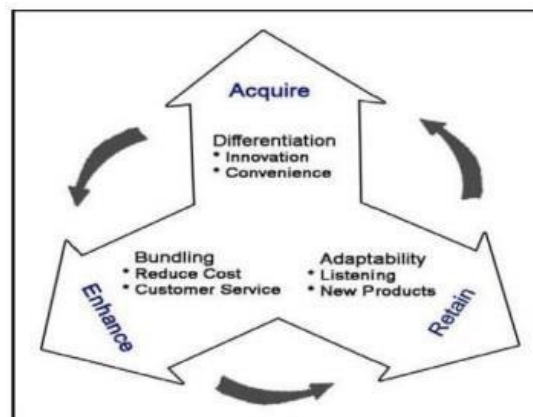
#### 2.5. Tujuan CRM

Tujuan CRM yang utama adalah mengelola dan *manage* pelanggan agar terjadi suatu hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan. Adapun tujuan CRM menurut Harrigan (2020) :

1. Mengoptimalkan pelanggan yang sudah ada agar dapat lebih meningkatkan pendapatan perusahaan. Menyiapkan informasi yang lengkap tentang pelanggan untuk memaksimalkan hubungan pelanggan dengan perusahaan melalui penjualan secara *up-selling* dan *cross-selling* sehingga pada saat yang bersamaan dapat meningkatkan keuntungan dengan cara mengidentifikasi, menarik serta mempertahankan pelanggan yang paling bagus.
2. Menggunakan informasi yang terintegrasi untuk menghasilkan pelayanan yang paling memuaskan. Dengan menggunakan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan, kita dapat menghemat waktu pelanggan dan menghindari pelanggan dari berbagai macam

keluhan masalah. Sebagai contoh, pelanggan seharusnya tidak perlu memberikan informasi yang berulang-ulang mengenai dirinya di departemen, tetapi pelanggan tersebut akan lebih senang jika ternyata telah dikenal dengan baik oleh perusahaan. [6]

#### 2.6. Siklus CRM



Gambar 1. Siklus CRM

Fase – fase CRM dan aktifitas utamanya sebagai berikut :

- a. *Accquisition*
  1. Penawaran produk yang beragam yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan.
  2. Melakukan penawaran dengan sebaik-baiknya berdasarkan basis pengetahuan terhadap pelanggan.
  3. Memberikan pelayanan yang memuaskan dan memberikan tanggapan secara proaktif.
- b. *Enhancement*
  1. Meningkatkan penjualan produk dan melakukan *cross-sell*.
  2. Meningkatkan penjualan terhadap masing masing pelanggan.
- c. *Retention*
  1. Memberdayakan basis pengetahuan tentang pelanggan untuk membangun pelayanan yang adaptif.
  2. Memberikan penawaran produk baru yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
  3. Memberikan motivasi insentif kepada SDM untuk melakukan pemeliharaan pelanggan dan melakukan *win back* pelanggan.

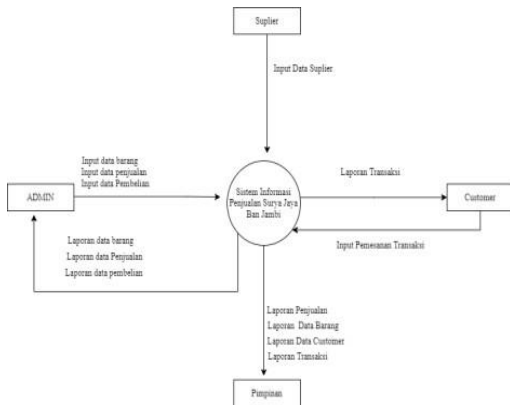
### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Perancangan Sistem

##### 3.1.1. Diagram Konteks

Diagram konteks menggambarkan keseluruhan dari sistem yang mencakup penggambaran seluruh *input* ke suatu sistem atau *output* dari sistem. Diagram konteks dari Sistem yang akan dibangun terdiri dari 4 (Lima) eksternal

entity yaitu entity Admin, Customer, Supplier dan Pimpinan. Adapun bentuk diagram konteks dari Aplikasi yang dibangun dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 2. Diagram Konteks

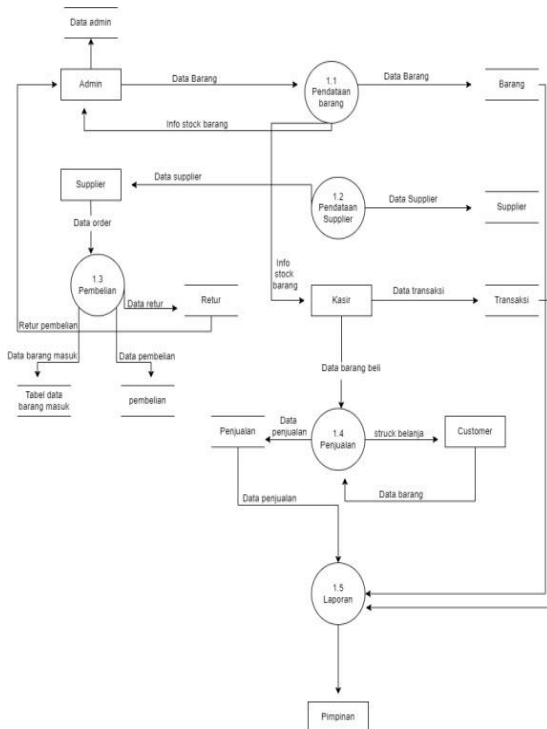
3.1.2. Data Flow Diagram (DFD)

DFD level 0 dari Sistem Penjualan di Surya Jaya Ban Jambi dijelaskan sebagai berikut:

1. Petugas gudang mendata barang lalu akan disimpan pada data store barang. Informasi stock barang akan diterima oleh petugas gudang dan juga kasir/ operator.
2. Supplier memberikan data supplier pada proses pendataan supplier dan disimpan pada data store supplier.
3. Pada proses pembelian, petugas gudang akan menyerahkan data order barang yang dibutuhkan oleh toko kepada supplier. Lalu supplier mengirim data barang order tersebut dan diterima oleh petugas gudang. Data pembelian disimpan pada data store pembelian. Data barang yang kurang sesuai atau rusak akan mengalami retur pembelian ke supplier.

Pada proses penjualan, customer akan memberikan data barang yang dibeli pada proses penjualan. Kemudian data barang yang dibeli akan dibaca oleh kasir serta kasir akan memasukkan data barang yang dibeli tersebut. Pada proses penjualan, bagian gudang akan menerima informasi stock barang,. Karena pada proses ini penjualan otomatis akan terbaca di data store barang. Kemudian data penjualan akan disimpan pada data store penjualan. Terakhir customer akan menerima struk belanja.

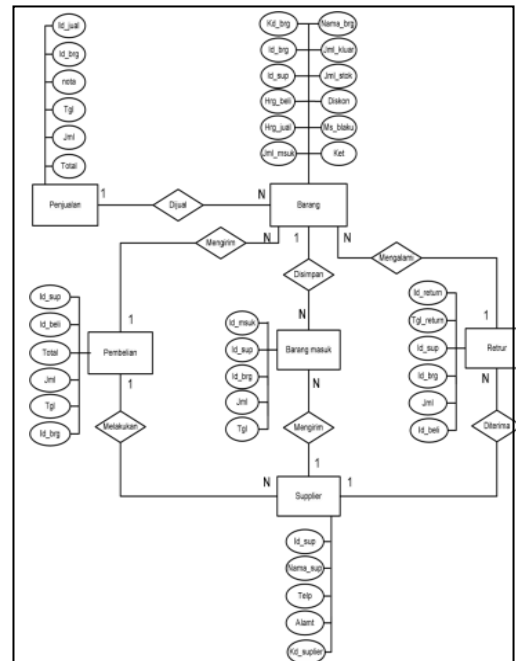
Rancangan program dalam bentuk DFD Rinci Sistem Informasi Penjualan di Surya Jaya Ban Jambi dapat dilihat pada Gambar 3 berikut :



Gambar 3. DFD Rinci

3.1.3. Entity Relationship Diagram (ERD)

Gambar 4 berikut ini adalah gambar Entity Relationship Diagram dari Sistem Informasi Penjualan Di Surya Jaya Ban Jambi.



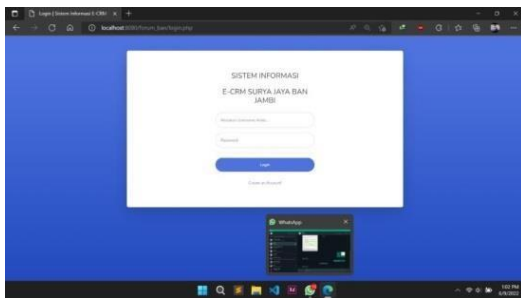
Gambar 4. Entity Relationship Diagram

### 3.2. Antarmuka

Implementasi dari perancangan antarmuka sistem informasi E – CRM dirancang sesuai dengan perancangan yang sudah dibuat sebelumnya. Berikut Tampilan sistem informasi E – CRM Untuk Sistem Penjualan Ban Pada Surya Jaya Ban Mobil Jambi.

#### 1. Tampilan Login

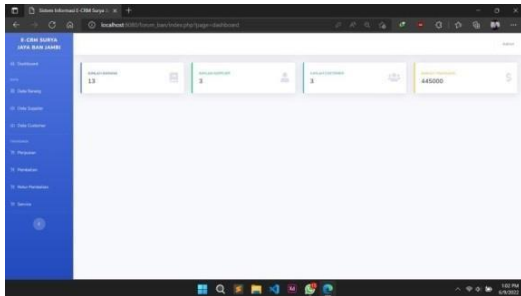
Gambar di bawah ini adalah tampilan Halaman Login Sistem Informasi Login Surya Jaya Ban Jambi.



Gambar 5. Tampilan Login

#### 2. Tampilan Menu Beranda

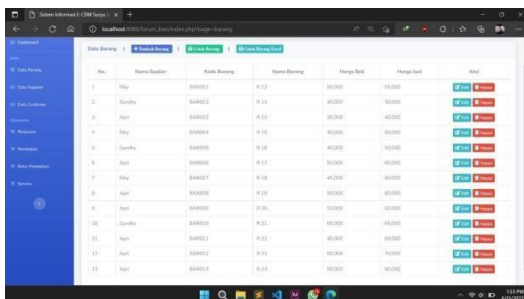
Gambar di bawah ini adalah tampilan Halaman Beranda Sistem Informasi Beranda Surya Jaya Ban Jambi.



Gambar 6. Tampilan Beranda

#### 3. Tampilan Halaman Data Barang

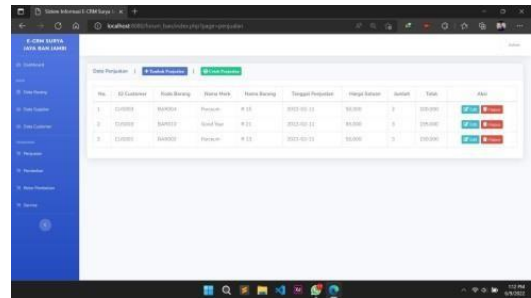
Gambar di bawah ini adalah tampilan Halaman Data Barang Surya Jaya Ban Jambi.



Gambar 7. Tampilan Halaman Data Barang

#### 4. Tampilan Menu Penjualan

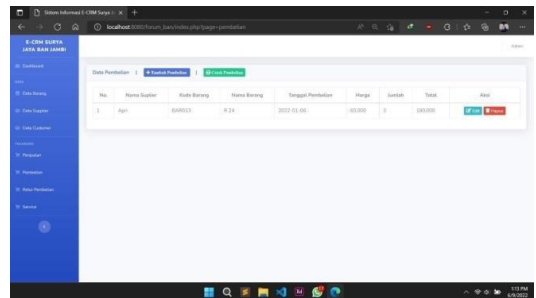
Gambar di bawah ini adalah tampilan Halaman Penjualan Sistem Informasi Penjualan Surya Jaya Ban Jambi.



Gambar 8. Tampilan Menu Penjualan

#### 5. Tampilan Data Pembelian

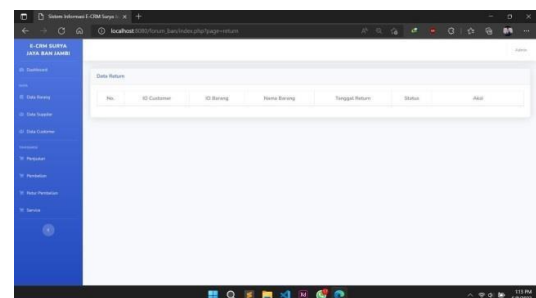
Gambar di bawah ini adalah tampilan Halaman Pembelian Sistem Informasi Pembelian Sistem Surya Jaya Ban Jambi.



Gambar 9. Tampilan Data Pembelian

#### 6. Tampilan Retur Pembelian

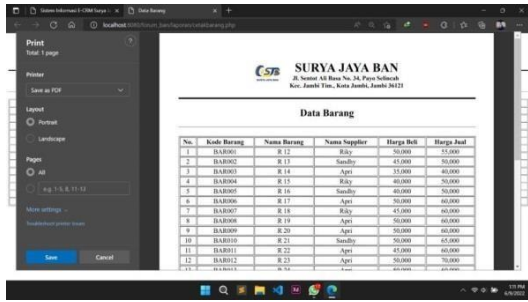
Gambar di bawah ini adalah tampilan Halaman Retur Pembelian Surya Jaya Ban Jambi.



Gambar 10. Tampilan Retur Pembelian

#### 7. Tampilan Laporan Data Barang

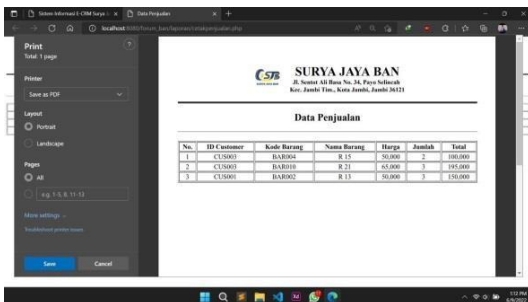
Gambar di bawah ini adalah tampilan Halaman Data Barang Sistem Informasi data barang Surya Jaya Ban Jambi.



Gambar 11. Tampilan Laporan Data Barang

8. Tampilan Laporan Penjualan

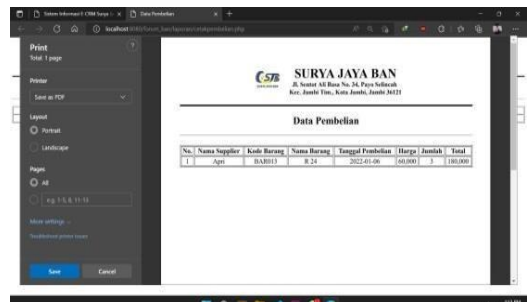
Gambar di bawah ini adalah tampilan Halaman laporan Penjualan Sistem Informasi Penjualan Surya Jaya Ban Jambi.



Gambar 12. Tampilan Laporan Penjualan

9. Tampilan Laporan Pembelian

Gambar di bawah ini adalah tampilan Halaman Laporan pembelian Sistem Informasi Penjualan Surya Jaya Ban Jambi.



Gambar 13. Tampilan Laporan Pembelian

IV. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Telah dibangun sebuah sistem informasi penjualan Ban pada Surya Jaya Ban Mobil Jambi yang memiliki 2 aktor yaitu admin dan customer.
2. Berhasil menerapkan metode E – CRM dalam membuat sistem informasi penjualan Ban pada Surya Jaya Ban Mobil Jambi.

4.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diperoleh beberapa saran untuk penelitian berikutnya sebagai berikut:

1. Sistem Penjualan dengan metode E-CRM ini dapat diterapkan oleh Surya Jaya Ban Mobil Jambi untuk meningkatkan efisiensi dalam manajemen penjualannya.
2. Sistem Informasi ini dapat dikembangkan lebih baik dalam segi fitur maupun UI/UX agar lebih userfriendly.
3. Penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Warta Ekonomi. (2002). Warta Ekonomi, .wartaekonomi.com.,
- [2] Buttle, Francis. 2009. Customer Relationship Management (Management Hubungan Pelanggan): Concept and Tools. Bayumedia Publishing. Malang.
- [3] Fitriyana, F., & Sucipto, A. (2020). Sistem Informasi Penjualan oleh Sales Marketing Pada PT Erlangga Mahameru. Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi, 1(1), 105-110.
- [4] Alita, D., Tubagus, I., Rahmanto, Y., Styawati, S., & Nurkholis, A. (2020). Sistem Informasi Geografis Pemetaan Wilayah Kelayakan Tanam Tanaman Jagung Dan Singkong Pada Kabupaten Lampung Selatan. Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS), 1(2).
- [5] Yuliani, dkk. 2016. Sistem Informasi Pemesanan dan Penerapan Konsep Electric Customer Relation Management Berbasis Web. Jurnal : STMIK Pontianak.
- [6] Harrigan, P., Miles, M. P., Fang, Y., & Roy, S. K. (2020). The role of social media in the engagement and information processes of social CRM. International Journal of Information Management, 54, 102151.

IDENTITAS PENULIS

Nama : Ahmad Louis E.V, M.,Kom  
 NIK/NIDN : 1013047702  
 TTL : 13 April 1977  
 Gol/Pangkat : III B  
 Jab. Fungsional : Lektor  
 Email : [ahmadlouis124@yahoo.co.id](mailto:ahmadlouis124@yahoo.co.id)

Nama : Fattachul Huda A, S.Kom,  
 M.Pd.T  
 NIK/NIDN : 1016039301  
 TTL : 16 Maret 1993

Gol/Pangkat : III B  
Jab. Fungsional : Asisten Ahli  
Email : [fattachulhuda16@gmail.com](mailto:fattachulhuda16@gmail.com)

Nama : Rendhi Fernandi  
NIM : 1801059  
Email : [jambirendi09@gmail.com](mailto:jambirendi09@gmail.com)