



IMPLEMENTASI CRM BERBASIS WEBSITE PADA UMKM BUNGA DESA DI DESA KASSI KABUPATEN JENEPONTO

Arnida¹, Helinah^{2*}, Yusril La Dini^{3*}, Sabridah⁴

Universitas Handayani Makassar

arnida@handayani.ac.id¹, helinah@handayani.ac.id^{2*}, yusrilladini97@gmail.com³, sabridah@handayani.ac.id⁴

ABSTRAK

UMKM Bunga Desa adalah badan usaha yang dikelola oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) di Desa Kassi, Kabupaten Jeneponto. UMKM Bunga Desa memiliki potensi besar sebagai pendukung daya tarik desa wisata dengan berbagai produk unggulan yang telah bersertifikat halal. Keberadaan dan keberlanjutan UMKM Bunga Desa sangat penting sebagai penggerak utama dalam menyediakan produk dan layanan lokal. Namun, kendala dalam strategi pemasaran konvensional membatasi jangkauan pasar dan omset yang dihasilkan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sistem informasi yang mengimplementasikan *Customer Relationship Management* (CRM) sebagai strategi bisnis untuk mendapatkan pelanggan baru (*Get*), dan mempertahankan pelanggan yang ada (*Keep*) agar dapat mendukung perkembangan UMKM Bunga Desa di era digital. Sistem ini dirancang menggunakan *Unified Modelling Language* (UML) sebagai bahasa pemodelan, basis data dirancang menggunakan *Structured Query Language* (SQL) serta menggunakan *Hypertext Preprocessor* (PHP) sebagai bahasa pemrograman. Hasil penelitian ini berupa rancangan sistem informasi penjualan yang mengimplementasikan *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis *website* yang diharapkan dapat membantu UMKM Bunga Desa dalam menemukan pelanggan baru serta mampu mempertahankan pelanggan. Berdasarkan hasil penujian menunjukkan bahwa 86% sistem yang dibuat telah memenuhi tujuannya.

Kata Kunci: CRM, *Website*, UMKM, Bunga Desa.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi membawa pengaruh besar dalam aktivitas kehidupan sehari-hari. Keberadaan teknologi, khususnya teknologi informasi dapat membantu memudahkan manusia dalam menyelesaikan pekerjaannya di berbagai bidang. Hal tersebut juga terjadi dalam dunia bisnis. Adanya kecanggihan dari teknologi informasi dan telekomunikasi, seperti halnya penggunaan internet, merupakan salah satu contoh teknologi yang mendukung operasional dalam sebuah bisnis untuk meningkatkan pelayanan secara maksimal kepada pelanggan. Salah satu upaya dalam meningkatkan pelayanan kepada pelanggan serta mempertahankan pelanggan adalah dengan menggunakan strategi *Customer Relationship Management* (CRM). *Customer Relationship Management* merupakan suatu konsep atau strategi bisnis yang digunakan oleh perusahaan untuk mendapatkan pelanggan baru, mempertahankan pelanggan, meningkatkan loyalitas pelanggan lama dan membuat mereka selalu ingin menggunakan jasa dan membeli produk yang ditawarkan perusahaan [1]. Dengan menerapkan *Customer Relationship Management*, perusahaan dapat lebih memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan, sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dan meningkatkan kualitas produknya [2].

Melalui pendekatan CRM dapat diciptakan suatu aplikasi penjualan atau situs e-commerce yang komunikatif dan informatif serta mampu menyediakan berbagai kemudahan seperti promosi produk, penjualan produk. Segala kemudahan ini ditujukan untuk memberikan kenyamanan pada pelanggan dalam menemukan informasi produk serta pembelian produk [3]. Penggunaan e-commerce juga memberikan kemudahan bagi





pelaku bisnis untuk memiliki basis pelanggan yang lebih luas dan mendapatkan wawasan data pelanggan. Hal ini selaras dengan tujuan UMKM Bunga Desa yang ingin memperluas jangkauan pasarnya hingga ke luar kota bahkan seluruh Indonesia. UMKM Bunga Desa adalah badan usaha yang dikelola oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) di Desa Kassi, Kabupaten Jeneponto. UMKM Bunga Desa memiliki potensi besar sebagai pendukung daya tarik desa wisata dengan berbagai produk unggulan yang telah bersertifikat halal. Keberadaan dan keberlanjutan UMKM Bunga Desa sangat penting bagi Desa Kassi sebagai Desa yang menyandang predikat 75 Desa Wisata terbaik di Indonesia, sebagai penggerak utama dalam menyediakan produk dan layanan lokal. Namun, kendala dalam strategi pemasaran konvensional membatasi jangkauan pasar dan omset yang dihasilkan. UMKM Bunga Desa didirikan pada tahun 2021 dengan jumlah anggota sebanyak 10 orang. Hingga kini, UMKM ini memproduksi dan menjual berbagai produk sebagai berikut:

Tabel 1.1 daftar Produk

Nama Produk	Harga Produk
Saus Tomat	Rp. 35.000
Saus Lombok	Rp. 35.000
Keripik Talas	Rp. 15.000
Dodol Ketan	Rp. 10.000
Kopi Saru	Rp. 45.000
Baje Ketan	Rp. 15.000
Jahe Merah	Rp. 50.000
Gudek Penyek	Rp. 20.000
Salonde	Rp. 15.000

Keunggulan produk UMKM Bunga Desa telah memiliki sertifikasi halal, yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitasnya. Sertifikasi halal merupakan instrumen yang sangat penting dalam menjamin keberlanjutan bisnis dan upaya penguatan UMKM, Sertifikasi halal juga dibuktikan memiliki pengaruh yang positif dalam meningkatkan penjualan atau omset UMKM [4]. Tentu ini menjadi nilai tambah bagi UMKM Bunga Desa untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Meskipun begitu, UMKM Bunga Desa masih menghadapi kendala dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan omset usahanya. Hal ini dikarenakan metode pemasaran yang digunakan belum memiliki strategi khusus seperti penggunaan sistem informasi yang menerapkan strategi CRM, sehingga produk UMKM Bunga Desa tidak dikenal oleh masyarakat secara luas. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis bersama pihak UMKM Bunga Desa, Saat ini UMKM Bunga Desa masih mempromosikan produknya dengan cara-cara konvensional, yaitu dengan memajang produknya pada setiap kegiatan yang diselenggarakan di lokasi agrowisata Desa Kassi dan dipasarkan di rumah ole-ole Turatea Jeneponto. Dari hasil penjualan yang dilakukan, UMKM Bunga Desa hanya mampu memperoleh omset sebesar Rp.7.452.000 pada tahun 2023. Nominal tersebut masih jauh dari harapan atau target yang ingin dicapai. Oleh karena itu seiring berkembangnya teknologi informasi maka perlu dibuat suatu perancangan sistem informasi yang mengimplementasikan CRM sebagai strategi bisnis yang dapat membantu UMKM Bunga Desa menjadi lebih efektif dalam meningkatkan layanan marketing dan customer support sehingga tidak hanya dapat memperluas jangkauan pasar namun mampu mempertahankan pelanggan yang ada.

Penelitian terkait implementasi customer relationship management berbasis website, sebelumnya telah dilakukan oleh beberapa peneliti, seperti oleh Ersi Rezekia Putri dkk, dengan judul “Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web Pada Toko Baizuri Bunut”, [5]. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sistem informasi penjualan yang memberikan kemudahan bagi customer untuk mendapatkan informasi ketersediaan produk seperti sepatu, dompet, dan tali pinggang yang diproduksi oleh toko Baizuri Bunut dan dapat melakukan transaksi dengan mudah, sehingga mampu meningkatkan jumlah pelanggan. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan adalah penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan pelanggan baru tetapi juga mampu mempertahankan pelanggan yang ada. Penelitian lain berjudul “Implementasi Customer Relationship Management Pada Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web (Studi Kasus: Toko Tifa Rusa) oleh Stanly Hence Dolfi Loppies, Reza Zubaedah, Aberta Primut, [6]. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sistem informasi yang dapat membantu proses penjualan pada toko Tifa Rusa dan membantu pelanggan dengan mudah mengakses informasi mengenai Toko Tifa Rusa. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan adalah penelitian ini selain memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk mengakses informasi UMKM Bunga Desa, juga memberikan kemudahan bagi pihak UMKM untuk mengelola data produk dan pembuatan laporan penjualan.

2. METODE PENELITIAN

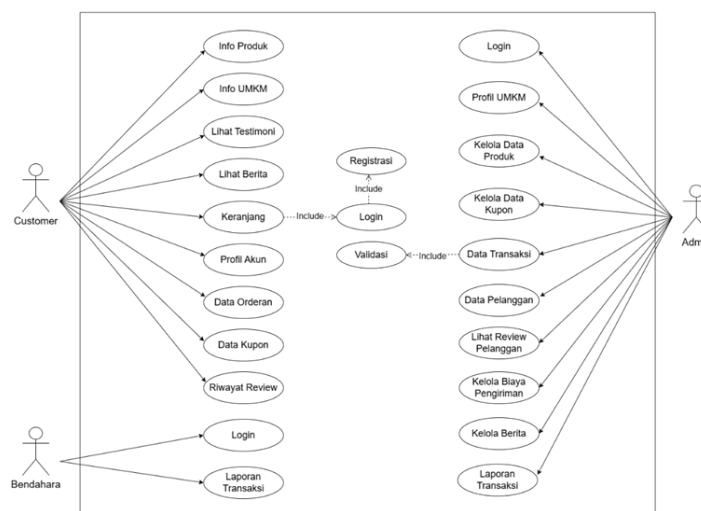


Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan sistem ini terdiri dari beberapa tahapan. Dimulai dengan tahap analisis kebutuhan sistem, perancangan desain sistem, implementasi, dan pengujian sistem. Tahapan analisis kebutuhan sistem adalah tahapan di mana pengembang sistem akan berkomunikasi dengan pengguna dan pemangku kepentingan untuk memahami kebutuhan sistem. Kebutuhan sistem terbagi menjadi dua yaitu kebutuhan fungsional yang meliputi kebutuhan user, kebutuhan administrator, dan pengujian. Sedangkan kebutuhan non-fungsional, meliputi kebutuhan perangkat keras dan kebutuhan perangkat lunak. Dalam tahapan analisis kebutuhan juga mencakup pengumpulan data yang akan digunakan, tahapan pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi Observasi atau Pengamatan secara langsung terhadap aktivitas bisnis UMKM Bunga Desa. Selanjutnya melakukan Interview atau wawancara dengan pihak UMKM, dan terakhir mengumpulkan berbagai dokumen UMKM yang berkaitan dengan kebutuhan penelitian.

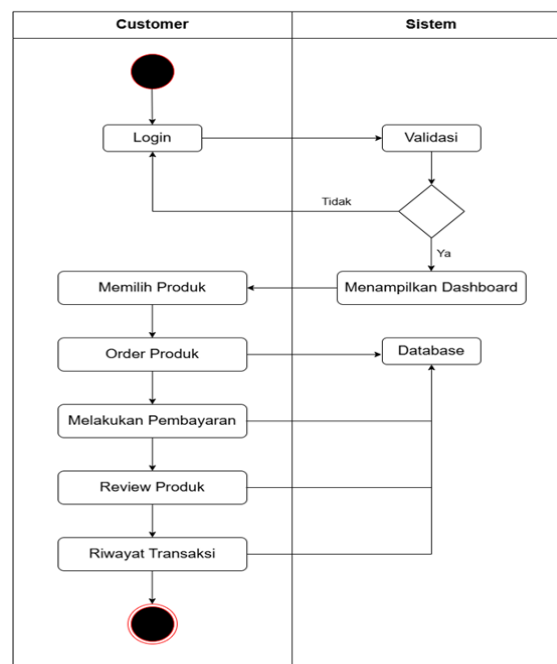
Pada tahap berikutnya perancangan desain sistem menggunakan UML (Unified Modelling Language) yang membantu pendeskripsian dan design sistem perangkat lunak. Pada tahap implementasi dan pengujian sistem membuat sebuah aplikasi E-Commerce dengan menggunakan Bahasa pemrograman PHP dan database MySQL.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

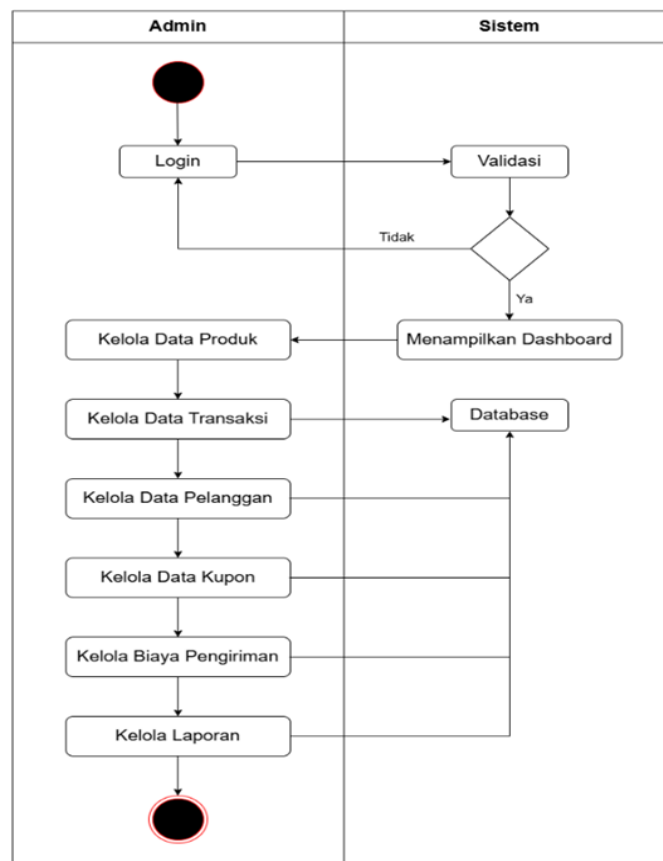
3.1 Penggambaran Sistem



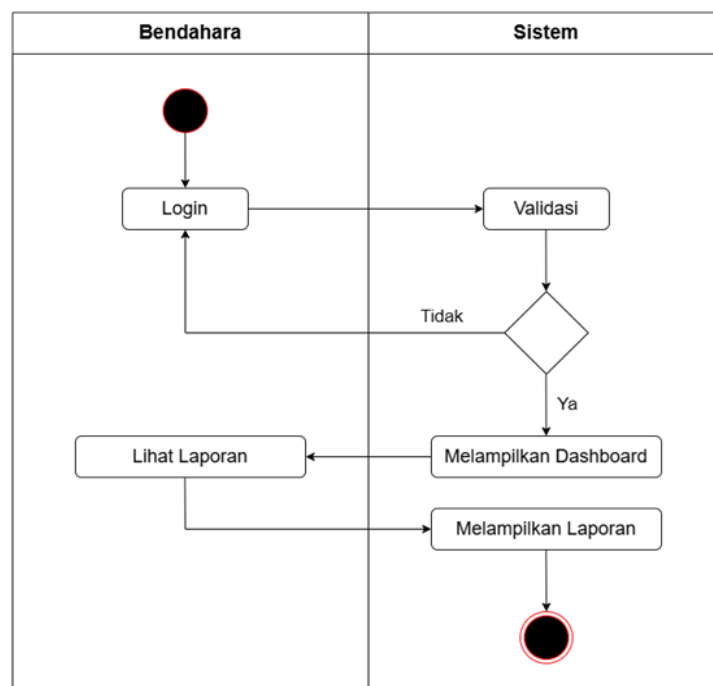
Gambar 3.1.1 Use Case Diagram



Gambar 3.1.2 Activity Diagram Cusrtomer

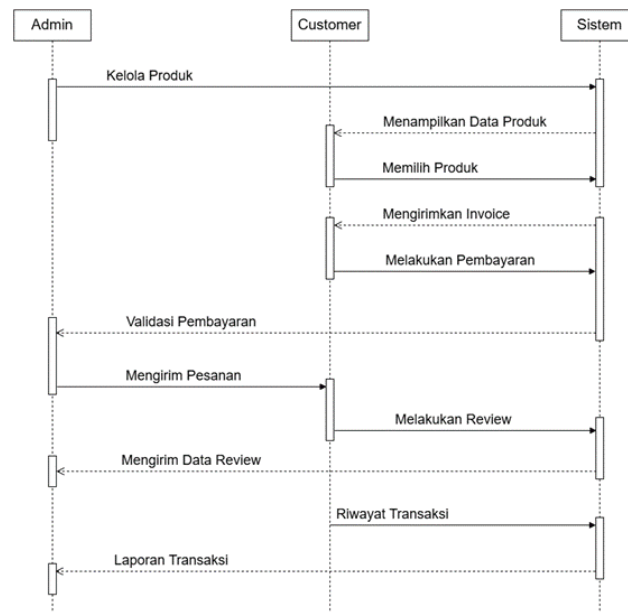


Gambar 3.1.3 Activity Diagram Admin

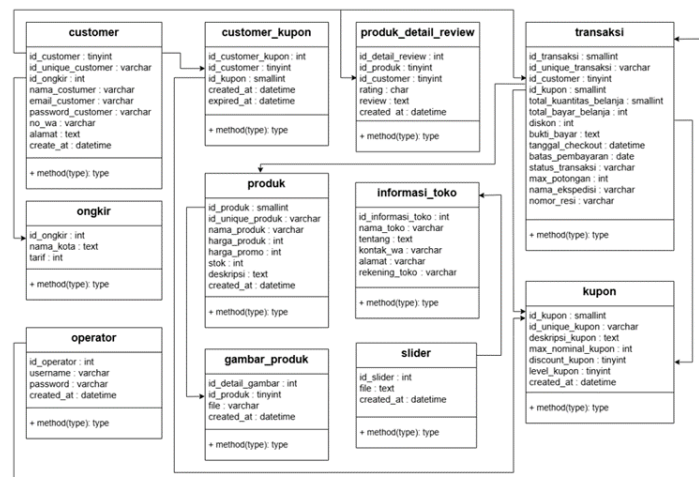


Gambar 3.1.4 Activity Diagram Bendahara





Gambar 3.1.5 Sequence Diagram



Gambar 3.1.6 Class Diagram

3.2 Perancangan Antarmuka

1. Perancangan Output



Gambar 3.2.1 Rancangan laporan transaksi





Gambar di atas merupakan rancangan halaman laporan transaksi yang menampilkan riwayat penjualan produk yang dapat ditampilkan berdasarkan bulan tertentu.

Bunga Desa
Laporan Transaksi Produk
Desa Kassi, Kec. Rumbia, Kab. Jeneponto
Sulawesi Selatan, Indonesia

Logo

Informasi Produk
Nama produk :
Kode produk :
Harga :
Stok :

Gambar 3.2.2 Rancangan Laporan Produk

Gambar di atas merupakan rancangan tampilan laporan produk yang menampilkan informasi terkait harga produk, jumlah stok, nama produk, dan jumlah produk terjual.

Bunga Desa
Invoice/Detail Transaksi
Desa Kassi, Kec. Rumbia, Kab. Jeneponto
Sulawesi Selatan, Indonesia

Logo

Kepada:
Nama pelanggan, Alamat lengkap, Nomor telepon

Keterangan Transaksi:
Nomor transaksi :
Tanggal transaksi :
Metode Pembayaran

Detail Transaksi:

Gambar 3.2.3 Rancangan Detail Transaksi

Gambar di atas merupakan rancangan halaman invoice atau detail transaksi customer yang menampilkan jumlah produk yang diorder, harga produk, tanggal transaksi dan total pembayaran.

2. Perancangan Input

Costumer Registrasi

Gambar

Nama Lengkap

Email

Password

Konfirmasi Password

Nomor WhatsApp

Pilih Kota Pengiriman
Makassar ▼

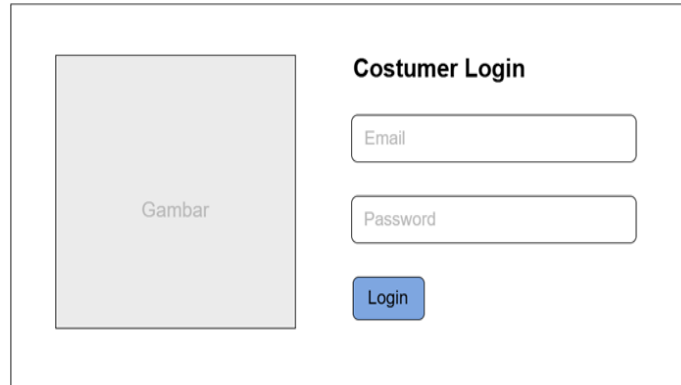
Alamat Lengkap

Register



Gambar 3.2.4 Rancangan Form Registrasi

Gambar di atas merupakan rancangan halaman atau form registrasi customer untuk membuat akun.



The image shows a login form titled "Costumer Login". On the left, there is a placeholder box labeled "Gambar". To the right, there are two input fields: "Email" and "Password". Below these fields is a blue "Login" button.

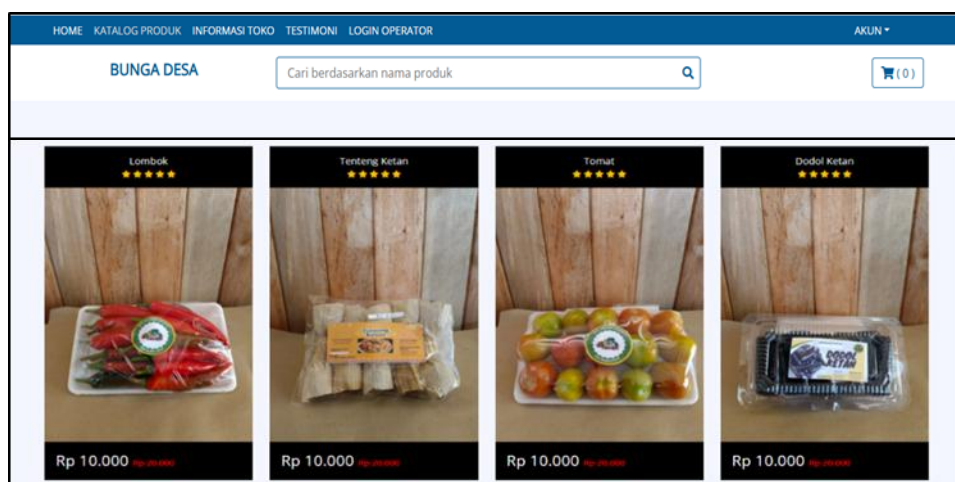
Gambar 3.2.5 Rancangan Form login

Gambar di atas merupakan rancangan halaman login atau form input akun customer agar dapat masuk ke halaman panel.

3.3 Implementasi Sistem

**Gambar 3.3.1** Halaman Utama

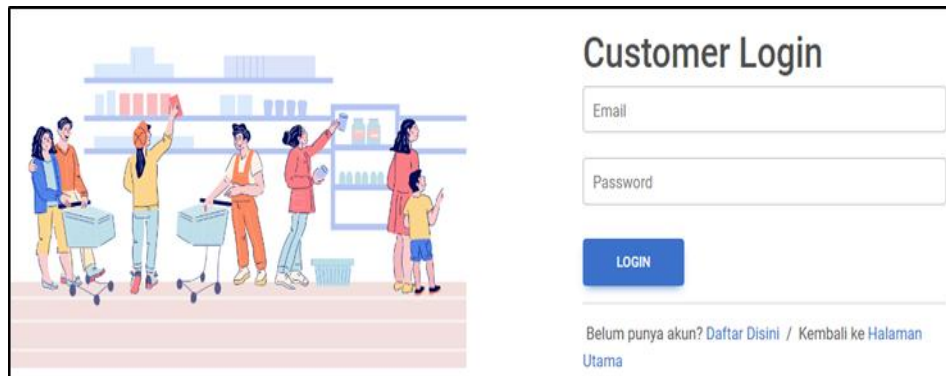
Gambar di atas merupakan tampilan utama website saat diakses. Pada halaman ini terdapat gambar slider yang dapat digeser untuk menampilkan dokumentasi kegiatan UMKM Bunga Desa.





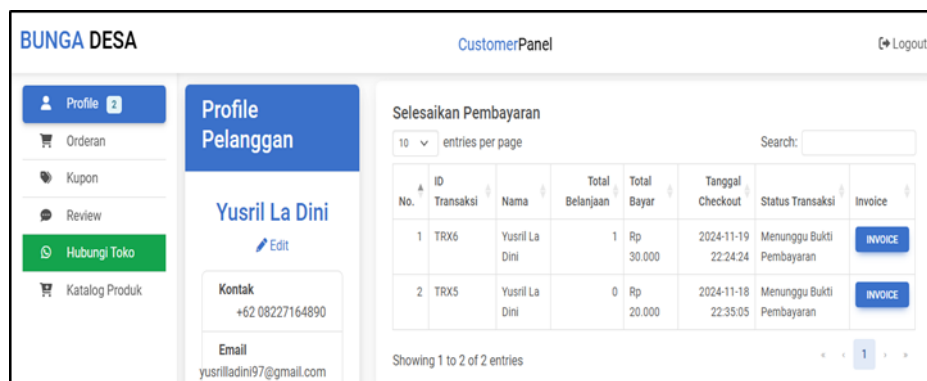
Gambar 3.3.2 Halaman Katalog Produk

Gambar di atas merupakan tampilan halaman katalog produk yang menampilkan informasi produk seperti gambar, harga, dan diskon.



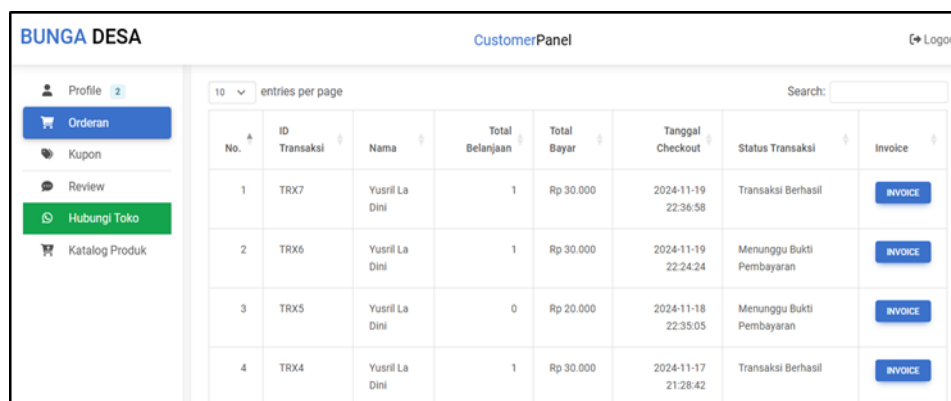
Gambar 3.3.3 Halaman Login Customer

Gambar di atas merupakan tampilan form login customer untuk mengakses halaman panel.



Gambar 3.3.4 Halaman Profil Customer

Gambar di atas merupakan tampilan dari halaman profil atau akun customer yang juga terdapat daftar orderan yang belum dilakukan pembayaran.



Gambar 3.3.5 Halaman Order Customer





Gambar di atas merupakan tampilan halaman orderan pelanggan yang menampilkan seluruh riwayat transaksi baik yang sedang menunggu pembayaran maupun yang telah selesai.

No.	ID Produk	Nama Produk	Nama Customer	Rating	Review	Aksi
1	BD05	Tentang Ketan	Yusri La Dini	5	Mantap	HAPUS
2	BD03	Dodol Ketan	Yusri La Dini	2	Barang tidak sesuai gambar	HAPUS
3	BD01	Kripik Talas	Yusri La Dini	1	Jelek kali	HAPUS

Gambar 3.3.6 Halaman Review Produk

Gambar di atas merupakan tampilan halaman review produk yang pernah dilakukan oleh customer.

No.	ID Produk	Nama Produk	Stok	Harga	Harga Promo	Aksi
1	BD06	Lombok	320	Rp 20.000	Rp 10.000	EDIT - DELETE LAPORAN PRODUK
2	BD05	Tentang Ketan	221	Rp 20.000	Rp 10.000	EDIT - DELETE LAPORAN PRODUK
3	BD04	Tomat	121	Rp 20.000	Rp 10.000	EDIT - DELETE LAPORAN PRODUK
4	BD03	Dodol Ketan	111	Rp 20.000	Rp 10.000	EDIT - DELETE LAPORAN PRODUK

Gambar 3.3.7 Halaman Invoice

Gambar di atas merupakan tampilan detail transaksi atau invoice orderan yang akan dibayar oleh customer.

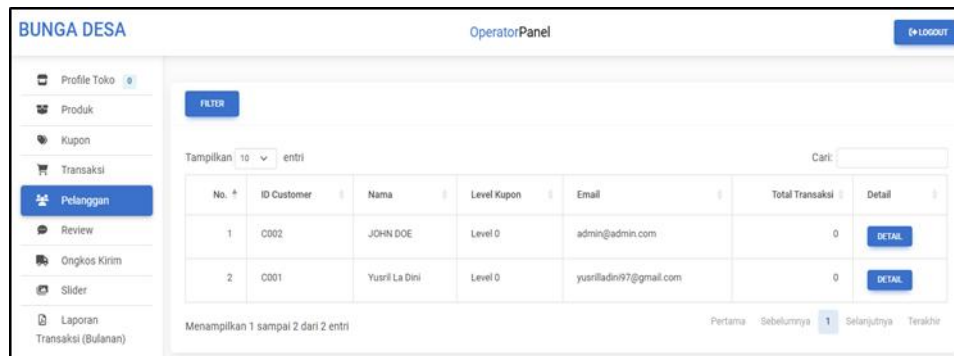
No.	ID Produk	Nama Produk	Stok	Harga	Harga Promo	Aksi
1	BD06	Lombok	320	Rp 20.000	Rp 10.000	EDIT - DELETE LAPORAN PRODUK
2	BD05	Tentang Ketan	221	Rp 20.000	Rp 10.000	EDIT - DELETE LAPORAN PRODUK
3	BD04	Tomat	121	Rp 20.000	Rp 10.000	EDIT - DELETE LAPORAN PRODUK
4	BD03	Dodol Ketan	111	Rp 20.000	Rp 10.000	EDIT - DELETE LAPORAN PRODUK

Gambar 3.3.8 Halaman Data Produk





Gambar di atas merupakan tampilan halaman produk yang dapat dikelola oleh admin.



Gambar 3.3.9 Halaman Data Pelanggan

Gambar di atas merupakan tampilan halaman data customer yang memuat Id Customer, Nama Customer, Level Customer, Email, dan Total Transaksi.

Bunga Desa Laporan Transaksi Bulanan 922 Keeling Shore West Steve, ME 36207 Telp. (08) 227-164-8902 						
No	Tanggal Transaksi	Nama Customer	Nama Produk	Jumlah	Harga Satuan	Total
1	2024-11-02 21:10:02	Yusril La Dini	Kripik Talas	1	Rp 15.000	Rp 15.000
2	2024-11-02 21:10:02	Yusril La Dini	Tomat	1	Rp 10.000	Rp 10.000
3	2024-11-17 21:28:42	Yusril La Dini	Dodol Ketan	1	Rp 10.000	Rp 10.000
4	2024-11-19 22:36:58	Yusril La Dini	Tentang Ketan	1	Rp 10.000	Rp 10.000
Total						Rp 45.000

Gambar 3.3.10 Halaman Laporan Transaksi

Gambar di atas merupakan tampilan laporan transaksi bulanan yang dapat dilihat dan didownload oleh admin.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil:

1. Penelitian ini berhasil merancang sistem informasi penjualan berbasis website yang memberikan kemudahan bagi UMKM Bunga Desa untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas.
2. Penelitian ini juga berhasil mengimplementasikan Customer Relationship Management (CRM) berbasis website, yang dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan mampu mempertahankan pelanggan, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan penjualan dan pertumbuhan bisnis UMKM Bunga Desa.

Dengan demikian, penelitian ini telah memenuhi tujuan utamanya, yaitu merancang dan mengimplementasikan sistem informasi penjualan berbasis website dengan fitur CRM untuk UMKM Bunga Desa.

4.2 Saran

Setelah melalui prose perancangan dan implementasi Customer Relationship Management (CRM) berbasis website pada UMKM Bunga Desa, Adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:





1. UMKM Bunga Desa diharapkan dapat memaksimalkan penggunaan sistem CRM berbasis website ini untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas dan dapat meningkatkan hasil penjualan.
2. UMKM perlu melakukan evaluasi secara berkala terhadap sistem ini untuk memastikan keefektifan dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.
3. Penelitian berikutnya, disarankan untuk mengembangkannya strategi CRM pada sistem ini dengan menerapkan tahap Grow.
4. Peneliti berikutnya, diharapkan dapat menyempurnahkan fitur biaya pengiriman pada sistem ini.
5. Untuk penelitian berikutnya, disarankan agar dapat mengembangkan sistem ini dengan menambahkan metode pembayaran seperti Virtual Account.
6. Untuk penelitian berikutnya, disarankan untuk mengembangkan sistem ini dengan memanfaatkan teknologi terkini, seperti kecerdasan buatan (AI), atau fitur chatbot untuk layanan pelanggan yang lebih responsif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Muti'ah Fadillah and A. Ibrahim, "IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) BERBASIS WEBSITE DENGAN MENGGUNAKAN STRATEGI UP-SELLING DAN CROSS-SELLING," *JOISIE J. Inf. Syst. Informatics Eng.*, vol. 7, no. 1, pp. 85–96, 2023.
- [2] N. Indasari *et al.*, "Penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada Sistem Informasi Penjualan Bucket Berbasis Web di Toko Hadinafa Galery."
- [3] T. Al Mudzakir and A. Bakar, "Desain Dan Implementasi Customer Relationship Management Berbasis Web (Studi Kasus : Toko Baju Ladya)," *Systematics*, vol. 2, no. 1, p. 1, 2020, doi: 10.35706/sys.v2i1.3444.
- [4] M. Rido and A. H. Sukmana, "Urgensi Sertifikasi Halal Bagi Bisnis Umkm," *J. Appl. Bus. Bank.*, vol. 2, no. 2, pp. 129–142, 2021, doi: 10.31764/jabb.v2i2.5644.
- [5] P. Sistem and I. Penjualan, "Berbasis Web Pada Toko Muncul," vol. 1, no. 01, pp. 27–35, 2022.
- [6] S. H. D. Loppies, R. Zubaedah, and A. Primut, "Implementasi Customer Relationship Management Pada Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web (Studi Kasus : Toko Tifa Rusa)," *Musamus J. Technol. Inf.*, vol. 5, no. 02, pp. 051–057, 2023, doi: 10.35724/mjti.v5i02.5382.

