

SYSTEM ANALYSIS AND PLANNING INFORMATION (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TO IMPROVE SELLERLAN AT ARGICULTURAL DRUG STORES CV. MARINA AGRO KERINCI WEB BASED

ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO OBAT PERTANIAN CV. MARINA AGRO KERINCI BERBASIS WEB

Afifah Cahayani Adha¹⁾, Sisi Hendriani²⁾, Dewi Junita³⁾, Desti Monika Uli⁴⁾, Zurman⁵⁾

^{1,2,3,4,5)} Universitas Awal Bros

e-mail : sisi@univawalbros.ac.id

ABSTRACT

At CV. Marina Agro is buying and selling activities Still in manual form and not yet computerized. Customers come to the store sometimes the product is sold out. This can create a negative impression to quality service from CV. Marina Agro, as well as cases when buyers are busy, here because of a short age of personnel sometimes there are customers who are not served optimally. Therefore, an Information System was implemented Customer Relationship Management in order to help improve and maximize the quality of service and sales at CV. Marina Agro. By using System Information Customer Relationship Management can speed up and make it easier for customers to place orders without come directly to Shop. That way all the needs and desires of new and old customers will be fulfilled.

Keywords : Information system, Customer Relatinship Managemet, Web Based, Sale

ABSTRAK

Pada CV. Marina Agro ini kegiatan jual belinya masih dalam bentuk manual dan belum terkomputerisasi. Pelanggan datang ke toko terkadang produk dalam keadaan habis terjual. Hal ini dapat menimbulkan kesan negatif terhadap kualitas pelayanan dari CV. Marina Agro, begitu pula dengan kasus disaat pembeli sedang ramai , disini karena kekurangan tenaga terkadang ada pelanggan yang tidak terlayani dengan maksimal. Maka dari itu diterapkan lah Sistem Informasi Customer Relationship Management agar dapat membantu meningkatkan dan memaksimalkan kualitas pelayanan dan penjualan di CV. Marina Agro. Dengan menggunakan Sistem Informasi Customer Relationship Management dapat mempercepat dan mempermudah pelanggan untuk melakukan pemesanan tanpa harus datang langsung ke Toko. Dengan begitu semua kebutuhan dan keinginan pelanggan baru maupun lama akan terpenuhi.

Kata Kunci : Sistem Informasi, Customer Relationship Management, Berbasis Web, Penjualan

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang begitu cepat berdampak positif pada setiap bidang, salah satunya berdampak pada bidang usaha untuk melakukan strategi pemasaran berbasis *online*. Dalam penjualan perlu di

lakukan pengolahan untuk persediaan, pencatatan, dan transaksi ual beli. Untuk itu perlu suatu sistem pengolahan data yang menggunakan peralatan *modern* sebagai penunjangnya.

Sistem merupakan kumpulan elemen-elemen yang saling berkaitan dan berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan tertentu dan Informasi merupakan data yang telah diolah, dibentuk, ataupun dimanipulasi sesuai dengan keperluan tertentu bagi penggunanya. Maka dapat diartikan Sistem informasi adalah sebuah sistem yang terdiri dari pengumpulan, pemasukan, pemrosesan data, penyimpanan, pengolahan, pengendalian dan pelaporan sehingga tercapai sebuah informasi yang mendukung pengambilan keputusan di dalam suatu organisasi untuk dapat mencapai sasaran dan tujuannya. (daniel,dkk., 2020).

Perusahaan – perusahaan berskala kecil hingga skala besar yang ada saat ini terus mengalami perkembangan mengikuti perkembangan aman. Jika suatu perusahaan ingin bertahan dan berkembang maka perusahaan tersebut harus memikirkan peranan teknologi informasi alam bisnisnya. Pemasaran melalui website sebuah perusahaan dapat memiliki sebuah pasar yang lebih luas dibanding dengan pemasaran secara manual. Hal ini dapat menjangkau cakupan target pasar yang lebih besar. (pratama, 2019).

CV. Marina agro merupakan toko penjualan obat pertanian menengah yang berada di jalan kebun baru, kayu aro barat kabupaten kerinci. Di toko ini menjual berbagai macam obat tanaman dan keperluan pertanian seperti pupuk, benih tanaman, obat – obatan umbuhan dan *sparepart* alat pertanian. Dalam hal pengelolaan penjualan di CV. Marina Agro belum efektif dan efisien karena masih dilakukan secara manual dengan pencatatan tertulis dalam buku administrasi. Hal tersebut membuat proses

semakin lama dan memungkinkan terjadi kesalahan dalam pelaporan. Tidak adanya bukti penjualan barang kepada pelanggan membuat proses pembukuan menjadi sulit. Hasil perhitungan transaksi belum dibantu oleh sistem dan hanya menggunakan kalkulator.

Saat ini CV. Marina agro belum mendapatkan pelanggan dengan maksimal, karena itu butuh peningkatan pelayanan agar mendapat pelanggan baru, tetapi tetap mempertahankan pelanggan lama. Karena itu maka perlu di terapkan metode pada *software* sistem komputer yang berfungsi untuk membantu proses agar mudah melakukan transaksi dan penyimpanan data. Metode yang digunakan adalah *Customer Relationship Management* (CRM), dimana metode ini merupakan manajemen yang secara khusus membahas teori untuk penanganan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan. CRM bertujuan untuk meningkatkan hubungan dengan tiap pelanggan demi mencapai pertumbuhan perusahaan yang sehat.

Dari latar belakang diatas, mengambil judul penelitian “Analisis dan Perancangan Sistem Informasi *Customer Relationship Management* (CRM) untuk Peningkatkan Penjualan pada Toko Obat Pertanian CV. Marina Agro Kerinci Berbasis WEB”.

METODE

1. Sistem Informasi

Elisabet Yunaeti Anggraeni dan RitaIrviani (2017:12), Sistem informasi merupakan suatu kombinasi teratur dari orang – orang, *hardware*, *software*, jaringan komunikasi dan sumber daya data yang mengumpulkan, mengubah dan menyebarkan informasi dalam sebuah organisasi..

Laudon (2014) yang mendefinisikan sistem informasi : Secara teknis sebagai sesuatu rangkaian yang komponen-komponennya saling terkait yang mengumpulkan (dan mengambil kembali), memproses, menyimpan dan mendistribusikan informasi untuk pendukung pengambilan keputusan dan mengendalikan perusahaan. (Mahardika, 2020)

Berdasarkan beberapa pendapat yang dikemukakan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa Sistem informasi adalah sebuah sistem yang terdiri dari kumpulan data yang terintegrasi dan saling melengkapi sehingga tercapai sebuah informasi yang mendukung pengambilan keputusan didalam suatu organisasi untuk dapat mencapai sasaran dan tujuannya.

2. Customer Relationship Management (CRM)

CRM adalah untuk meningkatkan penghasilan dari kepuasan pelanggan. Ini bermula dari janji perusahaan untuk mengerti apa dan bagaimana cara yang diinginkan pelanggan dalam berinteraksi semua ini ditunjukkan untuk mencapai kesetiaan pelanggan dan lingkungan yang menguntungkan. Hal ini disebabkan karena tidak semua pelanggan diciptakan sama. (Albert & Santoso, 2022).

Pelayanan CRM (*Customer Relationship Management*) mencakup semua aspek yang berhubungan dengan calon pelanggan maupun dengan pelanggan saat ini. CRM (*Customer Relationship Management*) juga dapat didefinisikan sebagai strategi bisnis untuk memilih dan mengatur suatu hubungan dengan pelanggan untuk saling menguntungkan. CRM (*Customer Relationship Management*) memerlukan filosofi dan budaya bisnis *customer-centric*

untuk mendukung proses pemasaran, penjualan, dan layanan yang efektif. Aplikasi CRM (*Customer Relationship Management*) dapat memungkinkan manajemen atau pengaturan hubungan baik dengan pelanggan secara efektif, dengan didukung ketersediaan kepemimpinan yang baik. (Sari & Prasetiawati, 2020).

Customer Relationship Management (CRM) merupakan proses untuk mendapatkan, mempertahankan dan meningkatkan hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan dalam rangka menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan serta memaksimalkan keuntungan perusahaan terkait keunggulan bersaing dan memperhatikan mutu produk agar pelanggan dapat mencapai kepuasan prima.

Faktor – faktor yang mempengaruhi CRM menurut Robinette dalam Febriningtyas, ada empat faktor, yakni keuntungan bersama, komitmen, komunikasi, dan kualitas pelayanan. (Siregar, Cahyani, & Chaniago, 2020)

3. Penjualan

Penjualan adalah sebuah sistem yang melibatkan sumber daya didalam suatu organisasi, prosedur, data, maupun sarana pendukung untuk mengoperasikan sistem penjualan, sehingga menghasilkan informasi yang berguna bagi pihak manajemen di dalam pengambilan suatu keputusan yang diinginkan. (Anggraini & Pasha, 2020).

4. Website

Website adalah keseluruhan halaman-halaman web yang terdapat dalam sebuah domain yang mengandung informasi. Sebuah website biasanya dibangun atas banyaknya halaman web yang saling

berhubungan. Hubungan antara satu halaman web dengan halaman web yang lainnya disebut dengan *hyperlink*, sedangkan teks yang dijadikan media penghubung disebut *hypertext*. (Albert & Santoso, 2022).

Website sering juga disebut web, dapat diartikan suatu kumpulan – kumpulan halaman yang menampilkan berbagai macam informasi teks, data, gambar diam ataupun bergerak, data animasi, suara, video maupun gabungan dari semuanya, baik itu yang bersifat statis maupun yang dinamis, yang dimana membentuk satu rangkaian bangunan yang saling berkaitan dimana masing – masing dihubungkan dengan jaringan halaman atau *hyperlink*”.

5. MySQL

MySQL merupakan salah satu jenis *database server* yang sangat terkenal. Kepopulerannya dikarenakan MySQL menggunakan SQL sebagai bahasa dasar untuk mengakses *databasenya*. Mysql adalah salah satu jenis RDBMS (*Relational Database Management System*). Di MySQL, database berisi satu atau lebih tabel. Tabel terdiri dari sejumlah baris dan setiap baris berisi satu atau lebih kolom. Ada beberapa cara untuk mengelola *database* Mysql, yaitu melalui *DOS prompt (command line tool)*. (Prawiro, 2022).

MySQL adalah salah satu jenis *database server* yang sangat terkenal. Kepopulerannya disebabkan bersifat *free* (anda tidak perlu membayar untuk menggunakannya) pada berbagai *platform* (kecuali pada *windows*, yang bersifat *software* atau anda perlu membayar setelah melakukan evaluasi dan memutuskan digunakan untuk keperluan produksi. (Siregar & Ula, 2019).

6. PHP

PHP merupakan singkatan dari *PHP Hypertext Preprocessor* yang digunakan sebagai bahasa *script server-side* dalam pengembangan web yang disisipkan pada dokumen HTML. PHP merupakan *software open source* yang disebar dan dilisensikan secara gratis serta dapat didownload secara bebas dari situs resminya.

PHP memiliki beberapa kelebihan diantaranya php merupakan *script* yang tidak melakukan sebuah kompilasi dalam penggunaannya, didukung oleh kebanyakan *web server*, karna penggunaannya yang lebih mudah. (Sahi, 2020).

Bahasa pemrograman yang ditunjuk untuk membuat aplikasi web. Ditinjau dari pemrosesannya, PHP tergolong berbasis *server side*. Artinya, pemrosesan dilakukan di server. Hal ini berkebalikan dengan bahasa seperti JavaScript, yang pemrosesannya dilakukan di sisi klient (*client side*). (Anggraini & Pasha, 2020)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisa Sistem Berjalan

Sistem yang berjalan saat ini masih menggunakan sistem manual dan membutuhkan banyak waktu untuk melakukan promosi agar dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. manajemen penjualan di CV. Marina Agro belum efektif dan efisien karena masih dilakukan secara manual dengan pencatatan tertulis di buku administrasi. Hal ini membuat proses menjadi lebih lama dan memungkinkan terjadinya kesalahan dalam pelaporan. Tidak adanya bukti penjualan barang kepada pelanggan membuat proses

pembukuan menjadi sulit. Hasil perhitungan transaksi belum dibantu sistem dan hanya menggunakan kalkulator.

Proses analisis sistem dalam pengembangan sistem informasi merupakan suatu tahap penting, karena pada tahap ini akan dilakukan pendefinisian masalah dan penyusunan alternatif pemecahan masalah serta memuat spesifikasi dari sistem yang akan dikembangkan. Langkah ini diperlukan guna mengetahui kelemahan sistem yang sedang berjalan.

Proses bisnis yang ada di CV. Marina Agro mempunyai 3 (tiga) tahapan, antara lain:

1. Mendapatkan Pelanggan baru (*Acquire*)

Untuk mendapatkan pelanggan baru CV. Marina Agro memberikan brosur yang berisikan promo kepada customer yang datang ke toko, serta pelayanan yang diberikan melalui karyawan untuk menjelaskan keunggulan dari produk yang ada di toko untuk dapat menarik minat pelanggan.

2. Menjaga Hubungan Baik dengan Pelanggan (*Enhance*)

CV. Marina Agro menyediakan layanan *customer service* yang mampu menerima kritik dan saran dari pelanggan mereka dan menyediakan media kotak saran yang ada di kantor supaya pelanggan dapat memberikan keluhan atau sarannya yang ditujukan untuk perusahaan dan pelayanan yang diberikan.

3. Mempertahankan Pelanggan (*Retain*)

CV. Marina Agro memberikan pelayanan yang terbaik yang dimiliki perusahaan terutama pada jasa yang

ditawarkan dengan cara memberikan penawaran harga special khusus pelanggan.

2. Analisa Sistem Baru

Dari analisa sistem yang sedang berjalan, didapatkan sistem yang kurang optimal sehingga membutuhkan ketelitian ekstra dan bantuan alat hitung untuk perhitungannya. Oleh karena itu, diperlukan sistem baru yang dapat membantu Pemasaran dan meningkatkan kualitas pelayanan di CV. Marina Agro.

3. Perancangan UML Sistem Baru

Perancangan UML (*Unified Modelling Language*) diperlukan untuk menentukan alur proses sistem yang akan dibangun. Jalannya sebuah program ditentukan oleh rancangan UML. UML yang akan dibuat adalah *usecase diagram, class diagram, activity diagram, sequence diagram*.

a. Usecase Diagram

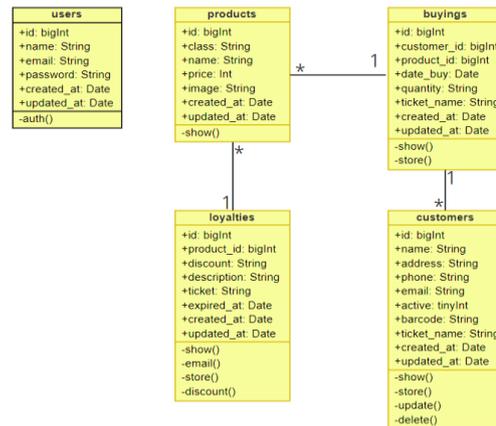
Usecase diagram menampilkan interaksi antara sistem dan aktor. Sistem CRM berbasis web merupakan sebuah sistem yang membantu perusahaan dalam tumbuh kembang penjualan dan relasi dengan pelanggan. Untuk lebih jelasnya definisi *usecase* pada sistem informasi *Customer Relationship Management* dapat dijelaskan pada tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Usecase

No	Usecase	Deskripsi
1	<i>Login</i>	Proses <i>login</i> oleh admin
2	Kelola data <i>Customer</i>	Proses pengelolaan data pelanggan oleh admin yaitu menambah, edit dan hapus data.

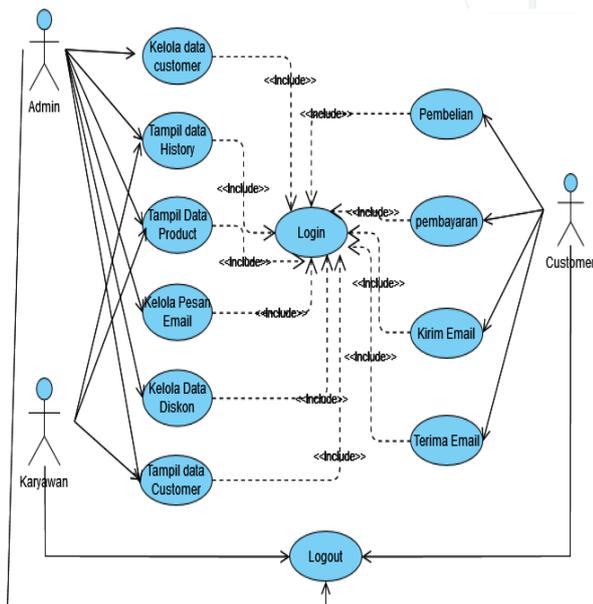
3	Data History	Tampilan data riwayat pembelian yang telah disimpan dalam <i>database</i>
4	Tampil data <i>product</i>	Tampilan data produk yang tersedia di CV. Marina Agro.
5	Buat pesan <i>email</i>	Proses pengiriman Email oleh admin kepada pelanggan (<i>Customer</i>) untuk informasi <i>loyalties</i> dari toko dan sebagai sarana pelanggan untuk mengajukan keluhan dan kritik kepada CV marina Agro.
6	Kelola data diskon	Proses penambahan atau hapus fitur diskon oleh admin.

Class diagram menggambarkan struktur sistem dengan menunjukkan sistem class, atribut, metode, dan hubungan antar objek. *Class diagram* menjelaskan bagaimana hubungan terjadi antar *class*. *Class diagram* untuk sistem Informasi *Costumer Relationship Management* digambarkan seperti Gambar 2. di bawah ini.



Gambar 2. Class Diagram

Untuk lebih jelasnya, gambaran *Usecase* Sistem Informasi *Costumer Relationship Management* dapat dilihat pada Gambar 1 dibawah ini.



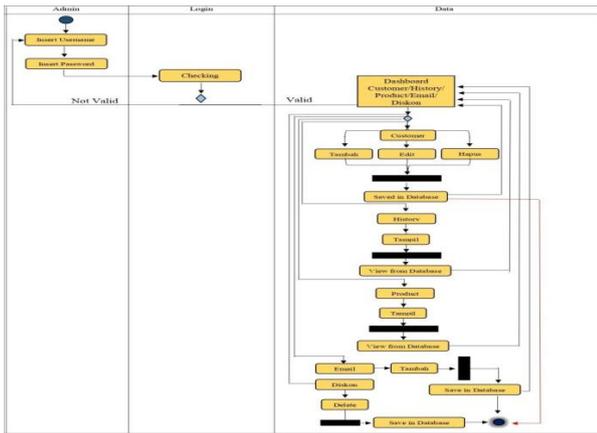
Gambar 1. Usecase Diagram

b. Class Diagram

Berdasarkan gambar di atas , dapat diartikan relasi dengan angka 1 berarti hanya memiliki satu hubungan terhadap relasinya. dan tanda bintang, berarti memiliki banyak hubungan dengan relasinya.

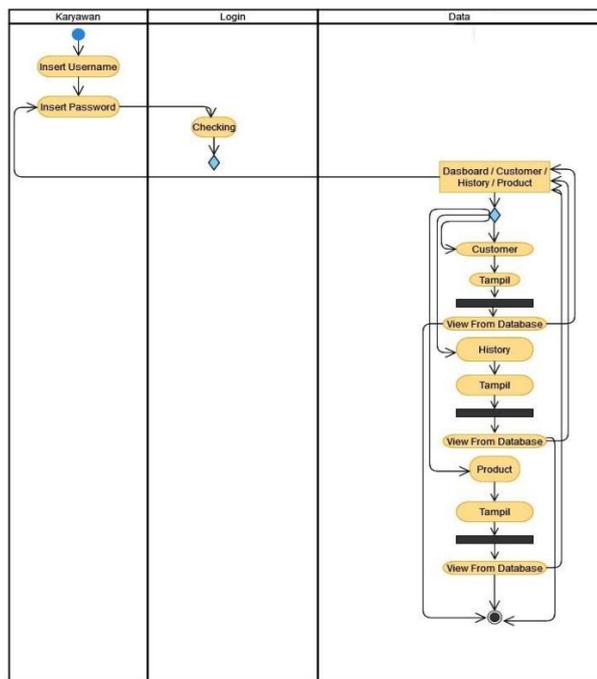
c. Activity Diagram

Activity Diagram, menggambarkan aktivitas dari suatu sistem. Diagram ini digunakan untuk melihat bagaimana sistem bekerja. Urutan proses digambarkan secara *vertical* (dari atas ke bawah). Secara lebih rinci, berikut adalah penjelasan dari *Activity diagram* sistem Informasi *Customer Relationship Management* dari sisi admin pada gambar 3 sebagai berikut:



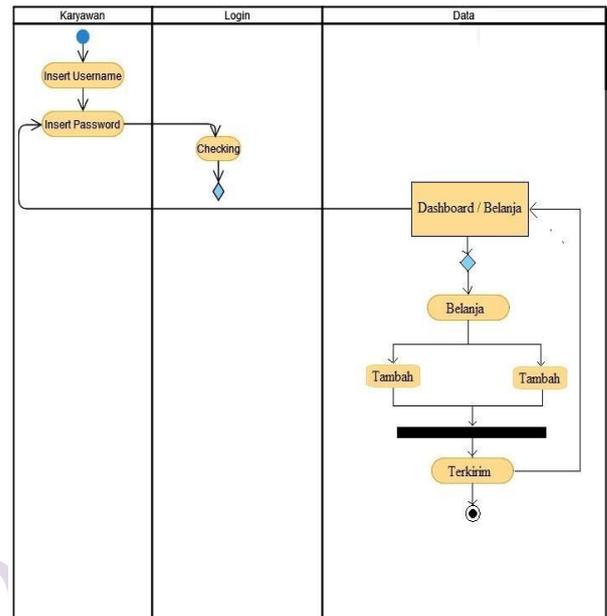
Gambar 3. Admin Activity Diagram

Berikut adalah penjelasan dari *Activity diagram* sistem Informasi *Customer Relationship Management* dari sisi admin pada gambar 4 sebagai berikut:



Gambar 4. Karyawan Activity Diagram

Berikut adalah penjelasan dari *Activity diagram* sistem Informasi *Customer Relationship Management* dari sisi customer pada gambar 5 sebagai berikut:



Gambar 5. Customer Activity Diagram

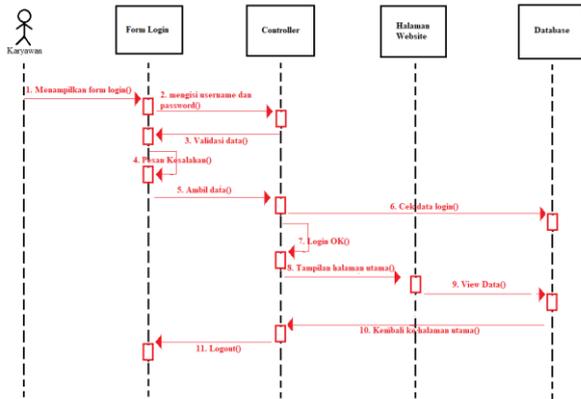
d. *Sequence Diagram*

Sequence diagram digunakan untuk menjelaskan dan menampilkan interaksi antar objek dalam suatu sistem secara detail. Selain itu, *sequence diagram* juga akan menampilkan pesan atau perintah yang dikirimkan beserta waktu eksekusinya. Untuk lebih jelasnya *Sequence Diagram* untuk sistem informasi *Customer Relationship Management* untuk admin pada gambar 6 berikut ini.



Gambar 6. Admin Sequence Diagram

Sequence Diagram untuk sistem informasi *Customer Relationship Management* untuk Karyawan pada gambar 7 berikut ini.



Gambar 7. Karyawan Sequence Diagram

4. Implementasi Sistem

Tahap implementasi sistem merupakan salah satu tahapan dalam siklus hidup pengembangan sistem, dimana tahapan ini merupakan tahapan agar sistem informasi siap digunakan. Pada tahap ini beberapa kegiatan berlangsung secara berurutan, mulai dari pelaksanaan rencana pelaksanaan, pelaksanaan kegiatan pelaksanaan, dan pelaksanaan tindak lanjut.

Agar implementasi dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan yang diharapkan maka perlu dibuat perencanaan terlebih dahulu. Rencana implementasi ini dimaksudkan untuk mengatur biaya dan waktu yang diperlukan selama tahap implementasi.

Untuk mengimplementasikan program yang telah dirancang dibutuhkan alat berupa komputer atau laptop, dimana untuk pengoperasian komputer atau laptop itu sendiri dibutuhkan tiga komponen pendukung yaitu hardware, software, dan brainware.

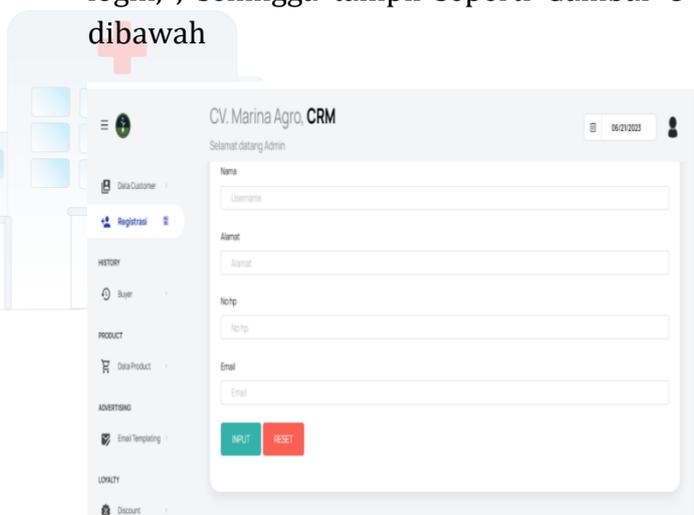
Pengujian Sistem

Pengujian sistem dilakukan untuk mengetahui sejauh mana sistem informasi

yang dirancang dapat mengatasi masalah, serta untuk mengetahui hubungan antar komponen sistem.

a. Halaman Dashboard

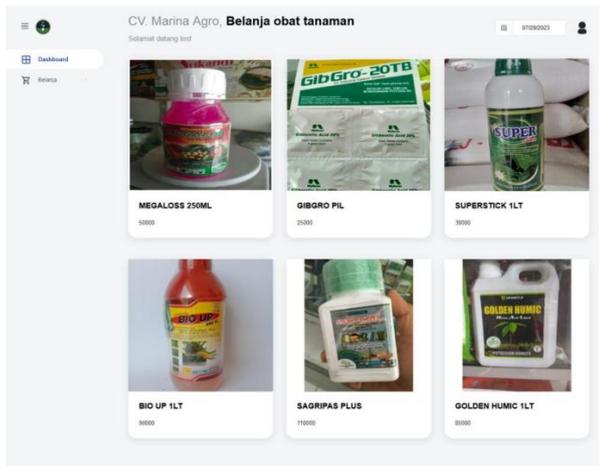
Halaman Dashboard merupakan halaman yang terlihat pada saat website Sistem Informasi Customer Relationship Management diaktifkan dengan membuka program aplikasi di komputer / laptop admin kemudian masuk ke folder program lalu ketikkan php artisan serve di cmd, setelah itu buka web browser, lalu akses localhost:8000. Ada tiga tampilan dashboard untuk web ini, dimana yang pertama adalah dashboard ketika admin login, , sehingga tampil seperti Gambar 8 dibawah



Gambar 8. Halaman Dashboard Admin

Ketiga, Tampilan dashboard ketika pelanggan atau customer login, tentu saja tampilannya akan berbeda dengan saat admin dan karyawan login, tampilan dashboard karyawan seperti Gambar 9

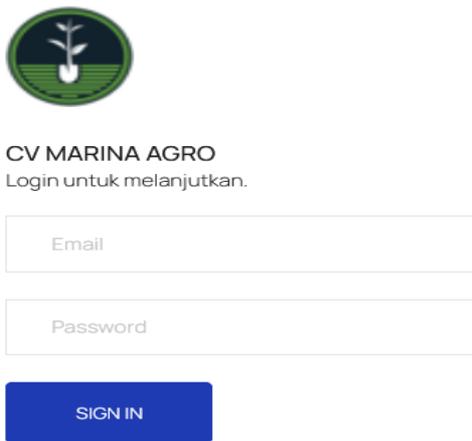
dibawah



Gambar 9. Halaman Dashboard Customer

b. Halaman Login

Form login merupakan tampilan setelah web terbuka dan klik url login yang tertera di halaman dashboard sehingga tampil form login, kemudian isi username, dan password seperti Gambar 10 dibawah



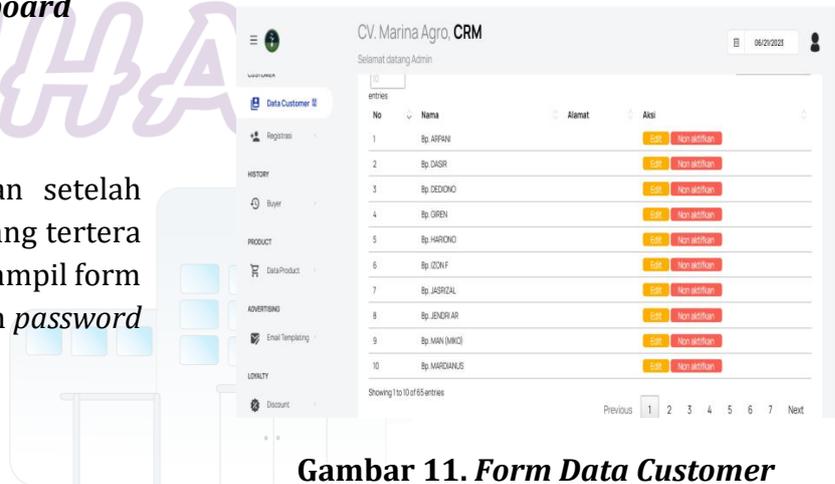
Gambar 10. Form Login

Login merupakan tampilan dari hasil eksekusi program yang pertama untuk masuk ke menu, dimana pada saat admin

melakukan login dan masuk ke dalam sistem, tampilan yang tersedia terdiri dari menu adalah data customer, registrasi, data product, data customer, dan juga fitur email dan discount.

c. Form Data Customer

Form data pelanggan merupakan form yang digunakan untuk menampilkan data – data pelanggan maka klik Data Customer pada menu kemudian akan terlihat seperti Gambar 11 dibawah



Gambar 11. Form Data Customer

d. Form Registrasi

Form data registrasi merupakan form yang digunakan untuk mengentrikan data – data pelanggan maka klik Registrasi pada menu kemudian isi seperti Gambar 12 dibawah

Gambar 12. Form Registrasi

e. Form Buyer

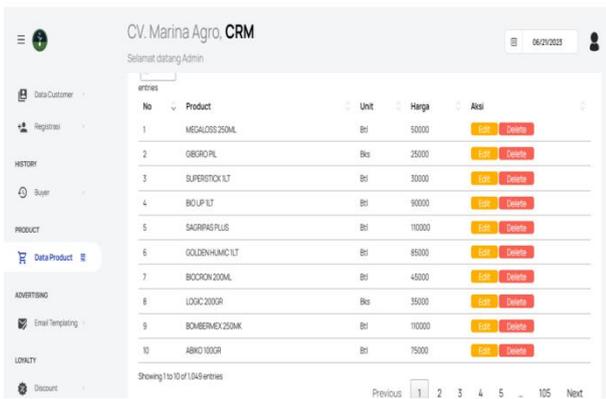
Form data Buyer merupakan form yang digunakan untuk menampilkan data – data pelanggan dan barang apa saja yang di beli maka klik Buyer pada menu kemudian isi seperti Gambar 13 dibawah.



Gambar 13. Form Buyer

f. Form Data Produk

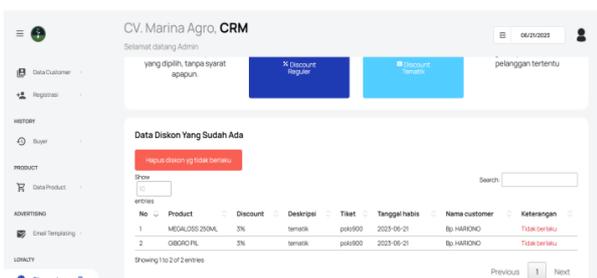
Form data *product* merupakan form yang digunakan untuk menampilkan data - data barang yang tersedia di CV. Marina Agro beserta harga maka klik Data *Product* pada menu kemudian isi seperti Gambar 14 dibawah.



Gambar 14. Form Data Product

g. Form Diskon

Form data *discount* merupakan form yang menampilkan fitur potongan harga untuk pelanggan yang ditentukan oleh admin maka klik *Discount* pada menu kemudian isi seperti Gambar 15 dibawah.

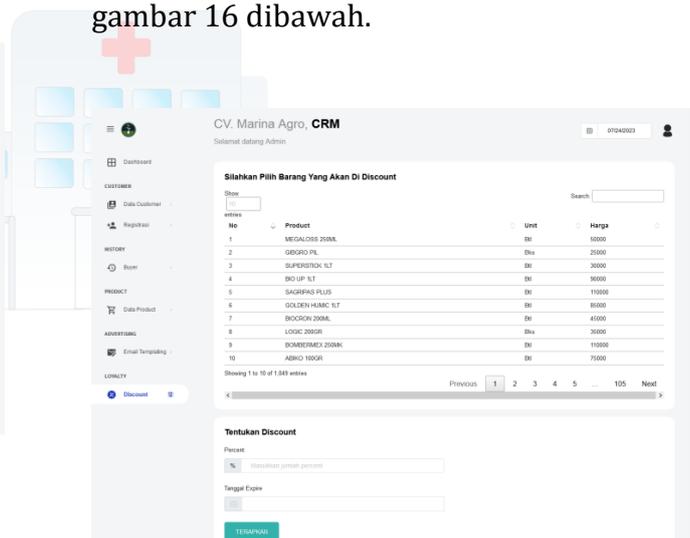


Gambar 15. Form Diskon

Potongan harga yang tersedia ada dua jenis, yaitu *discount reguler* dan tematik. *discount reguler* merupakan potongan harga untuk semua jenis barang dan *discount tematik* adalah potongan harga yang akan dikirim kepada pelanggan melalui *email templating* dengan memberikan kode *voucher* beserta masa tenggang berlaku *voucher*.

h. Form Diskon Regular

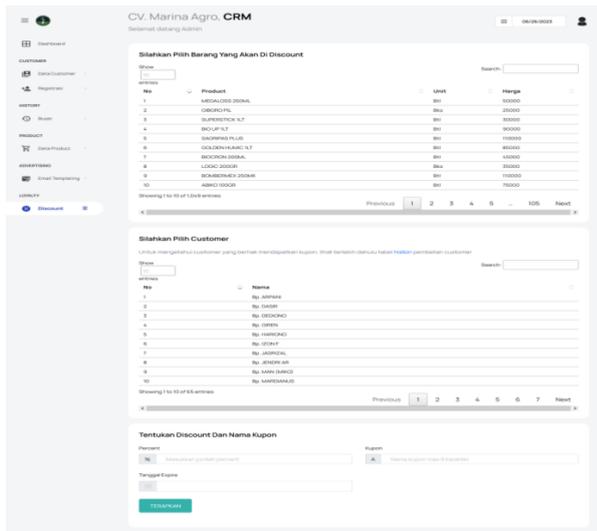
Discount Regular merupakan salah satu fitur dari Form *Discount*, dimana tidak ada persyaratan khusus bagi pelanggan untuk mendapatkan potongan harga barang yang dijual di CV. Marina Agro. bisa dilihat seperti gambar 16 dibawah.



Gambar 16. Form Diskon Regular

i. Form Diskon Tematik

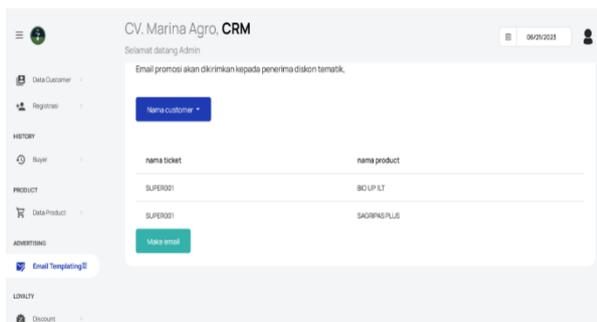
Discount tematik merupakan salah satu fitur dari Form *Discount*, dimana hanya pelanggan yang mendapatkan email dari toko yang berhak mendapat potongan harga barang yang dijual di CV. Marina Agro. hingga waktu yang telah ditentukan admin bisa dilihat seperti gambar 17 dibawah.



Gambar 17. Form Diskon Tematik

j. Form Email Templating

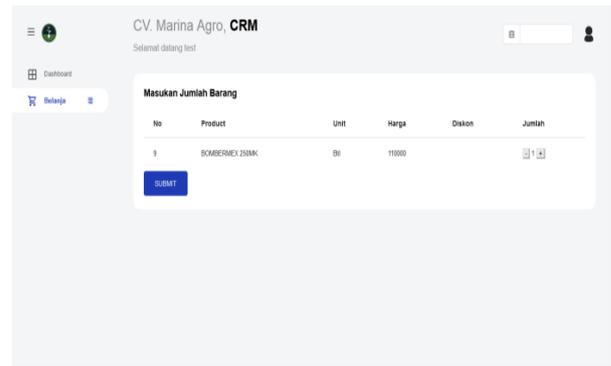
Email Templating merupakan fitur pengiriman pesan program loyalitas toko yang dinamakan discount tematik kepada pelanggan melalui email. Pesan yang dikirimkan berisi pemberian kode voucher dan nama produk yang telah ditentukan pihak toko untuk mendapat potongan harga hingga waktu yang ditentukan, seperti gambar 18 dibawah.



Gambar 18. Form Email Templating

k. Form Belanja

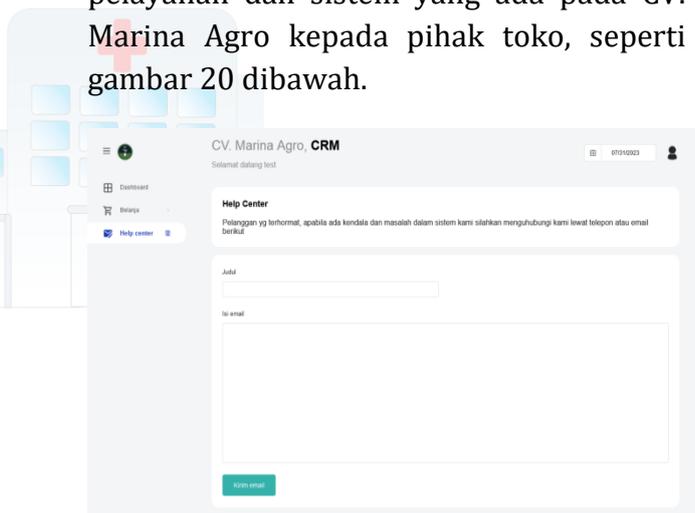
Form Belanja merupakan proses pembelian produk oleh pelanggan/ Customer setelah memilih terlebih dahulu apa barang yang akan dibeli pada web CV. Marina Agro, seperti gambar 19 dibawah



Gambar 19. Form Belanja

l. Form Help Center

Form Help Center merupakan fitur pengiriman pesan oleh pelanggan / Customer ketika ingin menyampaikan pendapat mengenai baik atau tidaknya, pelayanan dan sistem yang ada pada CV. Marina Agro kepada pihak toko, seperti gambar 20 dibawah.



Gambar 20. Form Help Center

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan pada bab – bab sebelumnya dan menjawab rumusan masalah, tujuan penelitian serta mengacu pada proses dan hasil analisis data dalam penelitian ini, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dengan menggunakan Sistem Informasi Customer Relationship Management menjadikan penjualan pada CV. Marina Agro lebih meningkat.

2. Dengan adanya Sistem Informasi Customer Relationship Management dapat digunakan sebagai alternatif terbaik dalam meningkatkan kualitas pelayanan toko. Karna mempermudah pelanggan untuk berbelanja di CV. Marina Agro.
3. Sistem Informasi Customer Relationship Management dapat membantu pihak pengelola toko dapat menyediakan kebutuhan dan keinginan pelanggan di toko obat pertanian CV. Marina Agro, dengan cara Customer mengirimkan email kepada pihak toko.
4. Sistem informasi Customer Relationship Management dapat mempermudah akses pelanggan dalam proses pembelian, karna pembeli tidak harus langsung datang ke toko untuk berbelanja.
5. Dengan adanya sistem informasi Customer Relationship Management CV. Marina Agro dapat mempermudah pengelolaan data barang dan data pelanggan.

SARAN

Pembuatan sistem pendukung ini masih sangat sederhana dan jauh dari kesempurnaan sehingga perlu adanya pengembangan sistem, antara lain:

1. Aplikasi Sistem Informasi Costumer Relationship Management ini masih dapat dikembangkan atau dimodifikasi sesuai dengan kasus yang lain.
2. Dalam sistem yang baru ini diharapkan pihak pemilik/admin CV. Marina Agro untuk meninjau ulang sistem agar dapat terhindar dari kesalahan – kesalahan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih peneliti ucapkan kepada pihak yang telah membantu hingga penelitian ini dapat dilaksanakan dengan optimal, terima kasih kepada CV. Marina Agro yang telah memberikan waktu dan kesempatan untuk bekerjasama dalam melaksanakan penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Albert, M., & Santoso, A. B. (2022). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI CRM PADA CAR WASH AUTO 74 CABANG RAJABASA BERBASIS WEB. *Teknologiterkini.org* Volume 2 (3).
- Alwendi. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Manajemen Bisnis ISSN : 1829-8486 (print) | ISSN : 2528-1216*.
- Anggraini, Y., & Pasha, D. (2020). SISTEM INFORMASI PENJUALAN SEPEDA BERBASIS WEB MENGGUNAKAN FRAMEWORK CODEIGNITER (STUDI KASUS : ORBIT STATION). *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (JTSI)*.
- Ayu, F., & Permatasari, N. (2018). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENGOLAHAN DATA PRAKTEK KERJA LAPANGAN (PKL) PADA DEVISI HUMAS PT. PEGADAIAN. *Jurnal Intra-Tech*.
- Iqbal Aditya Pangestu, G. T. (2021). SISTEM INFORMASI REKOMENDASI PRODUK DENGAN PENDEKATAN COSTUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI CV.XYZ. *KOPUTA : Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika vol 10 no 2*.
- irwanto.(2021). Perancangan Sistem Informasi Sekolah kejuruan dengan

- Menggunakan Metode Waterfall (Studi Kasus SMK PGRI 1 Kota Serang-Banten). *Lectura : Jurnal Pendidikan Vol.12 No.1* .
- Kurniawan, A. C. (2019). Penerapan CRM dalam sistem informasi Penjualan di toko bagus arloji Pare. *journal UNPGRI kediri*.
- Mahardika, B. T. (2020). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI MANAGEMENT SISWA BERPRESTASI BERBASIS ANDROID PADA SMK PGRI RAWALUMBU. *ISSN 2088- 060X Volume X. No. 2. September* .
- maida, A. (2019). Implementasi E-CRM untuk pemasaran pakaian home industry pada tata busana nurainun berbasis web.
- Noer Azni Septiani, A. A. (2022). PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA PENJUALAN GAS MEDICAL DENGAN METODE EXTREME PROGRAMMING. *jurnal TEKINKOM volume 5, nomor 2. , 311*.
- Prawiro, R. (2022). Internet Marketing By Implementing Enterprise Resource Planning (Erp) At The Mukomuko Milk Center Using Php Programming Language And Mysql Database. *Sustainability: Theory, Practice and Policy* .
- Sahi, A. (2020). APLIKASI TEST POTENSI AKADEMIK SELEKSI SARINGAN MASUK LP3I BERBASIS WEB ONLINE MENGGUNAKAN FRAMEWORK CODEIGNITER. *TEMATIK - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi , 122*.
- Sari, H. I., & Prasetiawati, R. (2020). Analisis Sistem Informasi Customer Relationship Management Berbasis Web Pada PT. INOVATIF TEKNIK MESINDO. *TMJ (Technomedia Journal) Vol.5 No.1* .
- Siregar, D. N., Cahyani, W., & Chaniago, A. U. (2020). PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA IRIAN CARD (I-CARD) PADA IRIAN DEPT STORE & SUPERMARKET MEDAN MARELAN. *Jurnal Sistem Informasi Kaputama (JSIK)* .
- Siregar, D. S., & Ula, M. (2019). SISTEM INFORMASI PENDATAAN HASIL PERIKANAN DI KOTA LHOEKSEUMAWE BERBASIS WEBSITE. *Jurnal Sistem Informasi ISSN P : 2598-599X; E: 2599-0330* .
- syarif, M., & Nugraha, W. (2020). PEMODELAN DIAGRAM UML SISTEM PEMBAYARAN TUNAI PADA TRANSAKSI E-COMMERCE. *Jurnal Teknik Informatika Kaputama (JTIK) Vol. 4 , No. 1* .