

# Metode CRM Dalam Meningkatkan Pemasaran Pakaian Pada Irma Collection Dengan Bootstrap 3

## *CRM Method in Improving Clothing Marketing at Irma Collection with Bootstrap 3*

<sup>1</sup> Rizki Rahmawati\*, <sup>2</sup> Masitah Handayani, <sup>3</sup> Rika Nofitri

<sup>1,2</sup>Program Studi Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Royal, Kisaran, Indonesia.

<sup>3</sup>Program Studi Sistem Komputer, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Royal, Kisaran, Indonesia.

e-mail: <sup>1\*</sup> [kikiiriz1234@gmail.com](mailto:kikiiriz1234@gmail.com), <sup>2</sup> [bungafairuz8212@gmail.com](mailto:bungafairuz8212@gmail.com),  
<sup>3</sup> [nofitrika15@gmail.com](mailto:nofitrika15@gmail.com)

(received: 15 March 2024, revised: 22 March 2024, accepted: 24 March 2024)

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma Collection dengan Bootstrap 3 karena Irma Collection belum memiliki sarana atau sistem untuk menyebar luaskan produknya. Pelanggan harus langsung datang ke toko, hal ini menyebabkan pelanggan harus bertanya terlebih dahulu mengenai informasi detail tentang produk sehingga kurang efektif karena tidak adanya fasilitas yang membantu pelanggan untuk mengetahui informasi mengenai produk. Irma Collection sangat perlu perbaikan yaitu dibangunnya sistem agar dapat memberikan pelayanan yang baik serta memuaskan minat pelanggan dan memudahkan pemilik untuk merekap laporan barang yang terjual. Dengan adanya sistem Customer Relationship Management (CRM) diharapkan Irma Collection lebih mudah menarik banyak pelanggan dan mempertahankan minat pelanggan untuk menjadi pelanggan tetap di Irma Collection.

**Kata kunci:** CRM; Meningkatkan Pemasaran; Irma Collection.

### Abstract

*The purpose of this research is to improve clothing marketing at Irma Collection with Bootstrap 3 because Irma Collection does not have a means or system to spread its products. Customers must come directly to the store, this causes customers to ask first about detailed information about the product so that it is less effective because there is no facility that helps customers to find out information about the product. Irma Collection really needs improvement, namely the construction of a system in order to provide good service and satisfy customer interest and make it easier for owners to recap reports on goods sold. With the Customer Relationship Management (CRM) system, it is expected that Irma Collection will be easier to attract many customers and maintain customer interest to become regular customers at Irma Collection.*

**Keywords:** CRM; Improve Marketing; Irma Collection.

## 1 Pendahuluan

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan primer setiap individu yang harus dipenuhi. Meningkatnya populasi individu saat ini berbanding lurus dengan permintaan akan pakaian. Hal tersebut yang menjadikan kebutuhan sandang ini tidak akan pernah habis. Model dan tren akan jenis pakaian terus berkembang dan menuntut individu untuk memperbarui cara berpakaian dan mengikuti tren yang ada [1].

Saat ini dunia fashion di Indonesia sangat berkembang, terutama karena faktor modernisasi yang banyak mempengaruhi dunia fashion. Perkembangan tersebut juga membuat masyarakat banyak mengubah gaya hidup dan gaya berpakaian. Dunia fashion sangat berpengaruh pada gaya hidup masyarakat Indonesia karena masyarakat menjadi lebih tertarik untuk memperhatikan penampilan mereka [2].

Kebiasaan masyarakat dalam mengikuti tren baju semakin berkembang pesat. Fashion telah menjadi bagian penting dari gaya, tren, dan penampilan kehidupan sehari-hari, jadi fashion trend adalah sesuatu yang berkembang dalam suatu masyarakat sebagian besar di istilah gaya busana [3]. Ada banyak alasan untuk konsumen untuk mengikuti tren seperti mencegah diri dari ketinggalan zaman, untuk aktualisasi diri, memenuhi kebutuhan batin, untuk meningkatkan kepercayaan diri dan mendapatkan pengakuan dari orang lain. Hal ini tentu berdampak pada perilaku belanja masyarakat yang dapat menciptakan budaya baru dalam masyarakat [4].

Peluang usaha dibidang penjualan pakaian saat ini cukup banyak karena fashion sangat digemari masyarakat, sejak manusia ada di dunia ini, perkembangan fashion sangat luar biasa dan selalu berkembang serta digandrungi masyarakat. Mulai kios-kios kecil di pasar tradisional, stand-stand di perkampungan kecil, toko-toko di pusat grosir hingga butik-butik yang menawarkan fashion dengan harga yang sangat fantastis. Model fashion juga terus berkembang dan berganti – ganti seiring peradaban manusia eksis [5].

Customer Relationship Management adalah suatu proses dalam mendapatkan, mempertahankan dan meningkatkan hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan tujuan untuk menciptakan nilai pelanggan, sehingga pelanggan puas dan memaksimalkan keuntungan bagi perusahaan memperoleh dalam rangka memperoleh keunggulan bersaing (comparative advantage), memperhatikan mutu produk agar dapat memberikan kepuasan yang prima bagi pelanggan. CRM pada dasarnya merupakan kolaborasi dengan setiap konsumen yang mampu menciptakan keadaan yang tidak merugikan salah satu pihak [6].

Permasalahan Pada Irma Collection yaitu saat ini masih menggunakan sistem penjualan secara manual dimana pelanggan harus datang langsung ke toko atau menelepon untuk proses pemesanan, sehingga strategi yang ada belum memuaskan pelanggan dalam mengetahui informasi mengenai produk serta diskon dan bonus yang diberikan oleh Irma Collection untuk pelanggan. Irma Collection masih melakukan penyimpanan data penjualan dan data pelanggan dengan cara mencatat dinota, sehingga kurang efektif [7].

Masalah-masalah tersebut muncul karena pemilik Irma Collection pendapatan yang tidak stabil dikarenakan kurangnya promosi, pelayanan yang tidak maksimal, dan persaingan penjualan pakaian yang semakin meningkat di media sosial. Jika tidak diantisipasi lebih awal akan berdampak buruk bagi pendapatan Irma Collection. Oleh karena itu, sangat dibutuhkan strategi pemasaran agar dapat memperluas jaringan pemasaran pakaian serta mempertahankan pelanggan yang sudah pernah melakukan pembelian di Irma Collection dengan cara penerapan CRM. Adapun penerapan CRM yang dapat dilakukan yaitu dengan cara memberikan diskon dan bonus berupa potongan di setiap pembelian tertentu [8] [9].

Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah Mengetahui proses merancang *website* untuk meningkatkan daya saing dalam pelayanan serta promosi, diskon dan bonus di Irma Collection. Untuk membuat perancangan sistem pemasaran, penjualan dan

pelayanan pelanggan pada Irma *Collection* dengan menerapkan E-CRM. Melakukan perancangan sistem penyimpanan data penjualan dan data pemasaran pelanggan pada Irma *Collection*.

## 2 Tinjauan Literatur

Berikut beberapa penelitian yang relevan dengan skripsi ini adalah: Penelitian yang berjudul “Konsep E-CRM untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Serta Minat Beli Pelanggan Toko Cici Busana”. Hasil penelitiannya adalah dapat mengelola penjualan produk secara *online*, sehingga mempermudah dalam memasarkan produk dengan lebih efektif dan memperluas jangkauan penjualan produk kepada pelanggan terutama pelanggan yang di luar wilayah Toko Cici Busana [10]. Penelitian yang berjudul “Penerapan Metode CRM Pada Perancangan Sistem Informasi Penjualan Pakaian dan Aksesoris”. Hasil penelitiannya adalah adanya sistem promosi dan penjualan pada toko VJ *Collection* dapat membantu pihak toko dalam mengelola data transaksi penjualan, transaksi pembelian, transaksi pemesanan, transaksi pembayaran, transaksi pengiriman, dan transaksi pengembalian secara lebih detail dan terstruktur [11].

Penelitian Yang Berjudul “Perancangan E-CRM Penjualan Produk pada Kaka *Collection*”. Hasil penelitiannya adalah dapat menjadi solusi perusahaan dalam manajemen pelayanan perusahaan dan dapat memanfaatkan *database* pelanggan beserta keluhannya untuk menjadi masukan dan perbaikan perusahaan dan dapat mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan (*order*) serta dijadikan sebagai media promosi produk perusahaan yang dapat menghemat biaya perusahaan dalam mempromosikan produk kepada pelanggan [12].

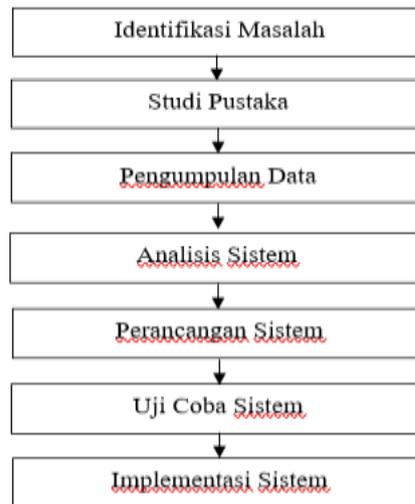
Penelitian Yang Berjudul “Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Pada Toko Urban *Traffic* Berbasis Web”. Hasil penelitiannya adalah mempermudah pekerjaan karyawan karena adanya *database* pelanggan yang jelas, sedangkan pelanggan mendapatkan fasilitas lebih dari perusahaan dan mempermudah pelanggan untuk melakukan komunikasi dan mendapatkan informasi terkait dengan produk sesuai dengan keinginan pelanggan dan memudahkan proses dalam bertransaksi tanpa harus mendatangi toko secara langsung [13]. Penelitian yang berjudul “Penerapan *Electronic* CRM Berbasis Web Pada Dianid *Collection* “. Hasil penelitiannya adalah mempermudah pelanggan dalam mengakses segala informasi tentang berbagai produk yang ada di Dianid *Collection*. Untuk merancang sistem penjualan *online* di Dianid *Collection* berbasis *website* menggunakan bahasa pemrograman PHP dan *database* MYSQL dengan mengintegrasikan sistem pembayaran *online* dan pengiriman barang ke dalam sistem penjualan *online* [14].

## 3 Metode Penelitian

Di dalam melakukan penelitian ini, penulis melakukan sebuah riset di Irma *Collection*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Merupakan penelitian yang hanya mengumpulkan data dan menjelaskan secara deskriptif/narasi tanpa harus diolah dengan pengujian statistik. Penelitian ini hanya akan memanfaatkan data yang diperoleh dari tempat riset dan menginputkannya tanpa mengubah apapun. Data yang diperoleh berdasarkan observasi dan wawancara di toko Irma *Collection* yang diperoleh data berupa jenis pakaian dan penghasilan perbulan pada 2023. Salah satu komponen yang penting dalam penelitian adalah proses peneliti dalam pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian. Terdapat langkah pengumpulan data dan teknik pengumpulan data yang harus diikuti. Dalam penelitian ini penulis menggunakan empat cara untuk mengumpulkan data, yaitu pengamatan, wawancara, studi pustaka/ literatur sejenis dan dokumentasi.

<http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id>

Kerangka kerja merupakan panduan yang membantu peneliti dalam menangani masalah yang dijelaskan. Berikut adalah langkah-langkah dalam kerangka kerja yang diterapkan disajikan dalam Gambar 1.



**Gambar 1. Kerangka Kerja Penelitian**

Kerangka pemikiran dibutuhkan untuk membantu penyusunan penelitian ini, agar jelas tahapan-tahapannya sehingga memudahkan penelitian sehingga mencapai tujuan yang diharapkan [15][16][17]. Kerangka pemikiran pada penelitian ini dinyatakan dalam bentuk skema sederhana menurut pokok-pokok penelitian dan hubungannya disajikan dalam Gambar 2.



**Gambar 2. Kerangka Pemikiran**

## 4. Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini menjelaskan proses analisis data dan sistem yang di dapatkan pada saat penelitian dengan analisis sebagai berikut:

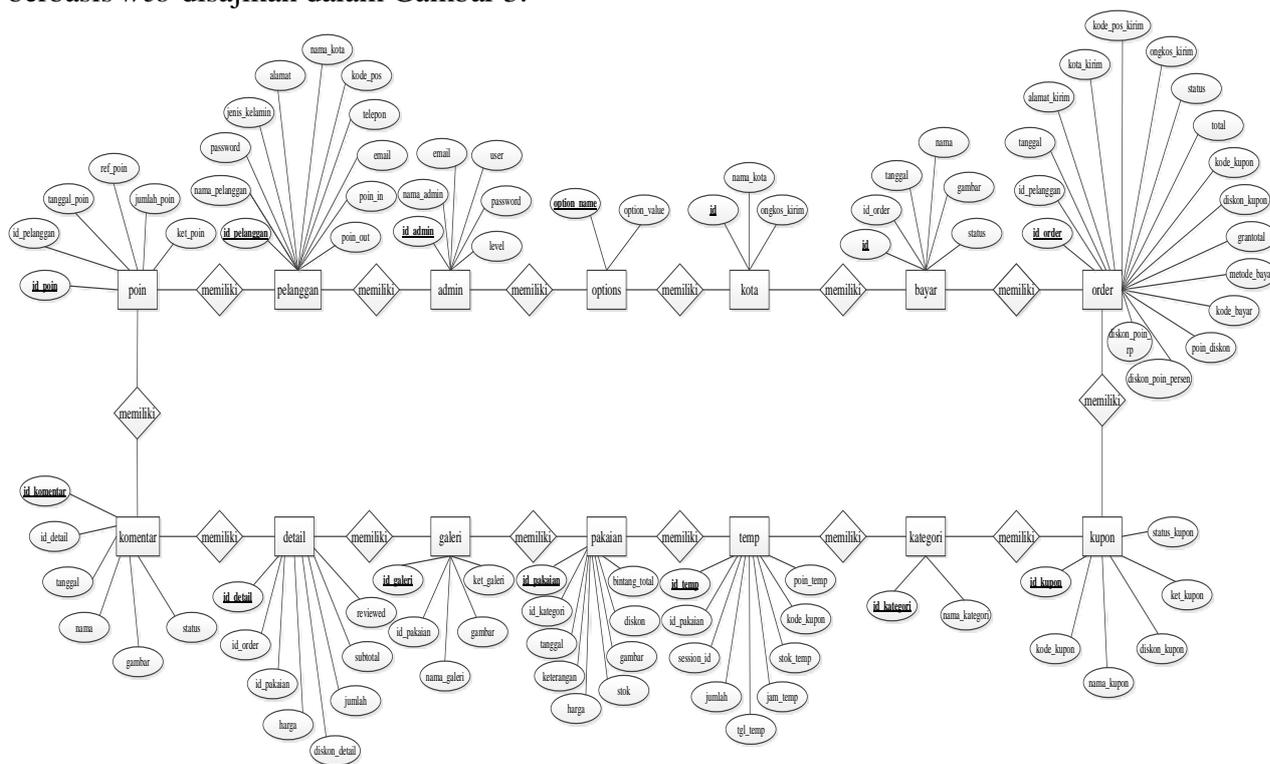
### 4.1 Analisis Sistem

Penguraian dari suatu sistem informasi yang utuh ke dalam bagian-bagian komponennya dengan maksud untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan,

kesempatan, hambatan yang terjadi dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan. Tahap analisis dilakukan setelah tahap perencanaan sistem dan sebelum tahap desain sistem. Tahap ini merupakan tahap yang kritis dan sangat penting, karena kesalahan dalam tahap ini menyebabkan kesalahan pada tahap selanjutnya. Analisis sistem pada toko Irma Collection yang telah dilakukan penulis adalah masalah yang terjadi di Irma Collection dimana tidak adanya strategi khusus yang menangani pelayanan pelanggan dan pelayanan produk. Alur dan sistem yang sedang berjalan untuk penerapan sistem informasi Customer Relationship Management (CRM) pada Irma Collection akan diuraikan menggunakan class diagram, use case diagram, activity diagram, sequence diagram dan entity relationship diagram (ERD). Pengamatan sistem informasi lama pada prinsipnya adalah mempelajari sistem yang ada dengan melakukan penelitian dan pengamatan terhadap unit-unit kerja yang terlibat dalam melakukan suatu pelayanan pelanggan di Irma Collection. Hal ini bertujuan untuk tahap analisis sistem yang sangat kritis dan sangat penting, karena kesalahan di dalam tahapan ini akan menyebabkan juga kesalahan ditahap selanjutnya.

Sistem yang sedang berjalan pada proses pelayanan pelanggan pada toko Irma Collection belum efektif dan efisien untuk meningkatkan pemasaran, maka dalam hal menganalisis sistem harus mengetahui kebutuhan informasi yang diinginkan, antara lain informasi berupa laporan data yang sangat diperlukan untuk proses pelayanan pelanggan dan pelayanan produk dengan cepat dan akurat. Dengan adanya komputer sebagai teknologi, dalam penerapan sistem baru diharapkan mampu meningkatkan pemasaran dan pendapatan Irma Collection.

Entity Relationship Diagram adalah suatu metode yang pemodelan basis data yang digunakan merupakan skema konseptual yang dimana jenis dari model data semantic sistem. Dimana sistem yang digunakan pada entity relationship diagram merupakan basis data relasional yang memiliki sifat top-down. ERD sistem informasi CRM pada Irma Collection berbasis web disajikan dalam Gambar 3.



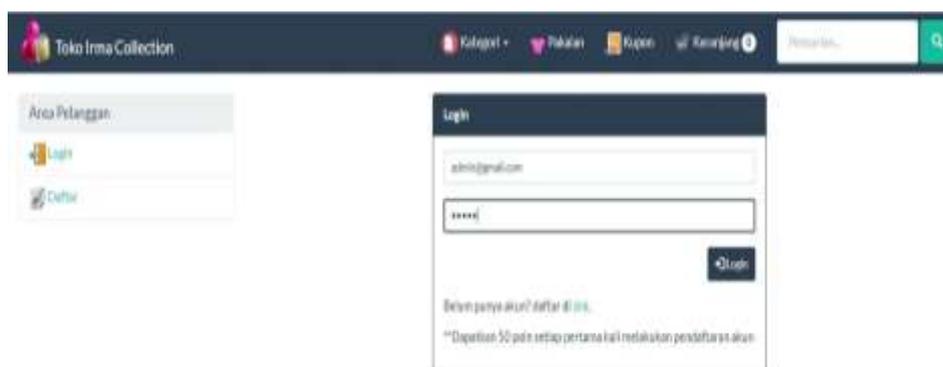
Gambar 3. Entity Relationship Diagram (ERD)

## 4.2 Implementasi Antarmuka

Implementasi antarmuka dilakukan dengan setiap halaman program yang dibuat dan pengkodeannya dalam bentuk *file* program. Berikut ini adalah implementasi antarmuka aktor *admin* pada penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma Collection dengan *Bootstrap 3* adalah:

### 1. Halaman *Login Admin*

Halaman *login admin* adalah halaman yang pertama kali ditampilkan ketika *admin* mengakses *website*. *Admin* dapat masuk ke dalam sistem dengan menggunakan *username* dan *password*. Jika *password* dan *username* cocok, maka *admin* akan diarahkan ke halaman utama (*dashboard*) dan jika tidak maka akan muncul pemberitahuan untuk melakukan *login* kembali. Hasil dari implementasi tampilan halaman *login admin* dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pada Irma Collection dengan *Bootstrap 3* disajikan dalam Gambar 4.



Gambar 4. Halaman *Login Admin*

### 2. Halaman Utama (*dashboard*) *Admin*

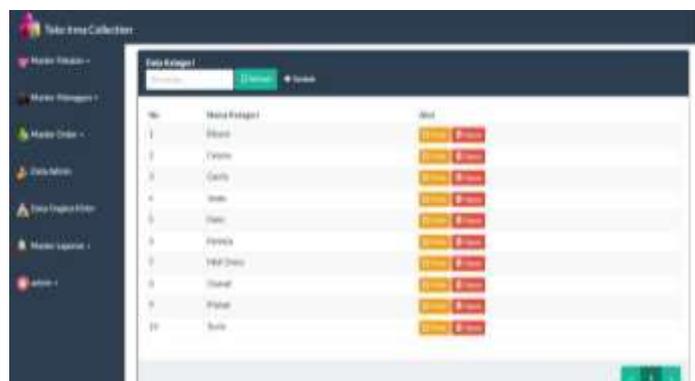
Halaman utama (*dashboard*) *admin* merupakan tampilan pertama setelah pengguna dengan hak akses *admin* berhasil masuk ke dalam sistem. Halaman ini adalah halaman utama yang menampilkan menu master pakaian, master pelanggan, master order, data *admin*, data ongkos kirim, master laporan dan menu *admin*. Hanya pengguna dengan hak akses admin yang bisa mengelola data di halaman ini. Hasil dari implementasi tampilan halaman utama admin dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma Collection dengan *Bootstrap 3* disajikan dalam Gambar 5.



Gambar 5. Halaman Utama (*dashboard*) *Admin*

### 3. Halaman Master Pakaian (Kategori) Admin

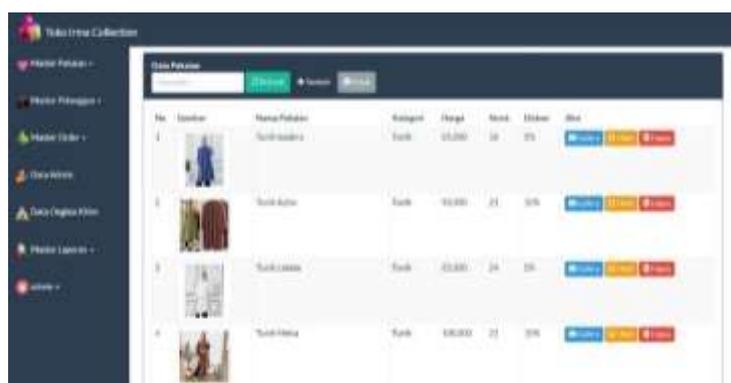
Halaman master pakaian (kategori) *admin* merupakan halaman yang menampilkan nama kategori pakaian dan aksi yang tersedia pada toko Irma Collection. Hasil dari implementasi tampilan halaman master pakaian (kategori) *admin* dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma Collection dengan Bootstrap 3 disajikan dalam Gambar 6.



**Gambar 6. Halaman Master Pakaian (Kategori) Admin**

### 4. Halaman Master Pakaian (Pakaian) Admin

Halaman master pakaian (pakaian) *admin* merupakan halaman yang menampilkan gambar, nama pakaian, kategori, harga, stok, diskon dan aksi yang tersedia pada toko Irma Collection. Hasil dari implementasi tampilan halaman master pakaian (pakaian) *admin* dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma Collection dengan Bootstrap 3 disajikan dalam Gambar 7.



**Gambar 7. Halaman Master Pakaian (Pakaian) Admin**

### 5. Halaman Master Pelanggan (Pelanggan) Admin

Halaman master pelanggan (pelanggan) *admin* merupakan halaman yang menampilkan nama pelanggan, jenis kelamin, alamat, kecamatan/kota, kode pos, telepon, *email* dan aksi yang tersedia pada toko Irma Collection. Hasil dari implementasi tampilan halaman master pelanggan (pelanggan) *admin* dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma Collection dengan Bootstrap 3 disajikan dalam Gambar 8.

No	No Pelanggan	Nama	Alamat	Telepon	Alamat Email	Status	Aksi
1	1001	Andi M. Satrio	Jl. Merdeka No. 1001	08123456789	andi.satrio@gmail.com	Active	[Edit] [Hapus]
2	1002	Saharudin	Jl. Merdeka No. 1002	08123456789	saharudin@gmail.com	Active	[Edit] [Hapus]
3	1003	Andi M. Satrio	Jl. Merdeka No. 1003	08123456789	andi.satrio@gmail.com	Active	[Edit] [Hapus]
4	1004	Andi M. Satrio	Jl. Merdeka No. 1004	08123456789	andi.satrio@gmail.com	Active	[Edit] [Hapus]
5	1005	Andi M. Satrio	Jl. Merdeka No. 1005	08123456789	andi.satrio@gmail.com	Active	[Edit] [Hapus]

**Gambar 8. Halaman Master Pelanggan (Pelanggan) Admin**

#### 6. Halaman Master Pelangan (Kupon) Admin

Halaman master pelanggan (kupon) *admin* merupakan halaman yang menampilkan kode, nama kupon, diskon, keterangan, status dan aksi yang tersedia pada toko Irma Collection. Hasil dari implementasi tampilan halaman master pelanggan (kupon) *admin* dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma Collection dengan *Bootstrap 3* disajikan dalam Gambar 9.

No	Kode	Nama Kupon	Diskon	Keterangan	Status	Aksi
1	CUK-GUDANG	DISKON	10%	Jangan Lewatkan Diskon Gudang Besar Besman	Active	[Edit] [Hapus]
2	ESBANK	DISKON	5%	Kupon Liburan Ceria Diskon Murah Meriah	Active	[Edit] [Hapus]
3	HRP-REMERDEKAAN	DISKON	17%	Pajak Hari Merdeka dengan Penggantian Kupon Liburan	Not Active	[Edit] [Hapus]

**Gambar 9. Halaman Master Pelanggan (Kupon) Admin**

#### 7. Halaman Master Order (Order) Admin

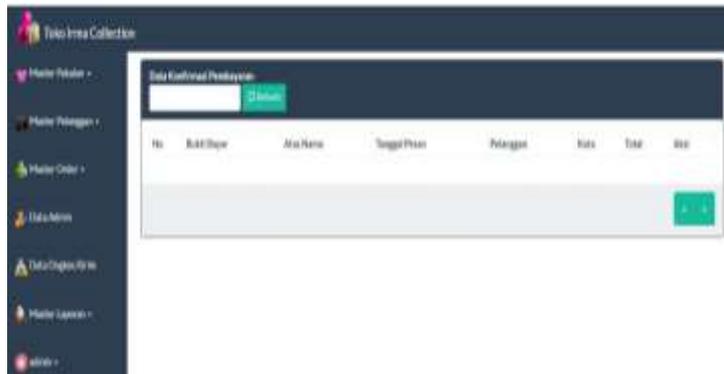
Halaman master order (order) *admin* merupakan halaman yang menampilkan *id* pemesanan, tanggal, pelanggan, kota, total, metode, status dan aksi yang tersedia pada toko Irma Collection. Hasil dari implementasi tampilan halaman master order (order) *admin* dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma Collection dengan *Bootstrap 3* disajikan dalam Gambar 10.

No	ID Pemesanan	Tanggal	Pelanggan	Kota	Total	Metode	Status	Aksi
1	1	11 Februari 2024	Andi Satrio	Surabaya	Rp 12.500	Cash On Delivery	Order	[Edit] [Hapus]
2	2	11 Februari 2024	Saharudin	Surabaya	Rp 7.500	Cash On Delivery	Order	[Edit] [Hapus]
3	3	11 Februari 2024	Andi Satrio	Surabaya	Rp 15.000	Cash On Delivery	Order	[Edit] [Hapus]
4	4	11 Februari 2024	Andi Satrio	Surabaya	Rp 12.500	Transfer	Order	[Edit] [Hapus]
5	5	11 Februari 2024	Andi Satrio	Surabaya	Rp 11.000	Transfer	Order	[Edit] [Hapus]
6	6	11 Februari 2024	Andi Satrio	Surabaya	Rp 11.000	Cash On Delivery	Order	[Edit] [Hapus]
7	7	11 Februari 2024	Andi Satrio	Surabaya	Rp 12.500	Cash On Delivery	Order	[Edit] [Hapus]

**Gambar 10. Halaman Master Order (Order) Admin**

## 8. Halaman Master Order (Pembayaran) *Admin*

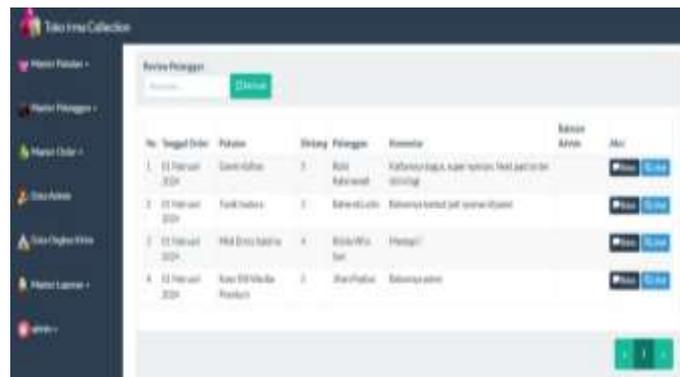
Halaman master order (pembayaran) *admin* merupakan halaman yang menampilkan bukti bayar, atas nama, tanggal pesan, pelanggan, kota, total dan aksi yang tersedia pada toko Irma Collection. Hasil dari implementasi tampilan halaman master order (pembayaran) *admin* dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma Collection dengan *Bootstrap 3* disajikan dalam Gambar 11.



**Gambar 11. Halaman Master Order (Pembayaran) *Admin***

## 9. Halaman Master Order (Komentar) *Admin*

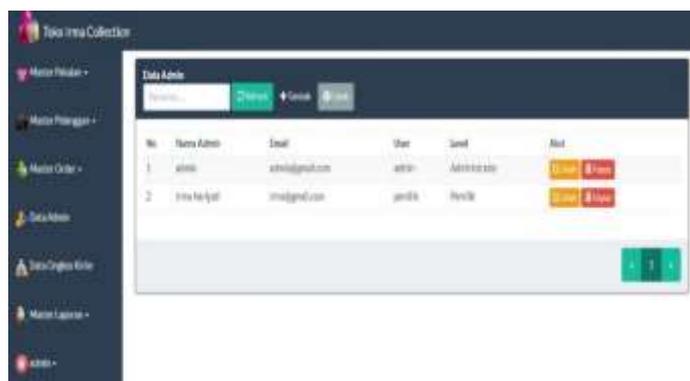
Halaman master order (komentar) *admin* merupakan halaman yang menampilkan tanggal order, pakaian, bintang, pelanggan, komentar, balasan *admin* dan aksi yang tersedia pada toko Irma Collection. Hasil dari implementasi tampilan halaman master order (komentar) *admin* dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma Collection dengan *Bootstrap 3* disajikan dalam Gambar 12.



**Gambar 12. Halaman Master Order (Komentar) *Admin***

## 10. Halaman Data *Admin*

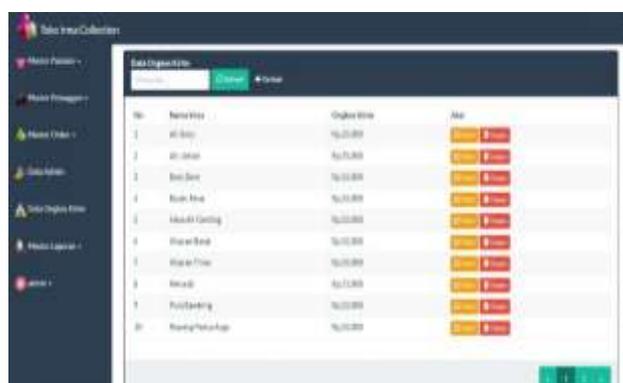
Halaman data *admin* merupakan halaman yang menampilkan nama *admin*, email, user, level dan aksi yang tersedia pada toko Irma Collection. Hasil dari implementasi tampilan halaman data admin dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma Collection dengan *Bootstrap 3* disajikan dalam Gambar 13.



**Gambar 13. Halaman Data Admin**

#### 11. Halaman Data Ongkos Kirim Admin

Halaman data ongkos kirim *admin* merupakan halaman yang menampilkan nama kota, ongkos kirim dan aksi yang tersedia pada toko Irma *Collection*. Hasil dari implementasi tampilan halaman data ongkos kirim admin dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma *Collection* dengan *Bootstrap 3* disajikan dalam Gambar 14.



**Gambar 14. Halaman Data Ongkos Kirim Admin**

#### 12. Halaman Master Laporan (Pemesanan Pakaian) Admin

Halaman master laporan (pemesanan pakaian) *admin* merupakan halaman yang menampilkan pakaian, jumlah dan total yang tersedia pada toko Irma *Collection*. Hasil dari implementasi tampilan halaman master laporan (pemesanan pakaian) admin dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma *Collection* dengan *Bootstrap 3* disajikan dalam Gambar 15.



**Gambar 15. Halaman Master Laporan (Pemesanan Pakaian) Admin**

### 13. Halaman Master Laporan (Pemesanan Pakaian Detail) Admin

Halaman master laporan (pemesanan pakaian detail) *admin* merupakan halaman yang menampilkan order, tanggal, jumlah dan total yang tersedia pada toko Irma Collection. Hasil dari implementasi tampilan halaman master laporan (pemesanan pakaian detail) *admin* dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma Collection dengan *Bootstrap 3* disajikan dalam Gambar 16.



**Gambar 16. Halaman Master Laporan (Pemesanan Pakaian Detail) Admin**

### 14. Halaman Admin (Ubah Password) Admin

Halaman *admin* (ubah *password*) *admin* berfungsi untuk mengubah data *admin*. Halaman *admin* (ubah *password*) *admin* mempunyai *field* *user*, *password* lama, *password* baru dan konfirmasi *password* baru. Hasil dari implementasi tampilan halaman *admin* (ubah *password*) *admin* dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma Collection dengan *Bootstrap 3* disajikan dalam Gambar 17.

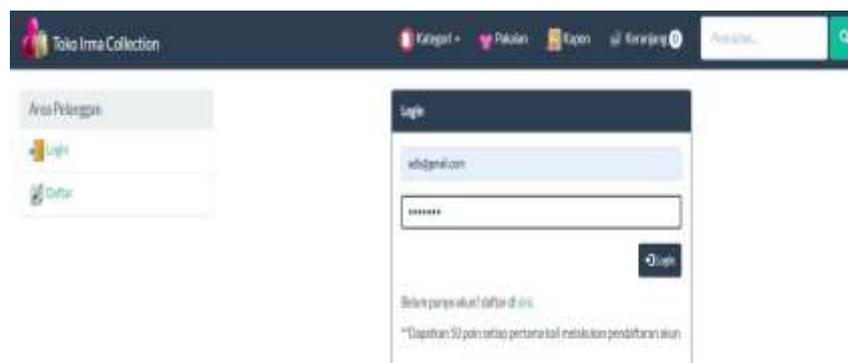


**Gambar 17. Halaman Admin (Ubah Password) Admin**

## 4.3 Implementasi Antarmuka Aktor Pelanggan

### 1. Halaman Login Pelanggan

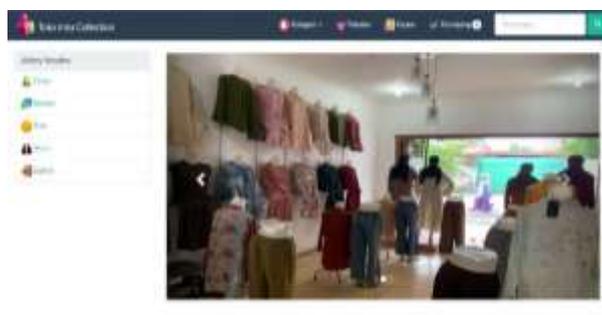
Halaman *login* pelanggan adalah halaman yang pertama kali ditampilkan ketika pelanggan mengakses *website*. Pelanggan dapat masuk ke dalam sistem dengan menggunakan *username* dan *password*. Jika *password* dan *username* cocok, maka akan diarahkan ke halaman utama (*dashboard*) dan jika tidak maka akan muncul pemberitahuan untuk melakukan *login* kembali. Hasil dari implementasi tampilan halaman *login* pelanggan dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pada Irma Collection dengan *Bootstrap 3* disajikan dalam Gambar 18.



**Gambar 18. Halaman *Login* Pelanggan**

## 2. Halaman Utama (*Dashboard*) Pelanggan

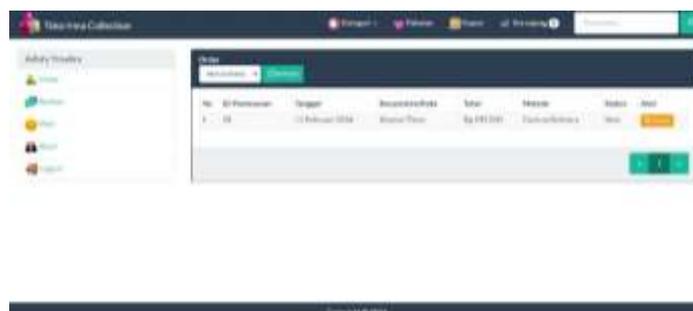
Halaman utama (*dashboard*) pelanggan merupakan tampilan pertama setelah pengguna dengan hak akses pelanggan berhasil masuk ke dalam sistem. Halaman ini adalah halaman utama yang menampilkan order, *review*, poin, akun dan *logout*. Hasil dari implementasi tampilan halaman utama (*dashboard*) pelanggan dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma Collection dengan *Bootstrap 3* disajikan dalam Gambar 19.



**Gambar 19. Halaman Utama (*Dashboard*) Pelanggan**

## 3. Halaman Order Pelanggan

Halaman order pelanggan merupakan halaman yang menampilkan *id* pemesanan, tanggal, kecamatan/kota, total, metode, status dan aksi yang tersedia pada toko Irma Collection. Hasil dari implementasi tampilan halaman order pelanggan dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma Collection dengan *Bootstrap 3* disajikan dalam Gambar 20.



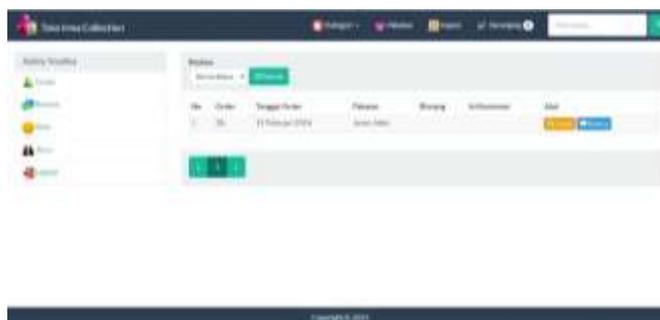
**Gambar 20. Halaman Order Pelanggan**

## 4. Halaman *Review* Pelanggan

Halaman *review* pelanggan merupakan halaman yang menampilkan order, tanggal order, pakaian, bintang, isi komentar dan aksi yang tersedia pada toko Irma Collection. Hasil

<http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id>

dari implementasi tampilan halaman *review* pelanggan dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma *Collection* dengan *Bootstrap 3* disajikan dalam Gambar 21.



**Gambar 21. Halaman *Review* Pelanggan**

#### 5. Halaman Poin Pelanggan

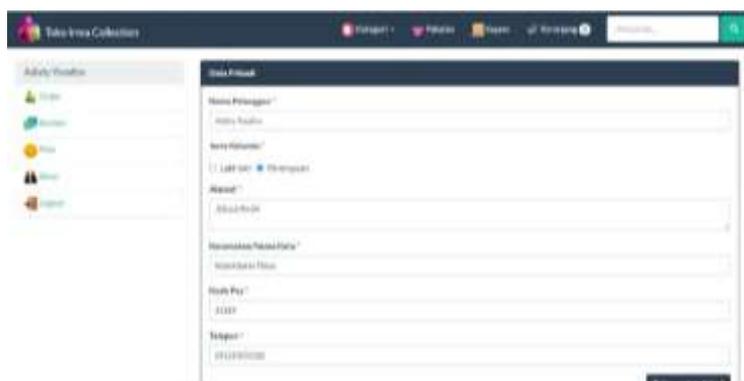
Halaman poin pelanggan merupakan halaman yang menampilkan tanggal, jumlah, dan keterangan yang tersedia pada toko Irma *Collection*. Hasil dari implementasi tampilan halaman poin pelanggan dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma *Collection* dengan *Bootstrap 3* disajikan dalam Gambar 22.



**Gambar 22. Halaman Poin Pelanggan**

#### 6. Halaman Akun Pelanggan

Halaman akun pelanggan berfungsi untuk menyimpan data pribadi pelanggan. Halaman akun pelanggan mempunyai *field* nama pelanggan, jenis kelamin, alamat, kecamatan/nama kota, kode pos, dan telepon. Hasil dari implementasi tampilan halaman akun pelanggan dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma *Collection* dengan *Bootstrap 3* disajikan dalam Gambar 23.

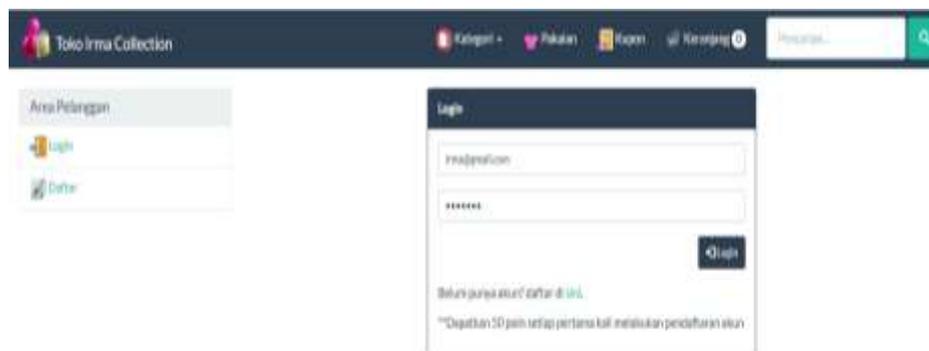


**Gambar 23. Halaman Akun Pelanggan**

#### 4.4 Implementasi Antarmuka Aktor Pemilik

##### 1. Halaman *Login* Pemilik

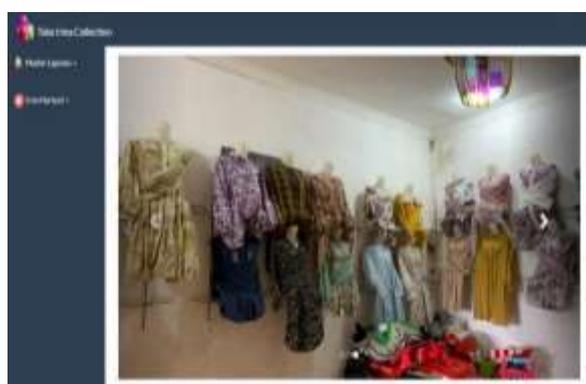
Halaman *login* pemilik adalah halaman yang pertama kali ditampilkan ketika pemilik mengakses *website*. Pemilik dapat masuk ke dalam sistem dengan menggunakan *username* dan *password*. Jika *password* dan *username* cocok, maka akan diarahkan ke halaman utama (*dashboard*) dan jika tidak maka akan muncul pemberitahuan untuk melakukan *login* kembali. Hasil dari implementasi tampilan halaman *login* pemilik dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pada Irma *Collection* dengan *Bootstrap* 3 disajikan dalam Gambar 24.



Gambar 24. Halaman *Login* Pemilik

##### 2. Halaman Utama (*Dashboard*) Pemilik

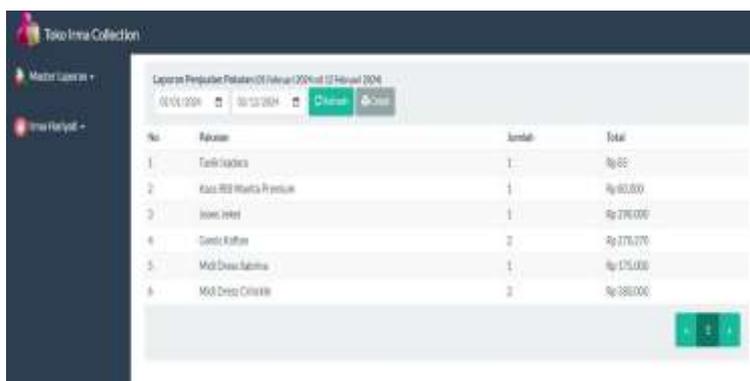
Halaman utama (*dashboard*) pemilik merupakan tampilan pertama setelah pengguna dengan hak akses pemilik berhasil masuk ke dalam sistem. Halaman ini adalah halaman utama yang menampilkan master laporan dan Irma Hariyati. Hasil dari implementasi tampilan halaman utama (*dashboard*) pemilik dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma *Collection* dengan *Bootstrap* 3 disajikan dalam Gambar 25.



Gambar 25. Halaman Utama (*Dashboard*) Pemilik

##### 3. Halaman Master Laporan (Pemesanan Pakaian) Pemilik

Halaman master laporan (pemesanan pakaian) pemilik merupakan halaman yang menampilkan pakaian, jumlah dan total yang tersedia pada toko Irma *Collection*. Hasil dari implementasi tampilan halaman master laporan (pemesanan pakaian) pemilik dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma *Collection* dengan *Bootstrap* 3 disajikan dalam Gambar 26.

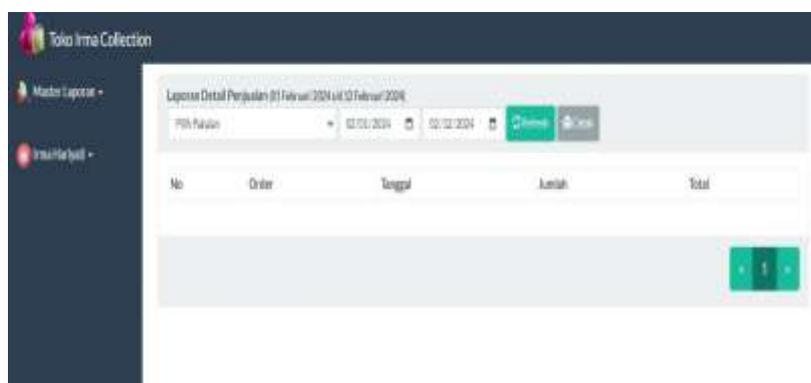


No	Pakaian	Jumlah	Total
1	Cardigans	1	Rp 65
2	Kaos 3/4 Wanita Premium	1	Rp 80.000
3	Jasus Jeket	1	Rp 270.000
4	Genes Kuffan	2	Rp 270.770
5	Midi Dress Sablino	1	Rp 175.000
6	Midi Dress Coklat	2	Rp 380.000

**Gambar 26. Halaman Master Laporan (Pemesanan Pakaian) Pemilik**

#### 4. Halaman Master Laporan (Pemesanan Pakaian Order) Pemilik

Halaman master laporan (pemesanan pakaian order) pelanggan merupakan halaman yang menampilkan order, tanggal, jumlah dan total yang tersedia pada toko Irma Collection. Hasil dari implementasi tampilan halaman master laporan (pemesanan pakaian order) pelanggan dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma Collection dengan Bootstrap 3 disajikan dalam Gambar 27.



No	Order	Tanggal	Jumlah	Total
----	-------	---------	--------	-------

**Gambar 27. Halaman Master Laporan (Pemesanan Pakaian Order) Pemilik**

#### 5. Halaman Irma Hariyati (Ubah Password) Pemilik

Halaman Irma Hariyati (ubah password) pemilik berfungsi untuk mengubah data admin. Halaman Irma Hariyati (ubah password) pemilik mempunyai field user, password lama, password baru dan konfirmasi password baru. Hasil dari implementasi tampilan halaman Irma Hariyati (ubah password) pemilik dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma Collection dengan Bootstrap 3 disajikan dalam Gambar 28.



**Gambar 28. Halaman Irma Hariyati (Ubah Password) Pemilik**

#### 4 Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penerapan Metode CRM dalam meningkatkan pemasaran pakaian pada Irma Collection dengan *Bootstrap 3* adalah Merancang sistem pemasaran pakaian dengan menerapkan metode CRM di toko Irma Collection menggunakan bahasa pemrograman *PHP* dan *MySQL* agar sistem dapat diakses oleh pengguna dimanapun dan kapanpun dan menggunakan *Bootstrap 3* untuk mempercepat proses pengembangan *web responsive* dan *mobile first*. Menerapkan *Customer Relationship Management* memperluas promosi pakaian di toko Irma Collection sehingga pelanggan tidak hanya berasal dari wilayah Kisaran saja tetapi dari wilayah lainnya juga. Menerapkan *Customer Relationship Management* akan memudahkan pihak Irma Collection untuk mempertahankan pelanggan lama dan mencari pelanggan baru secara efektif dan efisien.

#### Referensi

- [1] F. D. Kurnia and M. T. Abadi, "Studi Kelayakan Pengembangan Usaha Toko Barokah Collection Karangdadap Pekalongan," *J. Econetica*, vol. 5, no. 2, pp. 110–117, 2023.
- [2] R. F. Putri, E. W. Fitriani, and S. H. Sartika, "Analisis Strategi Pemasaran Erigo Store Brand Fashion Lokal Indonesia Yang Mendunia," *Transekonomika Akuntansi, Bisnis dan Keuang.*, vol. 2, no. 5, pp. 213–220, 2022, doi: 10.55047/transekonomika.v2i5.185.
- [3] R. Susanto and I. Pangesti, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Kampung Cilangkap Kota Depok Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian di Online Shop," *JABE (Journal Appl. Bus. Econ.)*, vol. 8, no. 2, pp. 182–189, 2021, doi: 10.30998/jabe.v8i2.11463.
- [4] N. Arsita and V. F. Sanjaya, "Pengaruh Gaya Hidup dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion pada Media Sosial Instagram," *J. Ilmu Manaj. Saburai*, vol. 07, no. 02, pp. 125–131, 2021.
- [5] S. Dewi, S. Atmojo, N. Widhiyanta, M. R. Rizkq, and A. F. Cahyadi, "PPM Usaha Toko Pakaian di Kios Fresh Market Surabaya," *Pros. PKM-CSR*, vol. 6, pp. 1–5, 2023.
- [6] M. Warsela, A. D. Wahyudi, and A. Sulistiyawati, "Penerapan Customer Relationship Management Untuk Mendukung Marketing Credit Executive (Studi Kasus: Pt Fif Group)," *J. Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 2, no. 2, p. 78, 2021.
- [7] N. Fadilah, "Pengertian , Konsep , dan Strategi Pemasaran Syari ' ah," *J. Salimiya*, vol. 1, no. 2, pp. 194–211, 2020.
- [8] R. Mohamad and E. Rahim, "Strategi Bauran Pemasaran ( Marketing Mix ) Dalam Perspektif Syariah," *MUTAWAZIN (Jurnal Ekon. Syariah)*, vol. 2, no. 1, pp. 15–26, 2021, doi: 10.54045/mutawazin.v2i1.234.
- [9] R. I. P. Hada, R. E. Fanggidae, and N. P. Nursiani, "Flexible Working Arrangement Dan Pengaruhnya Terhadap Work-Life Balance Pada Resellers Online Shop," *J. Ekobis Ekon. Bisnis Manaj.*, vol. 10, no. 2, pp. 162–171, 2020, doi: 10.37932/j.e.v10i2.111.
- [10] R. F. Dinara, W. Ramdhan, and W. M. Kifti, "Konsep E-Crm Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Toko Cici Busana," *J. Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 3, no. 3, pp. 195–204, 2023.
- [11] M. F. Al Farisi and A. Purwanto, "Penerapan Metode CRM Pada Perancangan Sistem Informasi Penjualan Pakaian dan Aksesoris," *JURIKOM (Jurnal Ris. Komputer)*, vol. 9, no. 4, pp. 902–911, 2022, doi: 10.30865/jurikom.v9i4.4647.
- [12] D. Afnita, F. Helmiah, and N. Rahmadani, "Perancangan E-Crm Penjualan Produk

- Pada Kaka Collection,” *JUTSI (Jurnal Teknol. dan Sist. Informasi)*, vol. 3, no. 1, pp. 17–24, 2023, doi: 10.33330/jutsi.v3i1.2040.
- [13] A. P. H. Tampubolon, E. Rajagukguk, and A. Gea, “Penerapan Customer Relationship Management (Crm) Pada Toko Urban Traffic Berbasis Web,” *J. Ilm. Sist. Inf.*, vol. 2, no. 1, pp. 18–27, 2022.
- [14] L. Ariani, F. Helmiah, and F. M. Yuma, “Penerapan Electronic CRM Berbasis Web pada Dianid Collection,” *J-COM (Jurnal Comput.*, vol. 3, no. 2, pp. 123–130, 2023.
- [15] S. Churin, I. Aulia, and J. Tengah, “Pemanfaatan Uml ( Unified Modeling Language ) Dalam Perancangan Sistem Informasi Rekam,” vol. 6, no. Dm, pp. 38–44, 2022.
- [16] T. O. Simbolon, B. T. Sanni, and A. S. Fitri, “Perancangan Sistem Informasi Pemesanan,” vol. 11, no. 2, 2023.
- [17] I. P. Sari, A. Jannah, A. M. Meuraxa, A. Syahfitri, and R. Omar, “Perancangan Sistem Informasi Penginputan Database Mahasiswa Berbasis Web,” 2022.