

## Penerapan CRM Pada Sistem Promosi dan Pemesanan PT.Dexa Medica

Rasmila<sup>1\*</sup>, Josua Septiawan Sirait<sup>2</sup>  
Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bina Darma  
Universitas Bina Darma, Indonesia

### Article Info

#### Article history:

Received :  
Accepted :  
Published :

#### Keywords:

CRM  
Promosi  
Sistem  
Pemesanan

### ABSTRACT

*Product promotion and ordering systems are information using electronic media. By using this system, it is expected that customers can find out the latest product information issued by the company and as the best promotion tool so that customer service will increase. This system is also equipped with product orders aimed at facilitating customers in placing product orders. By making this system, companies can find out customer needs and customer desires in order to establish good relationships with customers. For this reason, a CRM (Customer Relationship Management) system is needed so that in making a web-based sales information system it can help customers in obtaining information and provide comfort and convenience for customers. The results of this study are a website that can provide product information and order transactions to customers quickly, practically and find out what customers need using the CRM (Customer Relationship Management) method so that it can increase sales at the company. Meanwhile, in making this system based on the web with the programming language PHP and MYSQL as database.*

Sistem promosi dan pemesanan produk merupakan sebuah informasi dengan menggunakan media elektronik. Dengan menggunakan sistem ini akan diharapkan pelanggan dapat mengetahui informasi produk terbaru yang dikeluarkan perusahaan dan sebagai sarana promosi terbaik sehingga pelayanan kepada pelanggan akan semakin meningkat. Sistem ini juga dilengkapi dengan pemesanan produk yang bermaksud untuk memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan produk. Dengan dibuatnya sistem ini, perusahaan dapat mengetahui kebutuhan pelanggan dan keinginan pelanggan supaya terjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Untuk itu dibutuhkan sistem CRM (*Customer Relationship Management*) supaya dalam pembuatan sistem informasi penjualan berbasis web dapat membantu pelanggan dalam mendapatkan informasi serta memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi pelanggan. Hasil penelitian ini adalah sebuah website yang dapat memberikan informasi produk serta transaksi pemesanan kepada pelanggan secara cepat, praktis serta mengetahui apa yang dibutuhkan pelanggan menggunakan metode CRM (*Customer Relationship Management*) supaya dapat meningkatkan penjualan pada perusahaan. Sedangkan dalam pembuatan sistem ini berbasis *web* dengan bahasa pemrograman PHP dan MYSQL sebagai *database*.



### Corresponding Author:

Josua Septiawan Sirait,  
Fakultas Ilmu Komputer,  
Universitas Bina Darma,  
Jl. Jenderal A. Yani No. 3 Palembang Sumatera Selatan, Indonesia.  
Email: josuasirait397@gmail.com

### 1. PENGANTAR

Seiring dengan kemajuan teknologi informasi, banyak perusahaan ataupun instansi- instansi yang menerapkan teknologi dalam membantu menuntaskan pekerjaan serta meningkatkan perusahaan tersebut supaya jadi lebih baik. Pastinya masing-masing perusahaan memerlukan suatu teknologi yang mempunyai kualitas terjamin, sangat mudah digunakan, serta sanggup menunjang pekerjaan perusahaan sampai mencapai

apa yang di inginkan semacam pemakaian CRM (*Customer Relationship Management*) selaku solusi bisnis dalam meningkatkan ikatan yang baik antara perusahaan dengan pelanggannya buat kemajuan perusahaan itu sendiri.

*Customer Relationship Management* (CRM) pada dasarnya merupakan kolaborasi dengan setiap konsumen yang menciptakan keadaan yang tidak merugikan bagi kedua pihak. Dalam perusahaan, *Customer Relationship Management* (CRM) digunakan sebagai sarana penghubung antara pelanggan dengan perusahaan. Melalui *Customer Relationship Management* (CRM) perusahaan akan lebih mengetahui apa yang diinginkan pelanggan, apa yang mereka keluhkan, bagaimana kompetitor terhadap produk atau jasa perusahaan, serta kegiatan member lainnya [1].

PT. Dexa Medica merupakan salah satu perusahaan nasional Indonesia yang bergerak dalam bidang *Healthcare & Pharmaceutical*. Perusahaan ini awalnya dirintis oleh Rudy Soetikno seorang apoteker saat berdinasi sebagai anggota TNI AD di Kedsam II/Sriwijaya, pada tahun 1969 di Palembang, Sumatera Selatan. PT Dexa Medica memberikan kontribusi yang sangat besar dalam pengembangan Obat Modern Asli Indonesia (OMAI). OMAI adalah obat yang diambil dari kekayaan alam Indonesia dan dikembangkan dengan teknologi modern. OMAI terdiri dari Obat Herbal Terstandar (OHT) yang telah lulus uji praklinis, dan fitofarmaka yang telah lolos uji klinis. Saat ini, 39 dari 92 OHT dan 32 dari 37 fitofarmaka yang terdaftar adalah hasil produksi Dexa. PT Dexa Medica adalah perusahaan swasta pertama di Indonesia yang memproduksi Obat Generik Berlogo/OGB (obat generik tidak bermerek), dan satu dari lima perusahaan farmasi yang telah menerima sertifikasi Cara Pembuatan Obat yang Baik (CPOB). OGBdexa telah meluncurkan lebih dari 50 obat baru dalam 5 tahun terakhir, dan memiliki portofolio lebih dari 155 obat. Untuk memenuhi permintaan pasar OGB, Dexa Medica memproduksi lebih dari 1 miliar tablet, vial, dan ampul obat setiap tahun. OGBdexa tersedia di seluruh Indonesia, di lebih dari 21.000 apotek, rumah sakit, kantor kesehatan, dan klinik kesehatan masyarakat. Sebagai bagian dari Jaminan Kesehatan Nasional (JKN), OGBdexa memainkan peran penting dalam menyediakan obat-obatan bagi 192 juta penerima manfaat JKN. Dexa Group bekerja sama dengan aliansi global terkemuka dalam menyediakan produk berkualitas tinggi di seluruh dunia. Lebih dari 50 kemitraan strategis telah mengantarkan Dexa Group menjadi salah satu kelompok usaha farmasi terkemuka di Asia Tenggara. Beberapa mitra utama kami antara lain Serumwerk Bernburg Jerman, Dr. Reddy's Laboratories India, Minophagen Pharmaceutical Jepang, *Consilient Health The United Kingdom*, dan CSL Behring Australia.

PT. Dexa Medica saat ini masih menerapkan secara konvensional yang mengandalkan sales untuk memberikan informasi kepada rumah sakit, apotik dan mendatangi praktek klinik dokter di tempat. Oleh karena itu, bagaimana caranya supaya pihak pelanggan dari daerah maupun luar daerah dapat menjangkau informasi mengenai perusahaan. Dan perusahaan dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan. Solusi terbaik dari masalah di atas adalah dibangun suatu sistem berbasis website yang mampu memasarkan produk secara *online* dengan mengimplementasikan model CRM (*Customer Relationship Management*), yang berfokus pada tiga konsep CRM yaitu mendatangkan pelanggan baru (*Acuire*), meningkatkan nilai pelanggan (*Enhance*), dan mempertahankan pelanggan lama (*Retain*).

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1 *Customer Relationship Management* (CRM)

*Customer Relationship Management* (CRM) pada dasarnya merupakan kolaborasi dengan setiap konsumen yang menciptakan keadaan yang tidak merugikan bagi kedua pihak. Dalam perusahaan, *Customer Relationship Management* (CRM) digunakan sebagai sarana penghubung antara pelanggan dengan perusahaan. Melalui *Customer Relationship Management* (CRM) perusahaan akan lebih mengetahui apa yang diinginkan pelanggan, apa yang mereka keluhkan, bagaimana kompetitor terhadap produk atau jasa perusahaan, serta kegiatan member lainnya [1].

### 2.2 Sistem

Sistem adalah sekumpulan prosedur yang saling berkaitan dan saling terhubung untuk melakukan suatu tugas bersama-sama [2].

### 2.3 Informasi

Informasi adalah hasil pengolahan data dari suatu atau berbagai sumber, yang kemudian diolah, sehingga memberikan nilai, arti, dan manfaat [2].

### 2.4 Sistem Informasi

Sistem informasi adalah gabungan dari empat bagian utama. Keempat bagian utama tersebut mencakup perangkat lunak (software), perangkat keras (hardware), infrastruktur, dan sumber daya manusia (SDM) yang terlatih [2].

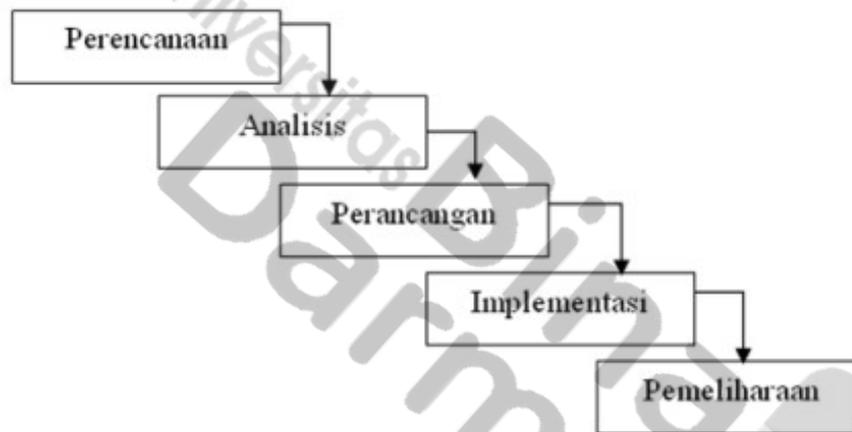
## 2.4 Promosi

Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut [3]. Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (to inform), membujuk (to persuade), dan mengingatkan (to remind) pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu ataupun rumah tangga [4].

Pemesanan adalah suatu perjanjian yang dilakukan oleh 2 (dua) pihak atau lebih yaitu pemberi dan pemakai jasa atau barang untuk memenuhi kebutuhannya dalam mengusahakan barang atau jasa tersebut sehingga dapat digunakan. Perjanjian pemesanan tersebut dapat berupa atas pemesanan ruangan, tempat duduk, kamar dan lainnya pada periode waktu tertentu [5].

## 3. METODE PENELITIAN

Dalam membangun CRM pada sistem promosi dan pemesanan berbasis web ini peneliti menggunakan metode *Waterfall*. Metode *Waterfall* memiliki beberapa fase pengembangan, yaitu sebagai berikut [6].



Gambar 1 Metode *Waterfall* [6]

1. Tahap Perencanaan  
Tahap perencanaan merupakan tahap sebelum melakukan pembuatan sistem. Pada tahap ini dilakukan observasi, wawancara, serta melihat kondisi kerja maupun laporan.
2. Tahap Analisis  
Tahap analisis dilakukan ketika tahap perencanaan sudah dilakukan. Definisi dan analisis kebutuhan serta mengidentifikasi permasalahan yang ada di dalam PT. Dexa Medica Palembang.
3. Tahap *Design*  
Pada tahap ini, fitur dan operasi-operasi pada sistem akan dirancang dan dideskripsikan secara detail. Kegiatan yang akan dilakukan di antaranya adalah pembuatan *use case diagram*, *activity diagram*, *sequence diagram* dan rancangan antar muka.
4. Tahap *Code*  
Pada tahap ini dilakukan pembuatan *coding* untuk membuat sistem promosi dan pemesanan menggunakan PHP dan MYSQL.
5. Tahap Tes/Implementasi  
Pada tahap ini dilakukan pengujian untuk mengetahui kesalahan dan memastikan sistem berjalan dengan baik. Ketika sudah melakukan pengujian sistem, maka dilakukan hosting program dan pelatihan ke bagian Administrasi, dan pimpinan supaya sistem dapat digunakan dengan baik.
6. Tahap Pemeliharaan  
Sistem informasi promosi dan pemesanan produk berbasis web yang sudah dibuat akan dipelihara secara berkala, supaya sistem dapat beroperasi dengan baik serta untuk menjaga keamanan data.

## 4. HASIL DAN ANALISIS

Hasil dari penelitian ini adalah sebuah website Sistem Informasi Promosi Dan Pemesanan Produk Berbasis Web pada PT. Dexa Medica Palembang yang bisa diakses secara *online* oleh pelanggan.

### 4.1 Perencanaan

Tahap ini merupakan tahap perencanaan dengan melakukan komunikasi ke PT. Dexa Medica metode wawancara terhadap staff karyawan yang berkaitan di PT. Dexa Medica, agar mendapatkan gambaran umum dalam membuat sistem.

### 3.2 Analisis

Pada tahap ini dilakukan analisis terhadap permasalahan yang ada, yaitu mengidentifikasi masalah dari pengguna, masalah dari sistem, membatasi masalah dan mendapatkan data yang terkait yaitu Sistem Informasi Promosi Dan Pemesanan Produk Berbasis Web Pada PT. Dexa Medica Palembang. Dari hasil analisis maka didapatkan perencanaan Sistem Informasi Promosi Dan Pemesanan Produk Berbasis Web Pada PT. Dexa Medica Palembang menjelaskan mengenai data masukan dan data keluaran, serta perangkat keras dan perangkat lunak yang dibutuhkan dalam pembangunan sistem.

#### 1. Data

Data dalam Sistem Informasi Promosi Dan Pemesanan Produk Berbasis Web Pada PT. Dexa Medica Palembang digunakan dalam dua kebutuhan yaitu:

- a. Data Masukan Kebutuhan data masukan pada sistem ini dibedakan menjadi dua, yaitu:
  - 1) Data yang dimasukkan oleh Admin, terdiri dari data otoritas sistem, dan data produk.
  - 2) Data yang dimasukkan oleh Pelanggan yaitu registrasi.
- b. Data Keluaran
  - 1) Data keluaran bagi Admin terdiri dari data pelanggan, data produk, saran kritik, dan FAQ.
  - 2) Data keluaran bagi Pelanggan yaitu data produk obat.

#### 2. Kebutuhan Perangkat Keras

Kebutuhan Perangkat Lunak Perangkat lunak yang dibutuhkan dalam pembangunan Sistem Informasi Promosi Dan Pemesanan Produk Berbasis Web pada PT. Dexa Medica Palembang yaitu:

- a. Windows 7 Professional
- b. XAMPP, terdiri atas Apache, MySQL, dan phpMyAdmin
- c. Adobe Dreamweaver CS6
- d. Browser Mozilla Firefox, dan Google Chrome

#### 3. Kebutuhan Perangkat Lunak Perangkat lunak yang dibutuhkan dalam Sistem Informasi Promosi Dan Pemesanan Produk Berbasis Web pada PT. Dexa Medica Palembang ini yaitu:

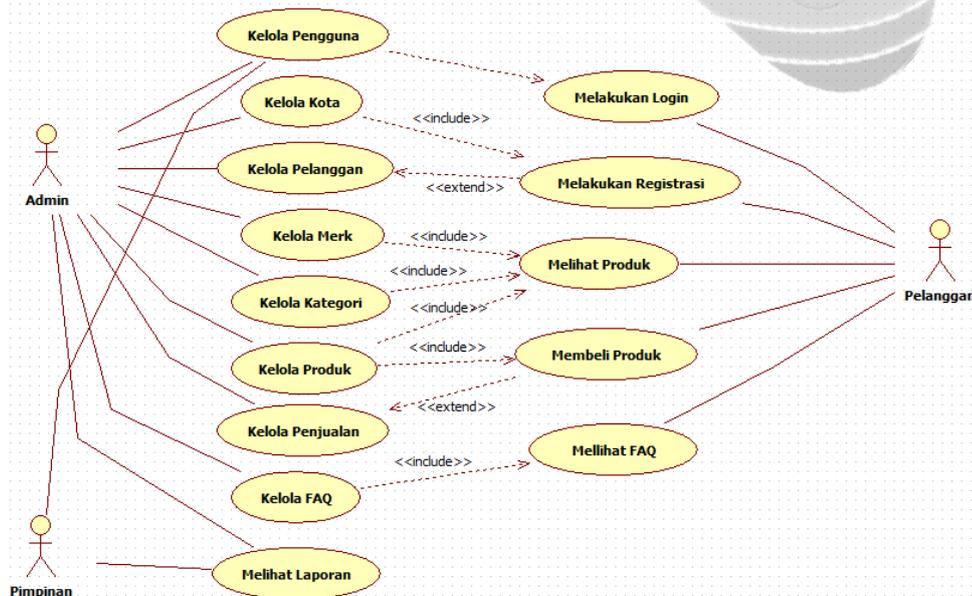
- a. Windows 10 Professional
- b. XAMPP, terdiri atas Apache, MySQL, dan phpMyAdmin
- c. Adobe Dreamweaver CS6
- d. Mozila Firefox

### 3.3 Design

Perancangan sistem menggunakan permodelan berorientasi objek Unified Modeling Language (UML), yaitu *Use Case Diagram*, *Activity Diagram*, *Sequence Diagram*, dan *Class Diagram*.

#### 1. Unified Modeling Language (UML)

##### a. Usecase Diagram

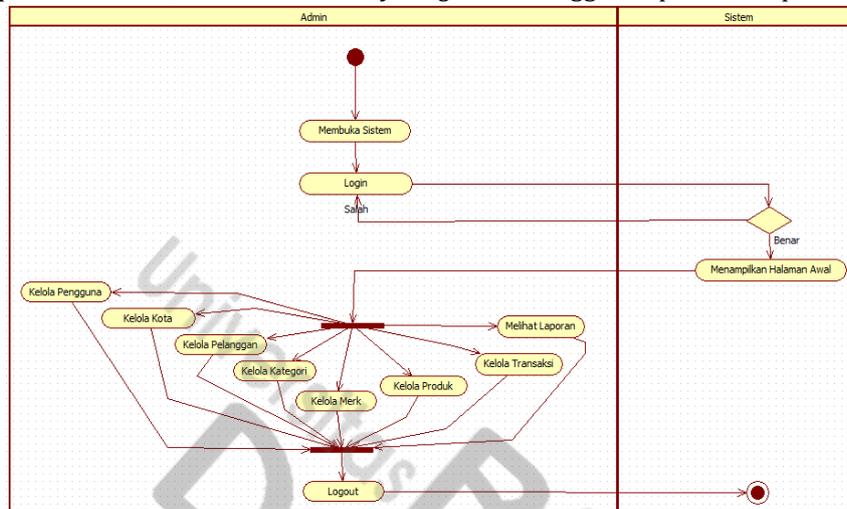


Gambar 2 Usecase Diagram

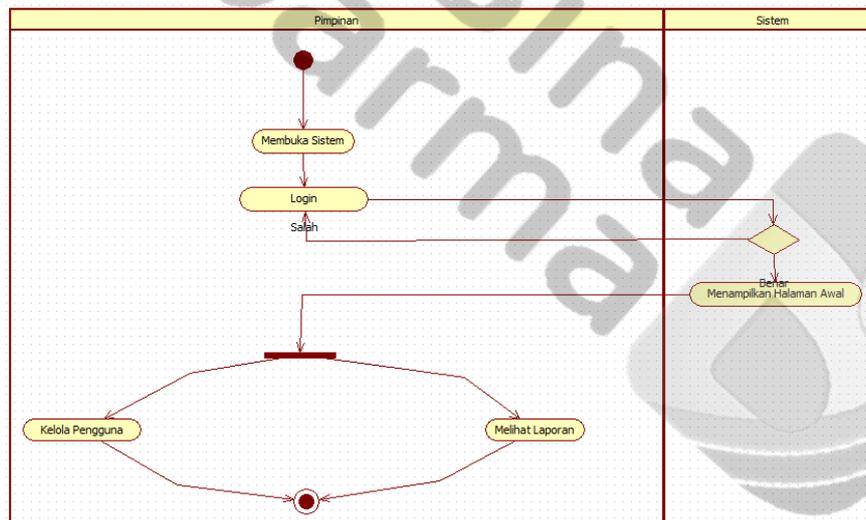
Diagram *Use Case* untuk penerapan aplikasi ini terdapat 2 aktor yaitu Admin dan Karyawan, yang memiliki fungsi berbeda-beda. Dapat dilihat pada Gambar 2.

b. Activity Diagram

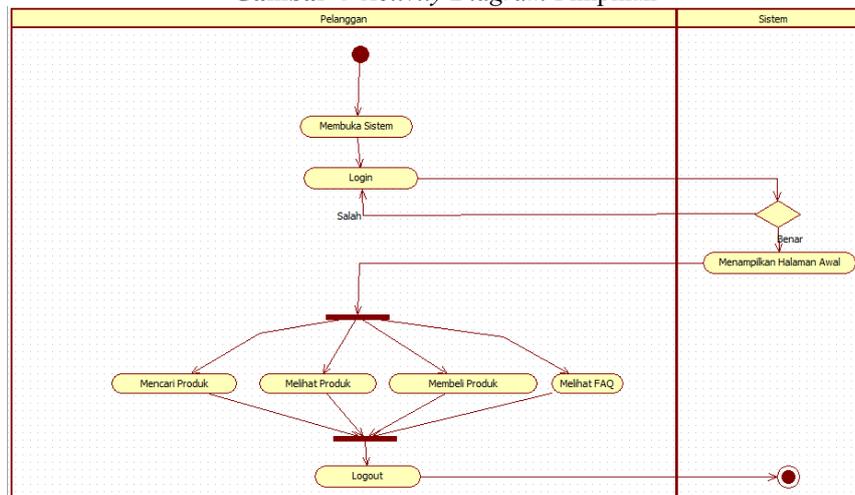
Activity Diagram meliputi Activity Diagram Admin, dan Activity Diagram Pelanggan. Activity Diagram dapat menunjukkan aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh aktor dengan digambarkan aktivitasnya. Untuk Activity Diagram Admin dapat dilihat pada Gambar 3, Activity Diagram Pimpinan dapat dilihat pada Gambar 4, dan untuk Activity Diagram Pelanggan dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 3 Activity Diagram Admin



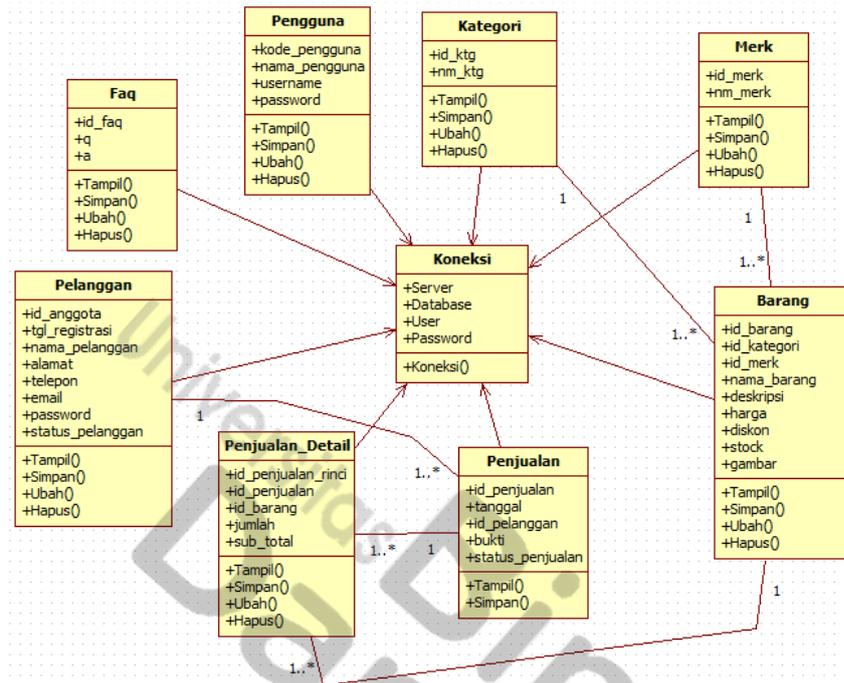
Gambar 4 Activity Diagram Pimpinan



Gambar 5 Activity Diagram Pelanggan

c. *Class Diagram*

*Class* merepresentasikan sesuatu yang ditangani oleh sistem. Berikut *Class Diagram* dari sistem yang akan diusulkan.



Gambar 6 *Class Diagram*

Diagram *Class* pada Gambar 6 di atas menggambarkan hubungan antar class dalam sebuah sistem yang sedang dibuat dan bagaimana caranya agar dapat saling berkolaborasi untuk mencapai sebuah tujuan yaitu sistem informasi promosi dan pemesanan produk berbasis web pada PT. Dexa Medica Palembang.

d. *Tampilan Program*

Sistem aplikasi di implementasikan menggunakan bahasa pemrograman PHP untuk database menggunakan MySQL serta Dreamweaver CS6 digunakan sebagai editor untuk membangun website

1) Halaman Bagi Pelanggan

Hasil dari tahap sebelumnya yaitu perencanaan, analisis dan desain maka selanjutnya peneliti akan mengimplementasikan ke penulisan program dengan hasil sebagai berikut:

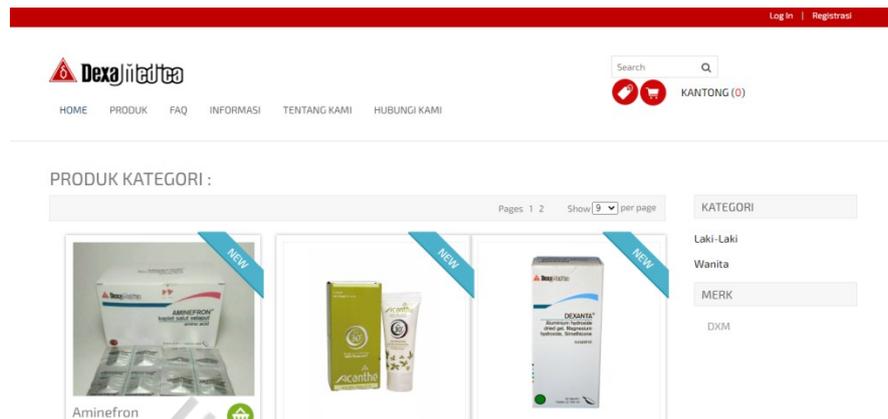
a. Halaman Depan *Website*



Gambar 7 Halaman Depan *Website*

Pada *website* halaman depan mempunyai menu utama yang terdiri dari halaman home, produk, faq, registrasi dan login pelanggan.

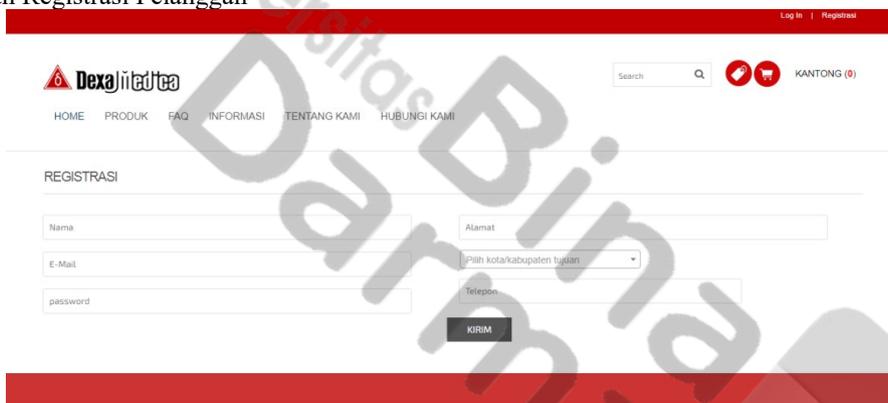
b. Halaman Produk



Gambar 8 Halaman Produk

Pada *website* halaman produk dapat menampilkan informasi produk berdasarkan kategori produk yang dijual.

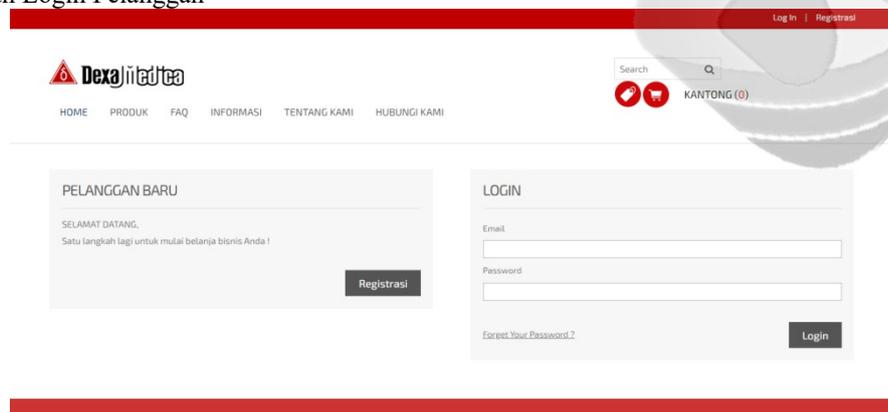
c. Halaman Registrasi Pelanggan



Gambar 9 Halaman Registrasi Pelanggan

Pada *website* halaman registrasi pelanggan dapat menampilkan form untuk pelanggan mendaftarkan diri ke dalam sistem *website*.

d. Halaman Login Pelanggan

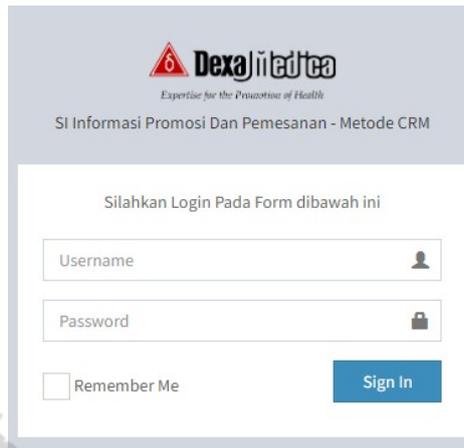


Gambar 9 Halaman Login Pelanggan

Pada *website* halaman login pelanggan dapat digunakan pelanggan untuk masuk ke dalam sistem dan melakukan transaksi pemesanan.

1. Tampilan Halaman Admin

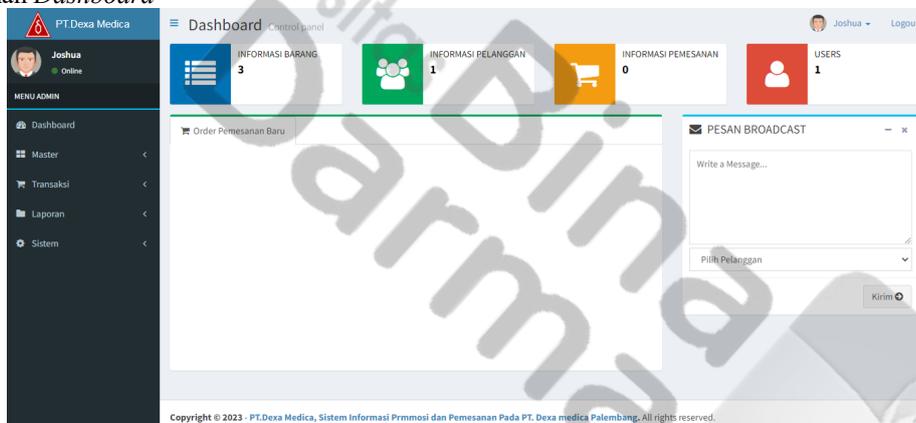
a. Halaman Login



Gambar 10 Halaman Login Admin

Halaman login ini digunakan untuk memasuki ke halaman admin dengan mengisi *username* dan *password* yang terdaftar sebagai admin

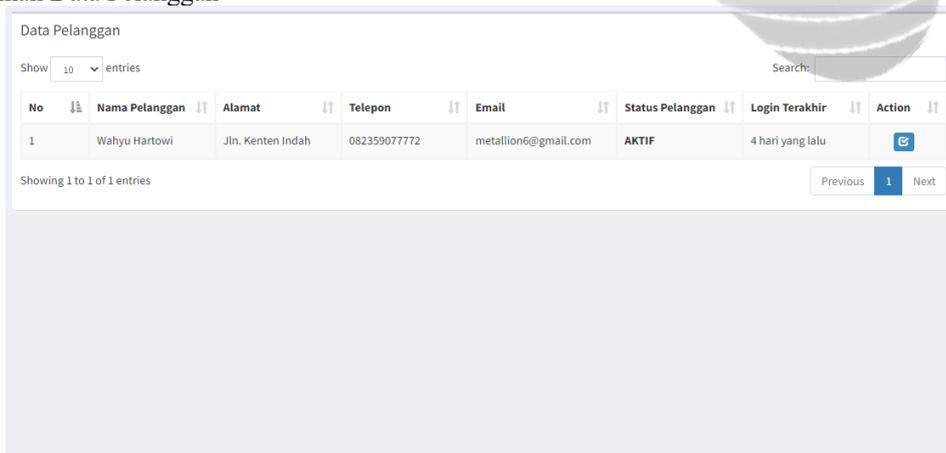
b. Halaman *Dashboard*



Gambar 11 Halaman *Dashboard* Admin

Halaman *dashboard* ini akan menampilkan menu-menu yang dapat digunakan Admin untuk mengelola data seperti data pengguna, data kota, data pelanggan, data kategori, data merk, data produk, data faq, dan data transaksi.

c. Halaman Data Pelanggan



Gambar 12 Halaman Pelanggan

Halaman data pelanggan merupakan halaman yang menampilkan informasi registrasi pelanggan dari halaman depan.

d. Halaman Data Produk

No	Foto	Nama Barang	Kategori	Merk	Harga	Diskon (%)	Harga Bersih	Stock	Action
1		Acanthe SPF-30+	ALAT	DXM	57,000	0%	57,000	10	
2		Aminefron	ALAT	DXM	550,000	0%	550,000	10	
3		Dexanta	ALAT	DXM	98,000	0%	98,000	100	

Gambar 13 Halaman Produk

Halaman data produk merupakan halaman yang menampilkan informasi data produk yang dijual. Pada halaman ini admin dapat melihat data produk yang di input, menambah data produk, mengubah data produk, menghapus data produk, dan melihat detail produk.

e. Halaman Data Pemesanan

No	ID Penjualan	Tanggal	Pelanggan	Pengiriman	Total	Grand Total	Status	Bukti Pembayaran	Action
1	2023-02-08, 1	2023-02-08	Wahyu Hartowi	10,000	9,800,000	9,810,000	PROSES		

Copyright © 2023 - PT.Dexa Medica, Sistem Informasi Promosi dan Pemesanan Pada PT. Dexa Medica Palembang. All rights reserved.

Gambar 14 Halaman Pemesanan

Halaman data order pemesanan merupakan halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi data pemesanan dari pelanggan.

#### 4. KESIMPULAN

Setelah melakukan implementasi dan pengujian dari sistem aplikasi yang telah dibuat penulis, dapat dilihat bahwa Sistem Informasi Promosi dan Pemesanan Produk Berbasis Web pada PT. Dexa Medica Palembang dapat berjalan baik, dan dapat memberikan manfaat antara lain :

a. Bagi Pelanggan

- 1) Dengan mengakses *website* secara *online* pelanggan akan lebih mudah dalam menerima informasi tentang produk-produk terbaru, promosi produk, dan manfaat produk yang ditawarkan PT. Dexa Medica.
- 2) Website memberikan fasilitas hubungi kami, di halaman ini pelanggan bisa langsung memberi kritik/saran/keluhannya melalui *website* dan pelanggan bisa mengetahui secara cepat dan jelas mengenai informasi produk terbaru, promosi produk, dan manfaat produk pada PT. Dexa Medica.

b. Bagi Perusahaan

Dengan adanya website secara *online* dan berdasarkan analisis yang telah dijelaskan pada Bab sebelumnya maka dapat membantu PT. Dexa Medica dalam menjalin hubungan dengan pelanggan seperti memperoleh pelanggan baru (*Acquire*), meningkatkan hubungan dengan pelanggan (*Enhance*), dan mempertahankan pelanggan (*Retain*) secara *online* menggunakan sistem berbasis *website* yang menerapkan *Customer Relationship Management (CRM)*.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Tukino, T. (2018). Perancangan Sistem Informasi Pelaporan Gangguan Dan Restitusi Pelanggan Internet Corporate Berbasis Web (Studi Kasus Di PT. Indosat Mega Media West Regional). *Jurnal Ilmiah Informatika*, 6(01), 1-10.
- [2] I.Putu Agus Eka Pratama, 2018, *Sistem Informasi dan Implementasinya*, Bandung : Informatika.
- [3] Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- [4] Siregar, N. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam menggunakan indihome sebagai penyedia jasa internet di kota medan (studi kasus kantor plaza telkomcabang iskandar muda no. 35 medan baru). *Jumant*, 7(1), 65-76.
- [5] Susanti, A., & Prabowo, D. W. (2017). E-Commerce Pada Toko My Digital. *Jurnal Penelitian Dosen FIKOM (UNDA)*, 4(1).
- [6] A. S., Rosa dan Shalahuddin, M. (2018). *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur Dan Berorientasi Objek*. Informatika. Bandung.





# Angkasa Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi

Print ISSN : 2085-9503 Oline SSN : 2581-1355

Research Center and Community Service

Adisutjipto Institute of Aerospace Technology

Jl. Majapahit, Blok-R, Lanud Adisutjipto Yogyakarta

No. : 1606/ITDA.11.14.24/14.1/2024  
Perihal. : Naskah Ilmiah Publikasi Jurnal  
Lampiran: -

Yogyakarta, 10 Mei 2023

Kepada yang terhormat

saudara/i **Rasmila<sup>1)</sup>, Josua Septiawan Sirait<sup>2)</sup>**

<sup>1,2.)</sup> Ilmu Komputer Universitas Bina Darma  
Palembang

Dengan Hormat

Berdasarkan naskah ilmiah yang diajukan ke redaksi ANGKASA Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi, bahwa naskah ilmiah saudara/i yang berjudul :

## **Penerapan CRM Pada Sistem Promosi dan Pemesanan PT.Dexa Medica**

Dengan ini kami sampaikan bahwa naskah ilmiah kami terima dan akan dimuat pada Jurnal ANGKASA pada edisi Vol.14 No.1, Mei 2024. Saat ini tulisan ilmiah di lanjutkan ke proses editorial, dan akan siap diterbitkan pada bulan Mei 2024.

Demikian Surat Pemberitahuan ini kami sampaikan kepada saudara/i, Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami



Redaksi ANGKASA

Angkasa has been Indexed in the Science and Technology Index (SINTA), Digital Reference Garba (GARUDA), Bielefeld University Library (BASE), NELITI, National Library (One Search), and Google Scholar with h-index : 11.

