JURNAL

WEB DINAMIS SISTEM INFORMASI PEMESANAN TENUN IKAT (ATBM) DI MEDALI MAS

SYSTEM INFORMATION WEB DINAMIC "TENUN IKAT" ORDERING (ATBM) IN MEDALI MAS

ARRAHMAN RIZKY DESIAN

12.1.03.03.0221

Dibimbing oleh :

1. **SURATMAN , S.H., M.Pd**
2. **ARIE NUGROHO, S.KOM., M.M.**

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TAHUN 2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap	: Arrahman Rizky Desian
NPM	: 12.1.03.03.0221
Telepun/HP	: 081332358628
Alamat Surel (Email)	: arrahmansoldiers@gmail.com
Judul Artikel	: Web Dinamis Sistem Informasi Pemesanan Tenun Ikat (ATBM) Di Medali Mas
Fakultas – Program Studi	: Teknik – Sistem Informasi
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jl. K.H. Ahmad Dahlan No. 76, Mojoroto, Kediri, Jawa Timur

Dengan ini menyatakan bahwa:

a.artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;

b.artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggung jawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 25 Januari 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Suratman, SH, M.Pd	**Arie Nugroho, S.Kom, M.M**	**Arrahman Rizky**
NIDN. 0719036102	NIDN. 071210810	12.1.03.03.0221

WEB DINAMIS SISTEM INFORMASI PEMESANAN TENUN IKAT (ATBM) DI MEDALI MAS

Arrahman Rizky Desian
12.1.03.03.0221
Sistem - Informasi
arrahmansoldiers@gmail.com
Suratman , S.H., M.Pd. dan Arie Nugroho, S.KOM., M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya pelanggan yang masih kebinggungan dalam memilih kain yang akan dipesan pada toko Medali Mas. Tujuan penelitian ini untuk membangun sebuah sistem informasi pemesanan tenun ikat untuk membantu pelanggan dalam memesan kain.

Rumusan masalah adalah Bagaimana merancang sebuah Web Dinamis Sistem Informasi Pemesanan Tenun Ikat (ATBM) di Medali Mas. Metode yang digunakan untuk pemesanan kain yaitu menggunakan metode Customer Relationship Management (CRM). Pada tahap implementasi, sistem ini menggunakan bahasa pemrograman PHP, serta MySQL sebagai databasenya.

CRM adalah sebuah istilah industri TI untuk strategi, perangkat lunak (software) dan atau aplikasi berbasis web lainnya yang mampu membantu sebuah perusahaan untuk mengelola hubungannya dengan para pelanggan

Akan sangat membantu mereka dalam memesan tenun ikat dan memantau pesanan yang sedang diproses, hal tersebut akan menjadi nilai lebih tersendiri dari usaha tenun ikat ATBM Medali Mas dalam menarik pelanggan.

Berdasarkan simpulan dari hasil penelitian tujuan dari program ini adalah merancang suatu Aplikasi Web Dinamis Sistem Informasi Pemesanan Tenun Ikat (ATBM) di Medali Mas diharapakan sistem ini bisa mempermudah pelanggan dalam memilih kain yang sesuai dengan keiginannya.

Kata kunci: *Web Dinamis, Customer Relationship Management, Medali Mas*

I. LATAR BELAKANG

Tenun ikat di Bandar Kidul ini sudah ada sejak tahun 1950an. Menurut para pengrajin, tenun ikat di bandar kidul bersifat turun temurun dan sekarang sudah mencapai 3 generasi. Dahuluproduk tenun ikat di Bandar Kidul masih berupa tenun palikat atau kotak, seiring dengan perkembangan dan area tenun palikat sudah banyak di buat dengan mesin maka para pengrajin tenun Bandar mencari model lain yakni tenun ikat / tenun kembang.

Banyak pengrajin tenun ikat di Bandar Kidul, salah satunya kerajinan tenun ikat merk Medali Mas yang di dirikan pada tanggal 27 februari 1989 oleh bapak. Munawar. Pada waktu itu mempunyai 2 ATBM dengan 3 karyawan. Berkat ketekunan dan kemauan yang keras tenun ikat medali Mas dari tahun ke tahun mengalami kemajuan yang cukup signifikan hingga kini Bpk. Munawar memiliki 45 ATBM dengan di Bantu 85 orang tenaga kerja. Produk yang di hasilkan bermacam – macam yaitu kain tenun, sarung dan syal.

Untuk pemesanan masih sederhana mengingat ATBM prioritaskan kualitas kain tenun maka pelanggan datang langsung ke lokasi dan melihat langsung hasil produksinya. Bagi pelanggan yang berada di luar kota hal ini membuat pelanggan kebingungan dalam memilih jenis dan model kain maka dari itu kami selaku penulis skripsi membuat solusi untuk usaha tenun ikat ini dengan website agar proses pemesanan bisa lebih efektif.

Jika pemesanan secara online tersedia dan informasi pemesanan dapat diketahui secara online oleh pelanggan yang memesan terlebih dahulu dari luar kota akan sangat membantu mereka dalam memesan tenun ikat dan memantau pesanan yang sedang diproses, hal tersebut akan menjadi nilai lebih tersendiri dari usaha tenunikat ATBM Medali Mas dalam menarik pelanggan. Maka kami selaku penulis akan memberikan rekomendasi tentang strategi solusi berbasis IT sesuai skala prioritas organisasi. Dan penulismembuat skripsi dengan judul ”**WEB DINAMIS SISTEM INFORMASI PEMESANAN TENUN IKAT (ATBM) DI MEDALI MAS** ”

II. METODE

A. CRM (Customer Relationship Management)

CRM merujuk pada *software* system atau interaksi yang membantu perusahaan memperoleh dan menyimpan data pelanggannya serta melakukan hubungan dua arah. Ada beberapateori mengenai pengertian CRM

1. CRM adalah sebuah istilah industri TI untuk strategi, perangkat lunak (software) dan atau aplikasi berbasis web lainnya yang mampu membantu sebuah perusahaan untuk mengelola hubungannya dengan para pelanggan,
2. CRM adalah usaha sebuah perusahaan untuk berkonsentrasi menjaga pelanggan (supaya tidak lari kepesaing) dengan mengumpulkan segala bentuk interaksi pelanggan baik itu lewat telepon, email, masukan disitus atau hasil pembicaraan dengan staf sales dan marketing.
3. CRM adalah sebuah strategi bisnis menyeluruh dari suatu perusahaan yang memungkinkan tersebut secara efektif bias mengelola hubungan dengan para pelanggan.perusahaan

Dengan demikian saya mengambil kesimpulan dari beberapa teori yang ada, CRM adalah sebuah strategi bisnis baik itu perangkat lunak atau segala bentuk interaksi untuk mengelola hubungan baik dengan para pelanggan.

a. Tujuan CRM untuk meningkatkan pendapatan dan kepuasan pelanggan, caranya adalah dengan membantu berbagai bentuk perusahaan untuk mengidentifikasi pelanggannya dengan tepat, memperoleh lebih banyak pelanggan dengan lebih cepat, dan mempertahankan kesetiaan pelanggannya.
b. Manfaat penerapan CRM antara lain :
   1) pemecahan problem masalah pada perusahaan.
   2) *Cross Selling* : produk yang dibutuhkan pelanggan berdasarkan pembelian yang diterima
   3) Menarik pelanggan-pelanggan baru dengan menawarkan layanan yang bersifat pribadi.
   4) Kesetiaan pada pelanggan
   5) Memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan bisnis/transaksi dengan perusahaan.

CRM dapat memfokuskan pada konsumen hal akhir apa yang dibutuhkan pada produk

Tipe – tipe variasi pada CRM

a) Operational CRM memberikan proses bisnis di front office atau berhubungan langsung dengan customer, seperti penjualan, pemasaran, dan staf pelayanan. Interaksi dengan pelanggan biasanya disimpan dalam kontak pelanggan, dan staf dapat melihat kembali informasi pelanggan ketika dibutuhkan.
b) Analytical CRM menganalisis data pelanggan untuk berbagai tujuan seperti merancang dan menjalankan kampanye target pemasaran, termasuk melakukan cross-selling, sistem informasi manajemen untuk keuangan dan analisis pelanggan.
c) Sales Intelligence CRM serupa dengan Analytical CRM, tetapi lebih dimaksudkan sebagai alat penjualan secara langsung dengan fitur untuk mencari peluang produk yang dibutuhkan, kinerja penjualan, kecenderungan pelanggan
d) Campaign management mengkombinasikan elemen antara CRM operasional dan analitik agar dapat menjalankan fungsi pembentukan kelompok target dengan kriteria tertentu menggunakan data pelanggan, mengirimkan materi yang terkait dengan kampanye produk untuk calon tertentu menggunakan berbagai saluran seperti e-mail, telephone, SMS, dan surat, menelusuri, menyimpan dan menganalisis statistik kampanye
e) Collaborative CRM mencakup aspek-aspek yang terkait dengan berbagai departemen seperti penjualan, dukungan teknis, dan pemasaran. Staf dari berbagai departemen pada korporasi yang sama dapat saling bertukar dan berbagi informasi yang dikumpulkan ketika berinteraksi dengan pelanggan. CRM jenis ini bertujuan untuk menggunakan informasi yang dikumpulkan secara bersama di semua departemen untuk peningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

A. Desain Input

1. Halaman Utama Desain

halaman ini terdapat 2 menu login yaitu menu untuk admin untuk

karyawan dan menu user untuk pelanggan dan pemilik. Masing – masing mempunyai fungsi yaitu sebagai alat konfirmasi dari pelanggan dan sebagai penyimpan data.

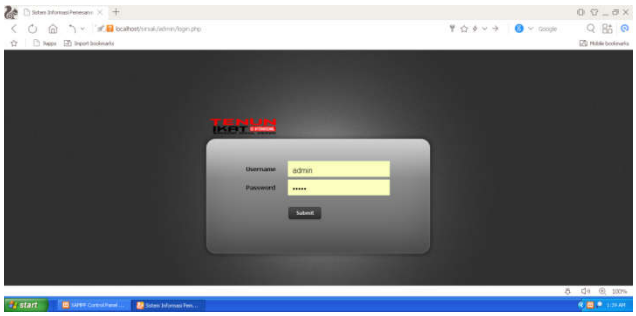
Gambar 5.1. Desain Halaman Utama

Keterangan gambar 5.1. desain halaman utama adalah sebagai berikut:

Dalam desain halaman ini ada 2 menu yang di sertakan adalah menu login Admin dan login User di dalamnya terdapat alur untuk pemesanan barang dan untuk menyimpan data dari Pelangggan dan karyawan.

2.Desain Login Admin

Desain halaman login digunakan oleh admin untuk masuk kedalam sistem web dinamis sistem informasi pemesanan tenun ikat (ATBM) Medali Mas



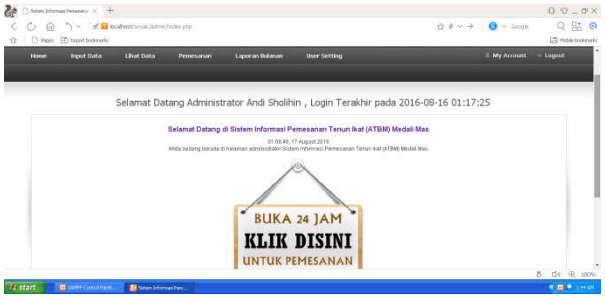
Gambar 5.2. Desain Login Admin

Keterangan gambar 5.2. desain login admin antara lain:

desain login admin terdapat dua baris form. Antara lain username dan password.

Desain Halaman Menu User

Desain halaman menu user di gunakan untuk memesan kain, maupun produk lain di antaranya sarung, sepatu dan kemeja



Gambar 5.3. Desain halaman menu user

Keterangan gambar 5.3. desain kriteria kain adalah sebagai berikut:

Dalam desain halaman menu user terdapat tiga menu didalamnya berisi menu Transaksi yang isinya data distribusi, input transaksi dan lihat transaksi. Di setiap menu

tersebut didalamnya terdapat berisi inputandari user.

a. Desain Menu Pelanggan

Desain halaman data Pesanan digunakan oleh admin untuk menginputkan data kain yang akan dijadikan rekomendasi pelanggan untuk memilih jenis kain maupun jenis produk yang di pilih sesuai keinginan.

Gambar 5.4. Desain Data Pelanggan

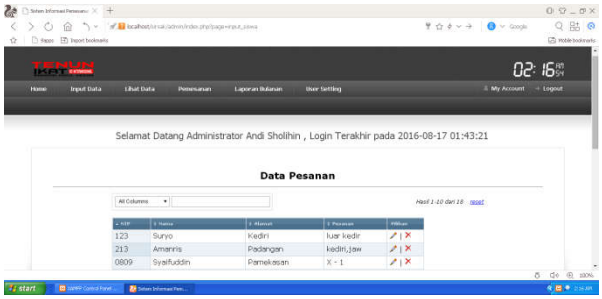
Keterangangambar 5.4. desain data pelanggan sebagai berikut:

Desain halaman menu pelanggan terdapat menu input data pelanggan berisi menu transaksi, menu area dan menu biodata. Dibawah menu input area terdapat laporan jadwal pengiriman untuk melihat detail pesan yang telah terjadi dari setiap barang yang diinputkan.

4. **Desain Output**

a. Desain Output Pesanan

Halaman ini digunakan untuk menampilkan hasil pemesananyang terjadi yang sesuai dengan kriteria yang telah dimasukkan oleh user.



Gambar 5.5. Desain Output Pesanan

Keterangan gambar 5.5. desain output pesanan adalah sebagai berikut:

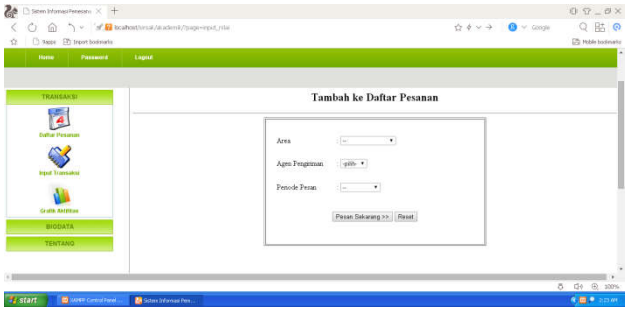
Dalam desain output pesananterdapat 6 panel penjelasan singkat tentang proses transaksi yang terjadi dari yang direkomendasikan yaitu nama jenis kain dan harga kain.

B.Evaluasi Sistem

1. **Tampilan Input**

a. Tampilan Input Pelanggan

Tampilan halaman ini digunakan untuk menginputkan kriteria-kriteria pemilihan kain yang dimasukkan oleh user keudian oleh user di jadikan laporan bulanan.



Gambar 5.6. Tampilan Input Pelanggan

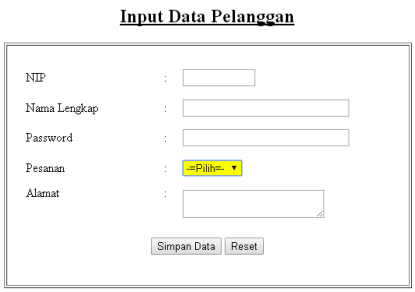
b. Tampilan Login Admin

Tampilan halaman login digunakan oleh admin untuk masuk kedalam sistem web aplikasi sistem web dinamis sistem informasi pemesanan tenun ikat (ATBM) di Medali Mas.

Gambar 5.7. Tampilan Login Admin

c. Tampilan Halaman Data Pelanggan

Tampilan halaman pesanan pelanggandigunakan oleh admin untuk menginputkan kain



Gambar 5.8. Tampilan Halaman Pesanan Pelanggan

2. Tampilan Output

a. Tampilan Output Profil Agen

Halaman ini digunakan untuk menampilkan hasil pemilihan kain yang sesuai dengan kriteria yang telah dimasukkan oleh user.

Gambar 5.9. Tampilan Output Profil Agen

IV. DAFTAR PUSTAKA

Hidayat Rachmat, 2014. *Sistem Informasi Ekspedisi Barang Dengan MetodeE-CRM Untuk Meningkatkan Pelayanan Pelanggan*. Bandung

Ibrahim Ali, 2011 *Perancangan Sistem Pemesanan Tiket Pesawat Berbasis Web* Padang

Tony Hendria, 2014 *Pembuatan Website Promosi Dan Pemesanan Produk Pada Home Industri Agro Santoso Jamur Punung*. Pacitan