ARTIKEL

IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA E-COMMERCE SISTEM INFORMASI PENJUALAN

Oleh:

ILHAM KHARIR

14.1.03.03.0069

Dibimbing oleh :

1. Rini Indriati, S.Kom., M.Kom.
2. Rina Firliana, S.Kom., M.Kom.

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2018

Artikel Skripsi
Universitas Nusantara PGRI Kediri

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Ilham Kharir
NPM	: 14.1.03.03.0069
Telepun/HP	: 085655991366
Alamat Surel (Email)	: ilhamkharirr@gmail.com
Judul Artikel	: Implementasi *Customer Relationship Management* Pada *E-Commerce* Sistem Informasi Penjualan
Fakultas – Program Studi	: Teknik – Sistem Informasi
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64112

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 di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 26 Juli 2018
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Rini Indriati, M.Kom NIDN.0725057003	Rina Firliana, M.Kom NIY.0731087703	Ilham Kharir 14.1.03.03.0069

Ilham Kharir | 14.1.03.03.0069
Fakultas Teknik – Prodi Sistem Informasi
simki.unpkediri.ac.id
|| 1||

IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA E-COMMERCE SISTEM INFORMASI PENJUALAN

Ilham Kharir
14.1.03.03.0069
Fakultas Teknik – Sistem Informasi
ilhamkharirr@gmail.com
Rini Indriati, S.Kom, M.Kom dan Rina Firliana, S.Kom, M.Kom.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi penjualan seringkali terkendala jumlah stok barang elektronik yang tersedia tidak akurat. Karena sistem yang masih manual dinilai kurang mendukung informasi pada perusahaan dan untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan. Diperlukan sistem yang dapat mengenalkan produk elektronik secara luas, maka diperlukan website *e-commerce* sebagai media yang memudahkan pelanggan dalam memeperoleh informasi tentang barang elektronik. Sehingga meningkatkan penjualan pada perusahaan.

Permasalahan penelitian ini adalah (1) Bagaimana merancang sistem penjualan yang mengimplementasikan *e-commerce*? (2) Bagaimana sistem penjualan mengimplementasikan *Customer Relationship Management*?

Penelitian ini menggunakan metode *waterfall* dengan cara menganalisa perusahaan tersebut serta mengidentifikasi masalah yang ada dan merancang *e-commerce* dengan menambahkan *customer relationship management* kemudian mengujinya.

Kesimpulan hasil penelitian ini, (1) Memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam berinteraksi dengan perusahaan dan memperoleh informasi yang dibutuhkan. (2) Perusahaan dapat menjaga loyalitas dengan pelanggan yang telah ada dan dapat menarik pelanggan baru.

Berdasarkan simpulan hasil penelitian ini, dengan adanya sistem *customer relationship management*, maka akan memberi kemudahan melalui penjualan online bagi pelanggan untuk melakukan pemesanan barang tanpa harus datang langsung ke perusahaan.

KATA KUNCI : barang elektronik, *e-commerce, customer relationship management*.

I. LATAR BELAKANG

Perkembangan dunia maya atau yang lebih dikenal dengan dunia internet. Seperti yang kita ketahui, telah berkembang dengan cepatnya dalam beberapa tahun terakhir ini. Sistem perdagangan melalui internet atau yang lebih dikenal dengan istilah electronic commerce (e-commerce). E-commerce mempunyai banyak keuntungan yang tidak dirasakan oleh perusahaannya saja tapi juga bagi pelanggan. Keuntungan yang diperoleh pelanggan, mereka dapat dengan leluasa melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja serta dapat memperoleh informasi yang lebih relevan dan detail dari barang yang ditawarkan. Customer relationship management (CRM) adalah strategi tingkat korporasi, yang berfokus pada pembangunan dan pemeliharaan

hubungan dengan pelanggan yang memungkinkan terciptanya kesetiaan pelanggan bukan hanya pada produknya namun juga setia terhadap perusahaan.

Perusahaan ini adalah perusahaan elektronik lama, yang mencoba sukses dengan bantuan internet untuk memperkenalkan produknya. Dan mampu bersaing dengan perusahaan elektronik lain dengan mengikuti perkembangan zaman. Perusahaan elektronik tersebut menjual berbagai macam jenis elektronik seperti kulkas, TV, kipas angin dan berbagai peralatan rumah tangga lainnya. Proses pembelian dan penjualan pada perusahaan tersebut masih belum menggunakan sistem komputer, melainkan dilakukan dengan proses manual. Sehingga pada
proses penjualan seringkali terkendala jumlah stok barang elektronik yang tersedia tidak akurat, akibatnya hal tersebut seringkali mengganggu kelancaran proses penjualan karena kurang terkontrolnya ketersediaan barang elektronik. Sedangkan proses transaksi penjualan secara manual yang menggunakan nota sebagai bukti pembelian dan penjualan pada pelanggan tentu saja membutuhkan waktu yang lama dan seringkali terjadi kesalahan pada pencatatan penjualan baik dalam hal total maupun harga barang elektronik yang dijual.

Customer relationship management bertujuan untuk mengelola pelanggan serta data pelanggan serta meningkatkan kualitas dan kuantitas komunikasi untuk membina hubungan yang baik berdasarkan saling membina hubungan mengerti dan percaya. Untuk mengoptimalkan pengaplikasian customer relationship management perlu adanya perangkat yang tepat agar memungkinkan pengelolaan data dengan baik pengiriman informasi kepada pelanggan dapat cepat dan mudah serta mendukung kegiatan operasional marketing agar dapat lebih maksimal. Harga diskon yang digunakan untuk mempromosikan penjualan agar menarik calon pelanggan dalam berinteraksi dengan perusahaan. Mempromosikan perusahaan agar semakin dikenal. Ucapan selamat hari raya atau ulang tahun dapat digunakan untuk menunjukkan perhatian perusahaan terhadap para pelanggan. Customer relationship management berbasis sistem e-commerce dijadikan sarana untuk meningkatkan penjualan. Karena sistem yang masih manual dinilai kurang mendukung informasi pada perusahaan elektronik dan untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan sebuah sistem yang dapat membantu mengenalkan produk elektronik secara luas, sehingga di perlukan website e-commerce sebagai media yang

memudahkan pelanggan dalam memeperoleh informasi tentang barang elektronik. Sehingga meningkatkan penjualan pada perusahaan tersebut.

II. METODE

Metode yang akan digunakan untuk melakukan pengembangan aplikasi adalah *system development cycle waterfall* :

1. Identifikasi Masalah

Pada tahap ini akan dilakukan identifikasi masalah, berikut ini merupakan penjabarannya :

a. Pelanggan sering mengalami kesulitan mencari informasi tentang produk yang ada harganya.
b. Belum tersedianya layanan pembelian produk-produk online di toko tersebut. System penjualannya masih berlangsung secara manual dimana pelanggan membeli barang dengan datang ke toko tersebut.

2. Analisis

Pada tahap ini dilakukan kajian mengenai kebutuhan sistem dengan melakukan observasi diperusahaan. Selain itu dilakukan juga kajian melalui buku, artikel, jurnal dan sumber lainnya. Pada tahap ini akan menguraikan beberapa hal yang berkaitan dengan ruang lingkup pekerjaan yang nantinya dibutuhkan untuk mengambil keputusan dalam pembuatan system ini.

3. Desain Sistem

Customer relationship management untuk mempererat hubungan antara pelanggan dengan perusahaan. Pelanggan memeperoleh ucapan selamat ulang tahun beserta ucapan do'a dan harapan kebaikan dari perusahaan tersebut. Bahkan perusahaan dapat tahu apa yang sedang pelanggan cari di website penjualan. Setelah pelanggan sudah menemukan barang yang mereka beli maka akan mendapat ucapan selamat telah memebeli produk kami dengan menyebutkan namanya atau mungkin akan dapat diskon dari toko.

Adapun alur sistem lama adalah sebagai berikut :

a. Pelanggan datang langsung ke toko untuk membeli barang yang diinginkan.
b. Memilih barang dan jumlah barang yang akan dipesan.
c. Pelanggan menyerahkan barang yang sudah dipilih untuk dibeli di kasir.
d. Kasir menyerahkan dua bukti pembayaran, satu diserahkan ke pelanggan sebagai kwitansi, dansatu lagi disimpan sebagai arsip pembayaran.

4. Implementasi

Dari permasalahan sistem yang terdahulu maka diperlukan suatu sistem baru yang dikembangkan dengan customer

relationship management. Sehingga dapat memudahkan dalam pemrosesan data dan penelusuran setiap informasi yang dikerjakan oleh sistem dimana sistem yang akan diajukan berbasis web atau online dengan langkah-langah sebagai berikut :

a. Layanan Web yaitu memberikan semua layanan yang dibutuhkan oleh pengguna atau pelanggan melalui pencarian produk, memberikan layanan gratis, menyediakan informasi tentang penggunaan produk, menyediakan pemesanan online dan menyediakan informasi status pemesanan.
b. Kemudian memberikan feedback kepada pelanggan melalui e-mail hal ini berhubungan dengan bagaimana dapat meningkatkan hubungan antar pelanggan sehingga pelanggan merasa diberikan layanan terbaik dari pihak managemen.
c. Menyediakan sarana call center yaitu menyediakan pusat layanan khusus bagi para pelanggan sehingga pihak perusahaan dapat mengetahui segala bentuk keluhan yang disampaikan dari pelangga, dapat mengetahui keluhan yang ada dari pelanggan sehingga perusahaan dapat mengetahui jenis keluhan dan membuat database keluhan (customer history) dan pihak perusahaan dapat memperbaiki kualitas layanan.
d. Menyediakan pencarian data dan melakukan analisa proses bisnis secara online yaitu dapat melakukan proses pembelian atau penjualan secara saat itu juga (Just In Time).
e. Adanya gudang data, dimana pelanggan dapat mengetahui sejauh apa sudah berinteraksi dengan perusahaan dengan system yang terintegrasi, sehingga pelanggan mendapatkan reward dan pihak manajemen perusahaan dapat melihat tingkat volume penjualan.

5. Pengujian Sistem

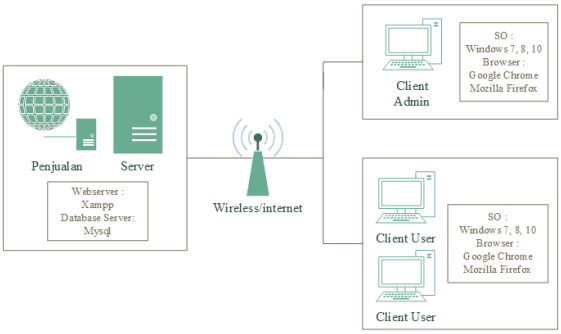
Pengujian sistem dilakukan oleh pelanggan serta karyawan perusahaan untuk memastikan apakah progam bisa mengimplementasikan e-commerce ke customer relationship management.

6. Pemeliharaan

Tahap ini merupakan tahapan akhir dalam model waterfall. software yang sudah jadi dijalankan serta dilakukan pemeliharaan (Maintenance). Pemeliharaan ini termasuk memperbaiki kesalahan yang tidak ditemukan pada langkah sebelumnya.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

3.1 Arsitektur sistem



Gambar 3.1 Arsitektur sistem

Dari gambar 3.1 arsitektur sistem dapat disimpulkan penjualan online terhubung dengan internet dengan webserver menggunakan xampp, databse server mysql. Client admin menggunakan sistem operasi windows 7,8,10, browser google crome, mozila firefox. Untuk client user menggunakan sistem operasi windows 7,8,10, browser google crome, mozila firefox.

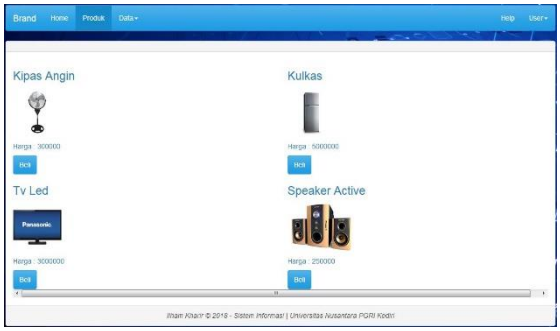
Spesifikasi perangkat keras (Hardware) yang digunakan untuk perancangan sistem ini. sebagai berikut :

a. Prosesor : Intel Celeron (R) 1.60 Ghz
b. Harddisk : 500 Gbyte
c. RAM : 2 GB

Spesifikasi perangkat lunak (Software) yang digunakan dalam pengembangan sistem ini adalah sebagai berikut :

a. Microsoft Windows 7 Ultimate sebagai sistem operasi.
b. Bahasa pemrograman PHP
c. Xampp 5.6.36 sebagai server local dalam pembuatan aplikasi
d. MySQL sebagai tempat penyimpanan data
e. SublimText dalam penulisan code program

3.2 Tampilan menu penjualan



Gambar 3.2 Menu penjualan

Gambar 3.2 menu pelanggan berisi tentang brand berfungsi utuk menampilkan halaman depan, untuk home sama fungsinya dengan brand dan jika mengeklik data menampilkan kategori pesan dan keranjang belanja. Untuk gambar produk menampilkan produk yang kita beli

3.3 Tampilan fitur *customer relationship management*

Gambar 3.3 Fitur *customer relationship management*

Gambar 3.3 Tampilan fitur *customer relationship management* berisi tentang fitur untuk menjalin hubungan antara pelanggan dengan perusahan contohnya seperti ucapan selamat datang semoga harimu menyenangkan.

3.4 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan yang dilakukan pada bab-bab sebelumnya maka dapat dibuat kesimpulan, sistem penjualan dapat mengimplementasikan e-commerce dan penjualan dapat melakukan implementasikan customer relationship management.

Adanya suatu sistem database pengelolaan pelanggan yang memudahkan komunikasi antara pelanggan dan perusahaan serta dapat dihasilkan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan.

IV. PENUTUP

Dengan sistem ini diharapkan dapat menjadi saran untuk pengembangan sistem lebih lanjut, untuk meningkatkan kinerja pada sistem ini agar lebih baik, maka disarankan :

a. Untuk meng-update data secara berkala, sehingga informasi pada sistem senantiasa diperbaharui.
b. Ikon-ikon Customer relationship management lebih user friendly.
c. Diharapkan menambah obyek penelitian untuk membahas Customer Relationship Management untuk lebih merepresentasikan bahasan penelitian.
d. Perlu adanya pengembangan pada desain tampilan agar lebih menarik sehingga dapat lebih banyak memikat minat pelanggan

V. DAFTAR PUSTAKA

Pramudiya, H. E., Handarkho, Y. D., & Rahayu, F. S. (2015). Pengimplementasian CRM Pada Pembangunan E-Commerce untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus : Dolanan Puzzle). Buana Informatika, 6(Oktober), 257–268.

Afrina M, Ibrahim A, Sistem J, Fakultas I, Komputer I, Response A, Library D, Informasi S, Sistem J, Fakultas I, Komputer I, Sriwijaya U Jurnal Sistem Informasi (JSI), vol. 5, issue 2 (2013) pp. 629-644.

Purbo, Onno W. 2000. Mengenal E-Commerce, Penerbit PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.

Fauziah, Agustina, I., & Andryana, S. (2012). Pt Cordova Garment Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan, 2012(semnasIF), 59–64.

Haryanti, S., & Irianto, T. (2011). Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Untuk Usaha Fashion Studi Kasus Omah Mode Kudus. Journal Speed, 3(1), 8–14.

Universitas, R., Maranatha, K., Rektor, P., Kristen, U., Fakultas, D., Informasi, T., … Emanuel, R. (2011). Jurnal Sistem Informasi Jurnal Sistem Informasi. Sistem Informasi UKM, 6(1), 1–206.

Warman, I., & Zahni, A. (2013). Rekayasa Web Untuk Pemesanan Handphone Berbasis JQUERY Pada Permata Cell. Momentum, 15(2), 30–38.

Bisnis, M., & Lebih, O. (2014). new entrepreneur orientation.

Amanda, R. P. (2016). TRIVAGO-THE HOTEL SEARCH.

Dyantina, O., Afrina, M., & Ibrahim, A. (2012). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN) 1,2,3. Sistem Informasi, 4(2), 516–529. Retrieved from

Dzacko, H. (2007). Basis Data (database). Jurnal Basis Data ICT Research Center UNAS, 5, 1–28.