

PENERAPAN CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) PADA E-COMMERCE BOUTIQUE MYSORELLA SEMARANG

Nanda Putra Perdana¹, Acun Kardinawati, M.Kom²

^{1,2}Jursan Sistem Informasi, Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro
Fakultas Ilmu Komputer Universitas Dian Nuswantoro Semarang
Jalan Nakula I No. 5-11 Semarang 50131
Telp : (024) 3517261, Fax : (024) 3520165
E-mail : 112201104461.dinus.ac.id@gmail.com¹, sekretariat@dinus.ac.id²

Abstrak

Salah satu pemanfaatan internet dalam bidang perdagangan adalah E-Commerce yang merupakan suatu proses bisnis yang menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara penjual dan pembeli dalam bentuk transaksi elektronik. Namun hal ini belum dimanfaatkan oleh Butik Mysorella yang merupakan sebuah badan usaha yang bergerak dibidang penjualan pakaian. Dalam melakukan proses bisnisnya Mysorella masih menggunakan mekanisme yang konvensional, yaitu pelanggan harus datang langsung ke outlet untuk melihat dan mencari informasi produk – produk yang dijual oleh Mysorella atau melakukan komunikasi via telepon untuk memperoleh informasi produk secara mendetail. Guna mendukung bisnis yang dijalankan Mysorella, keberadaan pelanggan bagi bukan hanya sebagai sumber pendapatan perusahaan, namun juga sebuah aset jangka panjang yang perlu dikelola dan juga dipelihara melalui Customer Relationship Management (CRM) yang bertujuan untuk mampu menyediakan data dan informasi kepada pelanggan. Untuk mengatasi permasalahan dari pihak pelanggan dan Mysorella pada penelitian ini akan dilakukan pemecahan masalah dengan perancangan Sistem Informasi E-Commerce Guna Mendukung Bisnis Pada Mysorella. Hasil dari penelitian ini adalah dengan sistem yang telah dibangun ini dapat menunjang transaksi pemesanan serta sebagai ajang promosi serta penyebaran informasi baik produk maupun outlet yang telah dimiliki Butik MySorella. Untuk para konsumen, dapat memudahkan dalam berkomunikasi maupun memberikan saran, atau masukan sehingga dapat lebih mendengarkan keinginan konsumen yang akan menjadi masukan bagi MySorella.

Kata kunci : E-Commerce, CRM, penjualan, sistem, sistem informasi.

Abstract

Rumah makan padang Mahkota is a restaurant selling various kinds of food and drinks. One use of the Internet in trading is E-Commerce is a business process that uses electronic technology that connects between the seller and the buyer in the form of electronic transactions. But this has not been exploited by Mysorella Boutique which is a business entity engaged in the sale of clothing. In conducting its business processes Mysorella still using the conventional mechanism, the customer must come directly to the outlet to see and search for product information - products sold by Mysorella or to communicate via phone to obtain detailed product information. To support Mysorella-run business, where the customer for not only a source of income of the company, but also a long-term asset that needs to be managed and maintained through Customer Relationship Management (CRM), which aims to be able to provide data and information to customers. To overcome the problems of the customers and Mysorella on this research

will be solving the problem with the design of the E-Commerce Information System to Support Business In Mysorella. Results from this study is the system that has been built to support this transaction as well as a promotional event reservations and information sharing both products and outlets that have been owned boutique MySorella. For the consumer, making it easier to communicate and provide suggestions, or feedback so as to better listen to the desires of consumers who will be input for MySorella.

Keywords: E-Commerce, CRM, sales, systems, information systems.

1. PENDAHULUAN

Komputer merupakan suatu alat yang dapat melakukan pengolahan data secara cepat, akurat dan efisien. Sehingga di zaman sekarang komputer merupakan alat yang paling banyak digunakan oleh masyarakat untuk membantu dalam pengambilan keputusan. Banyak lembaga atau instansi menggunakan sistem terkomputerisasi dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi [1].

Hal yang paling menonjol dari perkembangan komputer adalah hadirnya jaringan komputer yang terhubung ke seluruh dunia, yaitu internet. Internet juga suatu cara baru yang lebih menyenangkan untuk menggunakan Web sebagai basis untuk aplikasi bisnis yang lebih luas, yang memperluas cara perusahaan untuk berkomunikasi dan meningkatkan kemampuan perusahaan untuk saling berbagi informasi [2].

Salah satu pemanfaatan internet dalam bidang perdagangan adalah E-Commerce. Perdagangan dengan teknologi internet atau E-Commerce (Electronic Commerce) merupakan suatu proses bisnis yang menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara penjual dan pembeli dalam bentuk transaksi elektronik. E-Commerce (Electronic Commerce) memberikan peluang pasar yang sangat besar, terutama bagi perusahaan atau badan usaha yang memiliki keinginan untuk dapat melakukan penjualan produknya secara global. Salah satu implementasi e-commerce dalam dunia bisnis adalah dengan adanya situs-situs penjualan secara online atau berbasis web, hal ini dapat berpengaruh dalam budaya baru untuk melakukan transaksi yang tidak lagi konvensional melainkan transaksi dalam bentuk digital.

Mysorella yang merupakan sebuah badan usaha yang bergerak dibidang

penjualan pakaian. Mysorella memiliki outlet di jalan Supriyadi, produk yang disediakan Mysorella seperti kemeja, dress, celana, topi dan berbagai macam aksesoris. Mysorella menyediakan produk-produk yang bermutu dan kualitas yang terjamin. Mysorella memiliki daya tarik sendiri yaitu secara berkala membuat produk sendiri sesuai trend mode yang sedang berkembang saat ini (uptodate).

Dalam melakukan proses bisnisnya Mysorella masih menggunakan mekanisme yang konvensional, yaitu member harus datang langsung ke outlet untuk melihat dan mencari informasi produk – produk yang dijual oleh Mysorella atau melakukan komunikasi via telepon untuk memperoleh informasi produk secara mendetail. Ketika elanggan harus datang langsung ke toko tentunya hal ini kurang efektif bagi member, karena member harus menyediakan waktu khusus untuk dapat melakukan transaksi pembelian di Mysorella. Kendala seperti ini akan berdampak pada menurunnya minat member untuk melakukan transaksi pada Mysorella.

Kendala yang masih menjadi masalah Mysorella adalah melayani satu per satu pertanyaan member via telepon, seperti update harga, stok barang masih ada atau tidak. Tentunya kegiatan ini sangat tidak efektif dan efisien bagi Mysorella karena sangat menyita waktu dengan pertanyaan yang sama, dan berulang-ulang. Bahkan sering pertanyaan konsumen yang kadang luput atau lupa terbalas oleh Mysorella mengingat banyaknya pertanyaan yang masuk. Hal ini tentunya menyebabkan member kecewa, dan mengurungkan niat untuk melakukan transaksi pembelian, omzet penjualan Mysorella. Tentunya melakukan transaksi melalui internet lebih murah dan efisien jika dibandingkan dengan member yang harus pergi ke toko maupun mencari informasi via telepon.

Guna mendukung bisnis yang dijalankan Mysorella, keberadaan member bagi bukan hanya sebagai sumber pendapatan perusahaan, namun juga sebuah aset jangka panjang yang perlu dikelola dan juga dipelihara melalui Customer Relationship Management (CRM)

yang bertujuan untuk mampu menyediakan data dan informasi kepada member. Oleh karena itu, pada penelitian ini akan diterapkan pula Customer Relationship Management (CRM).

Customer Relationship Management (CRM) merupakan strategi pemasaran yang membangun relasi yang erat antara perusahaan dengan para membernya. Perusahaan dapat memanjakan member dan mengikatnya dalam sebuah persahabatan jika telah mengetahui kebutuhan dan harapan dari member tersebut [3].

Untuk mengatasi permasalahan dari pihak member dan Mysorella pada penelitian ini akan dilakukan pemecahan masalah dengan perancangan Sistem Informasi E-Commerce Guna Mendukung Bisnis Pada Mysorella. Dengan sistem ini Mysorella dapat melakukan transaksi penjual produk secara 24 jam non stop. Bagi member tidak perlu datang ke outlet Mysorella karena member dapat melihat produk-produk pada layar komputer, serta mengakses informasi serta

memberikan masukan, harapan atau yang diperlukan member tanpa mengenal batasan ruang, dan waktu.

Pembangunan program akan menggunakan metode Web Engineering yaitu tahapan dalam pengembangan sistem yang dimulai dari melakukan komunikasi untuk mengidentifikasi kebutuhan, lalu planning menentukan kebutuhan apa saja yang akan ditetapkan, tahap selanjutnya yaitu modeling dimana dibuat desain dari desain sistem hingga desain tampilan program yang akan dibuat, tahapan selanjutnya yaitu construction yaitu setelah program selesai didesain dilakukan pembuatan program.

Dari uraian yang telah dijabarkan diatas, judul pada penelitian ini adalah Penerapan CRM (Customer Relationship Management) Pada E-Commerce Boutique Mysorella Semarang, yang akan dibangun dengan berbasis web, menggunakan bahasa pemrograman PHP serta penyimpanan data pada MySQL.

2. METODE

Objek yang digunakan pada penelitian ini adalah Butik Mysorella

yang terletak di jalan Supriyadi Komp. Ruko Blok A7 Semarang, dan Jl.Prof Soedarto 33 A Tembalang Semarang.

2.1 Bentuk Rancangan CRM

1. Tahap Acquire

Pada tahapan ini digunakan untuk mendapatkan member baru, yaitu dengan adanya registrasi member, untuk dapat mengakses informasi dan melakukan pemesanan.

2. Tahap Enhance

Pada tahapan ini digunakan untuk meningkatkan relasi dengan member yang sudah ada. Yaitu dengan berusaha menjalin relasi yang baik dengan member yang sudah menjadi member, seperti kotak pesan.

3. Tahap Retain

Pada tahapan ini digunakan untuk memperoleh kesetiaan member, agar tetap melakukan transaksi pada perusahaan yaitu seperti adanya form untuk menampung keinginan dari member.

2.2 Sumber Data

1. Data Primer

Merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data jenis ini diperoleh dari hasil survey, dan hasil wawancara.

2. Data Sekunder

Merupakan data pendukung yang sumbernya diperoleh secara tidak langsung yang lebih dulu dikumpulkan dan dilaporkan di luar penyelidikan. Data yang dimaksud adalah data yang diperoleh melalui studi pustaka..

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Identifikasi Masalah

Dalam melakukan proses bisnis nya Mysorella masih menggunakan mekanisme yang konvensional, yaitu member harus datang langsung ke outlet untuk melihat dan mencari informasi produk – produk yang dijual oleh Mysorella. Tentunya hal ini kurang efektif bagi member, karena member harus menyediakan waktu khusus

untuk dapat melakukan transaksi pembelian di Mysorella. Kendala seperti ini akan berdampak pada menurunnya minat member untuk melakukan transaksi pada Mysorella .

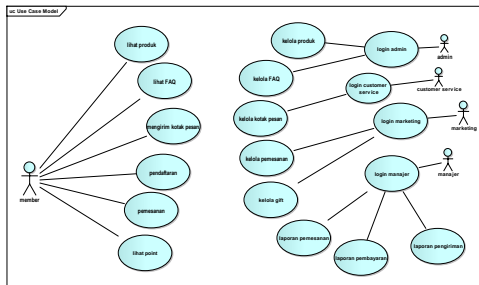
Jangkauan pangsa pasar yang hanya di Kota Semarang menjadi kendala yang dihadapi pihak Mysorella. Mysorella perlu memperluas jangkauan pemasarannya untuk memajukan bisnis yang dijalankannya. salah satu yang dipikirkan pihak Mysorella adalah membuka outlet baru. Dengan membuka outlet baru, Mysorella harus merekrut, menggaji pegawai, mendirikan gedung, dan perawatan gedung, yang tentunya memerlukan biaya yang cukup besar.

3.2 Identifikasi Kebutuhan Informasi

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijabarkan diatas, untuk mengatasi permasalahan tersebut maka identifikasi informasi yang dibutuhkan yaitu dengan adanya web site yang memberikan layanan transaksi penjualan kepada member secara 24 jam, serta layanan

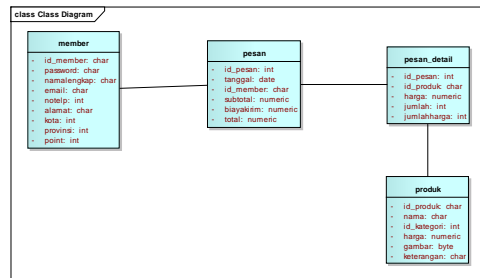
1. Point : pada penerapan CRM akan memberikan fasilitas reward atau point yang dapat ditukarkan dengan *gift* dari Boutique Mysorella. Point diperoleh dengan cara akumulasi dari transaksi pembelian yang dilakukan oleh member.
2. FAQ : FAQ atau sering disebut pertanyaan yang sering ditanyakan, merupakan pelayanan informasi bagi member sebelum mengajukan pertanyaan – pertanyaan yang umum, member dapat memperoleh jawabannya melalui website ini.
3. Kotak pesan : Adanya kotak yang langsung ditujukan kepada Boutique Mysorella untuk menerima kritik, saran maupun masukan dari member, serta mengetahui keinginan, pertanyaan dan keluhan member dalam rangka menciptakan hubungan baik dengan para member.

3.3 Use Case Diagram



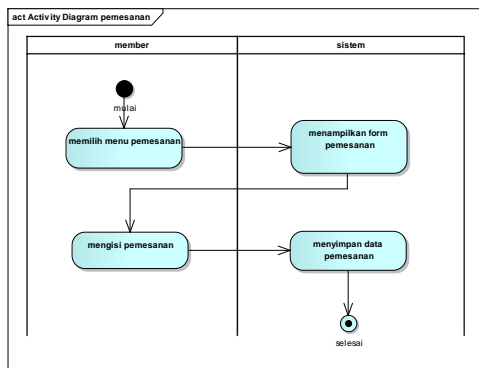
Gambar 1 Use Case Diagram

3.6 Class Diagram



Gambar 4 Clas Diagram

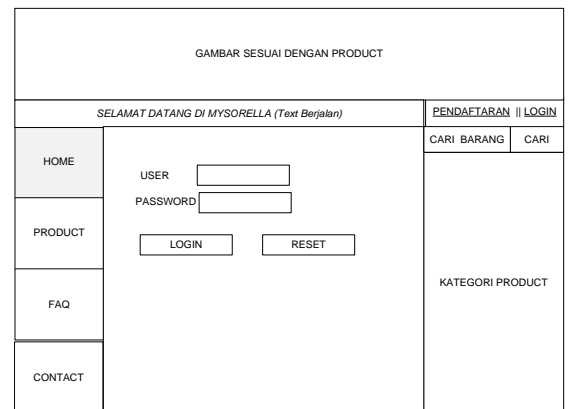
3.4 Aktiviti Diagram



Gambar 2 Activity Diagram

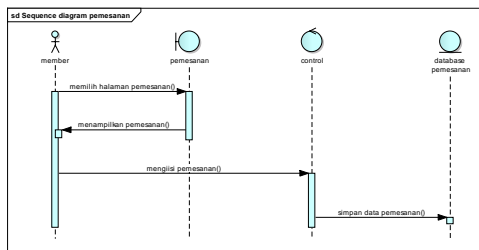
3.7 Desain Program

1. Desain Login Member



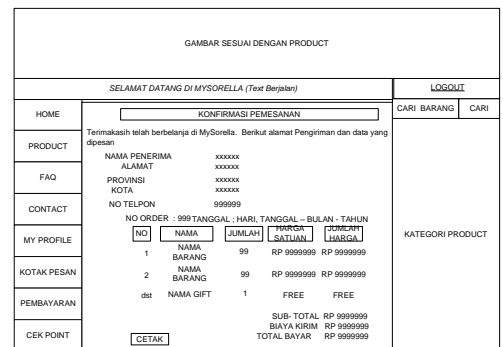
Gambar 5 Desain LoginMember

3.5 Sequence Diagram



Gambar 3 Sequence Diagram

2. Desain Pemesanan



Gambar 6 Desain Pemesanan

3. Desain Konfirmasi Pengiriman

GAMBAR SESUAI DENGAN PRODUCT

SELAMAT DATANG DI MYSORELLA (Text Berjalan)		LOGOUT
HOME	KONFIRMASI PENGIRIMAN	CARI BARANG CARI
PRODUCT	<input type="checkbox"/> Centang jika tujuan pengiriman sama dengan data ketika pendaftaran	KATEGORI PRODUCT
FAQ	NAMA PENERIMA <input type="text"/>	
CONTACT	ALAMAT <input type="text"/>	
MY PROFILE	PROVINSI <input type="text"/>	
KOTAK PESAN	KOTA <input type="text"/>	
PEMBAYARAN	NO TELPON <input type="text"/>	
CEK POINT	<input type="button" value="LANJUT"/>	

Gambar 7 Desain Konfirmasi Pengiriman

4. Desain Pendaftaran

GAMBAR SESUAI DENGAN PRODUCT

SELAMAT DATANG DI MYSORELLA (Text Berjalan)		PENDAFTARAN LOGIN
HOME	USER NAME <input type="text"/>	CARI BARANG CARI
PRODUCT	PASSWORD <input type="text"/>	KATEGORI PRODUCT
	ULANGI PASSWORD <input type="text"/>	
FAQ	NAMA LENGKAP <input type="text"/>	
	EMAIL <input type="text"/>	
CONTACT	NO TELPON <input type="text"/>	
	ALAMAT <input type="text"/>	
	PROVINSI <input type="text"/>	
	KOTA <input type="text"/>	
	<input type="button" value="DAFTAR"/> <input type="button" value="HAPUS"/>	

Gambar 8 Desain Pendaftaran

3.8 Implementasi Program

1. Login

Gambar 9 Login Member

2. Data Pendaftaran

Gambar 10 Data Pendaftaran

3. Data Pemesanan

Gambar 11 Data Pemesanan

4. Data Konfirmasi Pengiriman

Gambar 12 Konfirmasi Pemesanan

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilaksanakan penulis dapat disimpulkan bahwa dengan Sistem Penerapan Crm (Customer

Relationship Management) Pada E-Commerce Boutique Mysorella Semarang yang telah dibangun ini terdapat fasilitas point reward, FAQ, serta kotak pesan yang langsung ditujukan kepada admin yang diharapkan dapat menunjang transaksi pemesanan serta sebagai ajang promosi serta penyebaran informasi baik produk maupun outlet yang telah dimiliki Butik MySorella. Untuk para konsumen, dapat memudahkan dalam berkomunikasi maupun memberikan saran, atau masukan sehingga dapat lebih mendengarkan keinginan konsumen yang akan menjadi masukan bagi MySorella

4.2 Saran

1. Tentunya harus ada pemberian pelatihan bagi user yang akan mengoperasikan sistem ini agar dapat menjalankan sistem dengan baik serta memberikan inputan yang sesuai sehingga luaran yang dihasilkan dapat sesuai dengan harapan.
2. Karena keterbatasan waktu dalam penyusunan penelitian ini, penulis membatasi dalam fasilitas CRM yaitu adanya

penukaran gift, FAQ, serta kotak masuk untuk menampung pesan dari member. Untuk pengembangan sistem selanjutnya dapat ditambahkan fasilitas lain yang dapat memanjakan member, ataupun untuk lebih mendekatkan member dengan Butik MySorella.

3. Untuk terus mengikuti perkembangan jaman diharapkan sistem ini dapat dikembangkan dengan penggunaan aplikasi mobile, sehingga dapat lebih mudah diakses.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ryan Maydianza, *Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Untuk CV. Bintang Falah*. Yogyakarta, 2011.
- [2] Dedi Prasetyo, "Pembuatan E-Commerce Toko Sepatu Actifa," *Indonesian Journal on Networking and Security*, 2013.
- [3] Teti Wijayanti, "Pengembangan Customer Relationship

- Management Berbasis Web Pada Griya Muslim Flora," *ISSN*, vol. 1, Februari 2011.
- [4] Tata Sutabri, *Konsep Sistem Informasi*, 1st ed. Yogyakarta: Andi, 2012.
- [5] I Putu Agus Eka Pratama, *Sistem Informasi dan Implementasinya*. Bandung, Indonesia: Informatika, 2013.
- [6] Yakub, *Pengantar Sistem Informasi*. Yogyakarta: CV. Graha Ilmu, 2012.
- [7] Ferdiyanto, "Penerapan Customer Relationship Management Berbasis SMS Gateway Pada CV. Arindra Mandiri," *STIMIK GI MDP*, 2008.
- [8] Fransisca Andreani, "Customer Relationship Management (CRM) Dan Aplikasinya Dalam Industri Manufaktur Jasa," *Petra*, 2011.
- [9] Chairul Marom, *Sistem Akutansi Perusahaan Dagang*. Jakarta: Grasindo, 2002.
- [10] La Midjan, *Sistem Informasi Akutansi*. Bandung: Lembaga Informasi Akutansi, 2001.
- [11] Jogiyanto, *Analisa dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- [12] Bambang Haryanto, *Rekayasa Sistem Berorientasi Objek*. Bandung: Informatika, 2004.
- [13] Roger S Pressman, *Rakayasa perangkat Lunak Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi, 2012.
- [14] Rosa A. S, *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek*. Bandung, Indonesia: Informatika, 2014.
- [15] Abdul Kadir, *From Zero To A Pro Membuat Aplikasi Web dengan PHP dan DataBase*. Yogyakarta: Andi Offset, 2009.