

Customer Relationship Management pada E-commerce Toko Asyhana

Muhammad Rizky Asyhana Putra^{1*}, Moh. Muhtarom,² Sopingi³

^{1,2,3}Sistem Informasi

Universitas Duta Bangsa Surakarta

^{1*}mr.asyhana.putra@gmail.com, ²masmuhtarom.dutaska@gmail.com, ³sopingi@udb.ac.id

Abstrak— Pada saat ini, mekanisme penjualan yang ada di Toko Asyhana yaitu pelanggan masih datang langsung ke toko dan memilih baju batik yang akan dibeli. Hal ini tentu membuat wilayah pemasaran menjadi terbatas. Selain itu, promosi yang dilakukan oleh Toko Asyhana masih menggunakan dari mulut ke mulut, belum berbasis web sehingga banyak pelanggan yang belum mengetahui. Permasalahan yang terdapat pada proses penjualan adalah belum adanya sistem yang mampu memasarkan produk secara online berbasis website yang terintegrasi dengan media sosial. Untuk pencatatan penjualan dan laporan penjualan belum terkomputerisasi masih dilakukan dalam bentuk pencatatan di buku besar. Sehingga pemilik toko mengalami kesalahan dalam proses pembuatan laporan penjualan. Oleh sebab itu, agar dapat mengatasi permasalahan tersebut maka dibutuhkannya sistem e-commerce berbasis web yang dapat membantu untuk memudahkan pemilik toko dalam mengelola penjualan dan membantu pelanggan dalam melakukan transaksi pembelian baju batik pada Toko Asyhana. Dengan dibuatkan sistem e-commerce berbasis web, maka pelanggan dapat dengan mudah melihat jenis baju batik yang dijual dan juga dapat membeli secara online. Sehingga dapat membuat proses jual beli menjadi lebih mudah dan efisien. Kemudahan belanja merupakan hal yang dapat memperlancar dan mempermudah suatu usaha. Dengan adanya web yang memiliki fitur CRM (Customer Relationship Management) salah satunya chat/pesan dapat membuat Toko Asyhana menjadi lebih terorganisir dan meningkatkan profit penjualan..

Kata Kunci— Customer Relationship Management, E-commerce, Berbasis Web.

Abstrack— At this time, the sales mechanism in Asyhana Stores is that customers still come directly to the store and choose which batik clothes to buy. This of course makes the marketing area to be limited. In addition, promotions carried out by Toko Asyhana still use word of mouth, not yet web-based, so many customers don't know about it. The problem with the sales process is that there is no system capable of marketing products online based on a website that is integrated with social media. For sales records and sales reports that have not been computerized, they are still being recorded in the general ledger. So that the shop owner experienced an error in the process of making sales reports. Therefore, in order to overcome these problems, a web-based e-commerce system is needed which can help make it easier for shop owners to manage sales and assist customers in making purchases of batik clothes at Asyhana Stores. By creating a web-based e-commerce system, customers can easily see the types of batik clothes being sold and can also buy online. So that it can make the buying and selling process easier and more efficient. Ease of shopping is something that can expedite and facilitate a business. With a web that has a CRM (Customer Relationship Management) feature, one of which is chat/messages, it can make Asyhana Stores more organized and increase sales profits..

Keywords— Customer Relationship Management, E-commerce, Web Based.

I. PENDAHULUAN

Toko Asyhana adalah toko yang menjual berbagai macam baju batik untuk pria maupun wanita. Toko Asyhana menjual baju batik berkualitas yang berlokasi di Pusat Grosir Solo. Mekanisme penjualan yang ada di Toko Asyhana yaitu pelanggan datang langsung ke toko dan memilih baju batik yang akan dibeli. Hal ini tentu membuat wilayah pemasaran menjadi terbatas. Selain itu, promosi yang dilakukan oleh Toko Asyhana masih menggunakan dari mulut ke mulut, belum berbasis web sehingga banyak pelanggan

yang belum mengetahui. Permasalahan yang terdapat pada proses penjualan adalah belum adanya sistem yang mampu memasarkan produk secara online berbasis website yang terintegrasi dengan media sosial. Untuk pencatatan penjualan dan laporan penjualan belum terkomputerisasi masih dilakukan dalam bentuk pencatatan di buku besar. Sehingga pemilik toko mengalami kesalahan dalam proses pembuatan laporan penjualan. Oleh sebab itu, agar dapat mengatasi permasalahan tersebut maka dibutuhkannya sistem e-commerce berbasis web yang dapat membantu untuk memudahkan pemilik toko

dalam mengelola penjualan dan membantu pelanggan dalam melakukan transaksi pembelian baju batik pada Toko Asyhana. Dengan dibuatkan sistem e-commerce berbasis web, maka pelanggan dapat dengan mudah melihat jenis baju batik yang dijual dan juga dapat membeli secara online. Sehingga dapat membuat proses jual beli menjadi lebih mudah dan efisien. Kemudahan belanja merupakan hal yang dapat memperlancar dan mempermudah suatu usaha. Dengan adanya web yang memiliki fitur CRM (Customer Relationship Management) salah satunya chat/pesan dapat membuat Toko Asyhana menjadi lebih teroganisir dan meningkatkan profit penjualan.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Metode pengembangan sistem yang digunakan penulis adalah menggunakan metode SDLC model waterfall. Berikut adalah langkah-langkahnya:

a. Analisis

Penulis melakukan analisis kebutuhan, kebutuhan yang di butuhkan untuk mencapai tujuan peneliti dalam merancang sistem informasi penjualan baju batik yaitu dibutuhkannya data dari Toko Asyhana berupa data pelanggan dan data produk, kemudian mengidentifikasi masalah dan menganalisis kebutuhan sistem yang ada pada Toko Asyhana. Pada proses ini penulis menggunakan PIECES sebagai analisis kelemahan sistem.

b. Desain

Penulis melakukan penyusunan proses, data, struktur data, arsitektur perangkat lunak, representasi antarmuka, dan prosedur pengodean sesuai dengan hasil analisa kebutuhan. Perancangan sistem tersebut dibuat menggunakan UML

c. Pengkodean

Penulis melakukan perancangan ke dalam bentuk kode program dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL.

d. Pengujian

Penulis melakukan pengujian sistem dengan menggunakan metode black box

testing.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Perancangan Antar Muka Pelanggan

1. Halaman Login Pelanggan

Merupakan halaman yang digunakan oleh pelanggan agar dapat masuk ke akun masing – masing yang telah memiliki hak akses sendiri-sendiri sehingga dapat menggunakan fitur yang ada pada sistem. Berikut adalah contoh halaman login pelanggan:

Gambar 3.1 Halaman Login Pelanggan

2. Halaman Register

Merupakan halaman yang digunakan oleh pelanggan jika belum mempunyai akun. Berikut adalah contoh halaman register:

Gambar 3.2 Halaman Register

3. Halaman Utama User

Merupakan sebuah halaman pertama yang akan dikunjungi oleh pelanggan, dimana di halaman tersebut memuat informasi produk dan informasi lainnya. Berikut ini adalah gambaran halaman utama:

Gambar 3.3 Halaman Utama User

4. Halaman Trolley Belanja

Merupakan sebuah halaman yang memuat semua data mengenai pesanan. Berikut ini adalah gambaran halaman trolley belanja:

Gambar 3.4 Halaman Trolley Belanja

5. Halaman Checkout

Merupakan halaman yang memuat semua data mengenai pesanan dan juga terdapat form alamat pengiriman yang harus diisi oleh pelanggan. Berikut ini adalah gambaran halaman checkout:

Gambar 3.5 Halaman Checkout

b. Perancangan Antar Muka Admin

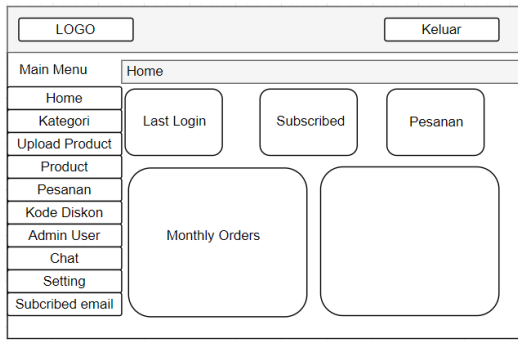
1. Halaman Login Admin

Merupakan halaman yang digunakan oleh admin agar dapat masuk ke akun sehingga dapat menggunakan fitur yang ada pada sistem. Berikut ini adalah contoh halaman login admin:

Gambar 3.6 Halaman Login Admin

2. Halaman Utama Admin

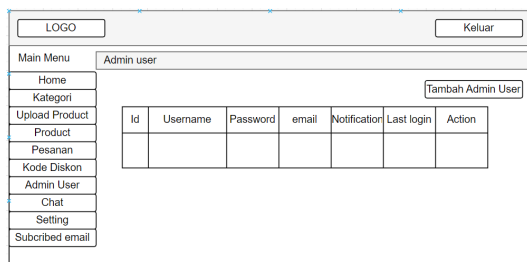
Merupakan halaman yang hanya dapat diakses oleh admin dan menyediakan beberapa informasi yang utama. Berikut ini adalah contoh halaman utama admin:



Gambar 3.7 Halaman Utama Admin

3. Halaman Admin User

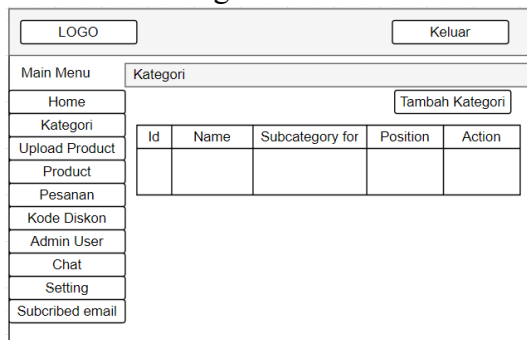
Merupakan halaman yang hanya dapat diakses oleh admin dan memuat data mengenai admin user. Berikut ini adalah contoh halaman admin user :



Gambar 3.8 Halaman Admin User

4. Halaman Kategori

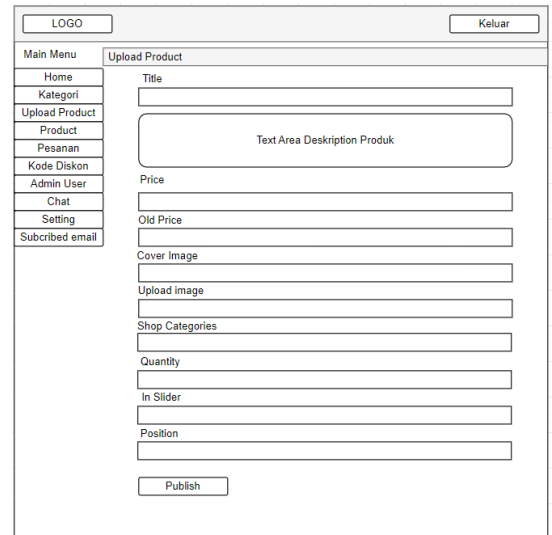
Merupakan halaman yang hanya dapat diakses oleh admin dan memuat data mengenai kategori produk. Berikut ini adalah contoh halaman kategori:



Gambar 3.9 Halaman Kategori

5. Halaman Upload Produk

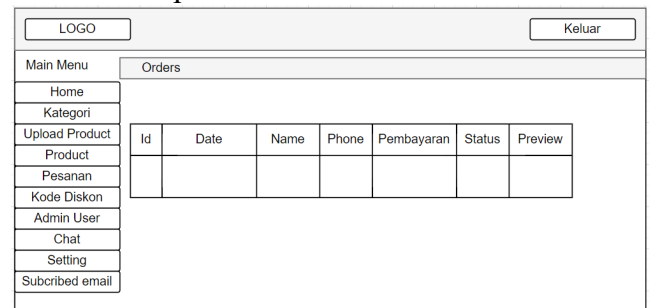
Merupakan halaman yang hanya dapat diakses oleh admin dan memuat data mengenai upload produk. Berikut ini adalah contoh halaman upload produk:



Gambar 3.10 Halaman Upload Produk

6. Halaman Pesanan

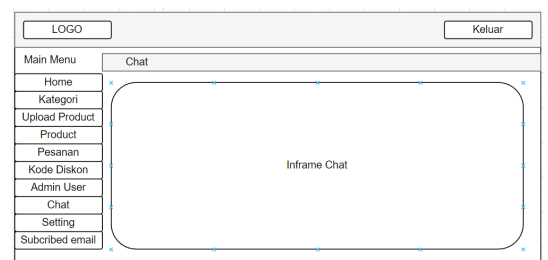
Merupakan halaman yang hanya dapat diakses oleh admin dan memuat data mengenai pesanan. Berikut ini adalah contoh halaman pesanan:



Gambar 3.11 Halaman Pesanan

7. Halaman Chat

Merupakan halaman yang hanya dapat diakses oleh admin dan memuat obrolan chat dengan pelanggan. Berikut ini adalah contoh halaman chat:



Gambar 3.12 Halaman Chat

c. Perancangan Antar Muka Owner

1. Halaman Login Owner

Merupakan halaman yang digunakan oleh owner agar dapat masuk ke akun sehingga

dapat menggunakan fitur yang ada pada sistem. Berikut ini adalah contoh halaman login owner:

Gambar 3.13 Halaman Login Owner

2. Halaman Utama Owner

Merupakan halaman yang hanya dapat diakses oleh owner dan menyediakan beberapa informasi yang utama. Berikut ini adalah contoh halaman utama owner:

Gambar 3.14 Halaman Utama Owner

IV. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari Customer Relationship Management pada E-commerce Toko Asyhana sebagai berikut:

- Sistem ini terdapat 3 hak akses yaitu pelanggan, admin, dan owner.
- Untuk hak akses pelanggan dapat register, membuat pesanan barang, melihat produk, melakukan pembayaran, dan chat live dengan admin.
- Untuk hak akses admin dapat mengelola data user, mengelola produk, mengelola pesanan, melihat data admin user, melihat laporan penjualan, chat live dengan user,

dan broadcast promo ke user.

- Untuk hak akses owner dapat melihat laporan penjualan.

REFERENSI

- [1] Arnanda, Riza Adhy (2021). SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEBSITE APLIKASI CITI CHICKEN HOUSE. (Skripsi Sarjana, Universitas Muhammadiyah Surakarta). <http://eprints.ums.ac.id/91436/>
- [2] Fitri Ayu, N. P. (2018). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENGOLAHAN DATA PRAKTEK KERJA LAPANGAN (PKL) PADA DEVISI HUMAS PT. PEGADAIAN. Jurnal Intra-Tech.
- [3] Irawan, Y. (2019). SYARI' FASHION MARKETING INFORMATION SYSTEM USING WEB-BASED CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM). Journal of Information Technology and Computer Science , 1-9.
- [4] Joni Maulindar, N. (2020). PROTOTYPE "SMARTCARD SHOP" UNTUK TRANSAKSI BELANJA DIGITAL. Jurnal Dinamika Informatika , 1-14.
- [5] Khadafi, S., Salim, A., Nopendri, N., Prabowo, R., & Anam, C. (2019, September). Rancang Bangun Website UKM Reviora Tanggulangin Sidoarjo Menggunakan Metode Waterfall Sebagai Media Pemasaran Online. In Prosiding Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan (Vol. 1, No. 1, pp. 705-710).
- [6] Lazuardi, Umar. (2020). RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PENJUALAN BARANG BERBASIS E-E-COMMERCE (STUDI KASUS: PT. SANDYA LESTARI). (Skripsi Sarjana, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/56048>
- [7] Prayitno, T. (2020). Mengenal Produk Nasional Batik dan Tenun.
- [8] Rahmadana, M. F. (2021). Ekonomi Digital.
- [9] Sembiring, J. O., & Sorang, P. (2017). Sistem Informasi Pemesanan Dan Penjualan Barang pada Pintera Kreatif Berbasis Web. MEANS (Media Informasi Analisa Dan Sistem), 2(2), 69–75.
- [10] Zakaria, Dwiki (2020). SISTEM INFORMASI PENJUALAN HANDPHONE BERBASIS WEB PADA TIARA CELL PANEKAN. (Skripsi Sarjana, Universitas Muhammadiyah Surakarta). <http://eprints.ums.ac.id/82658/>
- [11] Zaliluddin, D., & Rohmat, R. (2018). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web (Studi Kasus Pada Newbiestore).