

Naskah Publikasi

PROYEK TUGAS AKHIR

**IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA
SISTEM INFORMASI PENJUALAN DAN PEMESANAN KEBAYA BERBASIS WEBSITE
(Studi Kasus : CV Regina Konveksi Yogyakarta)**

Program Studi Teknik Informatika
Fakultas Teknologi Informasi dan Elektro



Disusun Oleh :

LUTHER NANDA YEHEZKIEL TUMANGGOR

5140411062

**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI DAN ELEKTRO
UNIVERSITAS TEKNOLOGI YOGYAKARTA
2019**

Naskah Publikasi

PROYEK TUGAS AKHIR

IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA SISTEM INFORMASI PENJUALAN DAN PEMESANAN KEBAYA BERBASIS WEBSITE (STUDI KASUS : CV REGINA KONVEKSI)

Program Studi Teknik Informatika
Fakultas Teknologi Informasi dan Elektro

Disusun Oleh :

LUTHER NANDA YEHEZKIEL TUMANGGOR
5140411062

Telah disetujui oleh pembimbing

Pembimbing

Iwan Hartadi Tri U.,S.T., M.Kom.

Tanggal :

IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA SISTEM INFORMASI PENJUALAN DAN PEMESANAN KEBAYA BERBASIS WEBSITE (Studi kasus CV Regina Konveksi Yogyakarta)

Luther Nanda Yehezkiel Tumanggor, Iwan Hartadi Tri Untoro, S.T., M.Kom

Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi dan Elektro

Universitas Teknologi Yogyakarta

Jl. Ringroad Utara Jombor Sleman Yogyakarta E-mail

: officialluther21@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dalam bidang penyampaian informasi menjadi suatu jalan dalam menghubungkan setiap macam kebutuhan manusia. Adanya teknologi informasi dapat membantu pekerjaan manusia menjadi lebih mudah, karena dengan adanya teknologi informasi, manusia dapat menerima informasi apapun dengan cepat dan efisien. Termasuk didalamnya dalam pada bidang bisnis penjualan dan pemesanan kebaya pada CV Regina Konveksi Yogyakarta. Saat ini permasalahan yang terjadi pada perusahaan ini ada pada bagian pemasaran dan promosi. Hal ini tentu saja berpengaruh terhadap daya tarik, minat dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Implementasi Customer Relationship Management (CRM) dapat memberikan layanan kepada pelanggan dengan maksimal dan dapat memberikan rasa kepuasan dan kenyamanan..Dengan adanya metode pendekatan menggunakan CRM ini diharapkan pelanggan dapat dengan mudah mengakses informasi tentang produk, mendapatkan informasi promo, memberikan keluhan, kritik dan saran terhadap perusahaan, memberikan review terhadap produk yang ditawarkan.

Kata kunci : *crm, teknologi, informasi, penjualan, pemasaran, promosi.*

1. PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara sehingga UKM perlu dipertahankan. Perdagangan bebas merupakan salah satu masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha UKM, termasuk diantaranya CV Regina Konveksi Yogyakarta.

Regina Konveksi adalah salah satu toko yang bergerak dalam penjualan aneka produk konveksi yang memiliki fokus pada produk kebaya. Selain itu, di Regina konveksi, setiap pelanggan yang hendak membeli kebaya yang ada, dapat melakukan sistem pesan.

Sistem pemesanan yang digunakan saat ini merupakan permasalahan pokok yang terjadi didalam perusahaan ini, yaitu menggunakan metode konvensional, dimana pembeli harus datang langsung untuk mengukur kebaya, memilih bahan, dan melihat stok kebaya yang ada di perusahaan ini. Seiring semakin berkembang pesatnya persaingan dalam cara mempromosikan dagangan,

mendasari pembuatan program ini. Apabila perusahaan menggunakan sistem lama, konsumen yang ingin melakukan pembelian kebaya harus datang ke toko dan

melihat stok yang tersedia. Dengan proses pemesanan yang seperti ini, jelas tidak efisien dan tepat waktu dan merepotkan konsumen dalam pembelian dan membuat waktu konsumen terbuang sia sia. Diharapkan dengan adanya sistem ini dapat membantu pembeli dalam memilih produk yang akan dibeli secara efisien dan mudah. Selain masalah tersebut, Regina konveksi juga saat ini mempunyai masalah yang lain yaitu dalam hal pemasaran produk yang mereka buat. Agar UKM seperti Regina Konveksi ini dapat bersaing, maka penting bagi pelaku usaha ini untuk meningkatkan kualitas pelayanannya serta meningkatkan jumlah pelanggan melalui peningkatan sistem pemasarannya dengan memanfaatkan bantuan teknologi.

2. LANDASAN TEORI

2.1 CRM

CRM adalah strategi pengelolaan pelanggan mulai dari proses pemasaran, penjualan sampai dengan proses pelayanan setelah penjualan, yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan harapan dapat menambah loyalitas pelanggan tersebut.

Keuntungan penerapan CRM dalam sebuah organisasi atau perusahaan sangat bervariasi tergantung pada bidang bisnis yang ditekuni oleh organisasi tersebut. Adapun tujuan dan manfaat dari penerapan konsep CRM dalam sebuah organisasi sebagai berikut :

1. Mendorong Loyalitas Pelanggan

Aplikasi CRM memungkinkan perusahaan untuk mendayagunakan informasi dari semua titik kontak dengan pelanggan baik melalui website, call center, maupun melalui staff pemasaran dan pelayanan di lapangan. Konsistensi dan kemudahan mengakses dan menerima informasi memungkinkan penjualan dan pelayanan yang lebih baik dengan menggunakan berbagai informasi penting mengenai pelanggan tersebut.

2. Mengurangi Biaya

Dengan kemampuan dalam pelayanan pelanggan, ada biaya yang dapat dikurangi, semisal dengan memanfaatkan teknologi *website*. Aplikasi CRM juga memungkinkan pelayanan yang lebih murah dalam sebuah skema program pemasaran yang spesifik dan terfokus. Tertuju ke pelanggan yang tepat dan pada waktu yang tepat pula.

3. Meningkatkan Efisiensi Operasional

Kemudahan proses layanan dapat mengurangi risiko turunnya kualitas pelayanan dan mengurangi beban cashflow, penggunaan teknologi *website* dan *call center* misalnya, akan mengurangi hambatan birokrasi dan biaya serta proses administrasi yang mungkin timbul.

4. Peningkatan Pendapatan

Aplikasi CRM menyediakan informasi untuk meningkatkan pendapat dan keuntungan perusahaan. Melalui aplikasi CRM, perusahaan dapat melakukan penjualan dan pelayanan melalui *website*.

Dengan kata lain, CRM dikembangkan untuk memberikan tingkat kepuasan pelanggan sehingga akan tetap kembali dengan pelayanan yang perusahaan atau organisasi berikan dan membuka peluang bagi perusahaan atau organisasi menjadi pemenang dalam berbisnis.

2.2 Sistem

Sistem adalah sekumpulan elemen yang saling terkait atau terpadu yang dimaksudkan untuk mencapai suatu tujuan. Sebagai gambaran jika dalam sebuah sistem terdapat sebuah elemen yang tidak memberikan manfaat dalam mencapai tujuan yang sama maka

elemen tersebut dapat dipastikan bukanlah bagian dari sistem Kadir, A., (2014).

2.3 Informasi

Menurut Kadir, A., (2014), informasi adalah sekumpulan fakta-fakta yang telah diolah menjadi data, sehingga menjadi lebih berguna dan menjadi informasi saat dibaca atau diketahui oleh orang yang membutuhkan akan informasi tersebut dan dapat digunakan untuk pengambilan keputusan. Informasi yang berkualitas tergantung dari tiga hal, yaitu:

1. Akurat, yang artinya informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan harus jelas mencerminkan maksudnya.
2. Tepat pada waktunya, yang artinya informasi yang diterima tidak boleh terlambat.
3. Relevan, yang artinya informasi tersebut mempunyai manfaat oleh pemakainya.

2.4 Website

Website sering juga disebut web, dapat diartikan sebuah kumpulan halaman yang menampilkan berbagai macam informasi berupa teks, data, Gambar, suara, video, maupun gabungan dari semuanya yang dihubungkan dengan jaringan halaman atau hyperlink. Kadir, A., (2014) berpendapat *World Wide Web* (WWW) adalah sistem pengakses informasi dalam internet yang biasa dikenal dengan istilah *web*. *Web* menggunakan protokol yang disebut HTTP (*HyperText Transfer Protocol*) yang berjalan pada TCP/IP. Dengan menggunakan 9 *HyperText*, pemakai dapat melompat dari suatu dokumen ke dokumen lain dengan mudah, dengan cukup mengklik *text* khusus yang pada awalnya ditandai dengan garis bawah. Penggunaan *HyperText* pada *web* juga telah dikembangkan lebih jauh menjadi *HyperMedia*. Dengan menggunakan pendekatan *HyperMedia*, tidak hanya *text* yang dapat dikaitkan, melainkan juga Gambar, suara, dan bahkan video

2.5 PHP (Hypertext Preprocessor)

PHP adalah sebuah bahasa pemrograman scripting untuk membuat halaman web yang dinamis. Walaupun dikenal sebagai bahasa untuk membuat halaman web, tapi php sebenarnya juga dapat digunakan untuk membuat aplikasi command line dan juga GUI. Website yang dibuat menggunakan PHP memerlukan software bernama webserver tempat pemrosesan kode PHP dilakukan. Server web yang memiliki software PHP parser akan memproses input berupa kode PHP dan menghasilkan output berupa halaman web. PHP bersifat terbuka dan multiplatform, karenanya dapat dijalankan di banyak merek web server (seperti apache dan IIS) Zaki (2014).

2.6 Database

Database adalah kumpulan dari data yang berhubungan satu dengan yang lain yang kemudian diorganisasikan berdasarkan skema tertentu. Hubungan antar data dapat ditunjukkan dengan adanya field/kolom kunci dari tiap file/table yang ada. Dalam satu file atau table terdapat record yang sejenis, sama besar, yang merupakan suatu kumpulan entitas yang seragam.

Database menurut Ladjamudin (2013) adalah sekumpulan data *store* (bisa dalam jumlah yang sangat besar) yang tersimpan dalam *magnetic disk, optical disk, magnetic drum* atau media penyimpanan sekunder lainnya

2.7 Data Flow Diagram (DFD)

DFD tidak sesuai untuk memodelkan sistem yang menggunakan pemrograman berorientasi objek. Sukanto & Shalahudin (2014), "*Data Flow Diagram* atau dalam bahasa Indonesia menjadi Diagram Alir Data (DAD) adalah representasi grafik yang menggambarkan aliran informasi dan transformasi informasi yang diaplikasikan sebagai data yang mengatur dari masukan (*input*) dan keluaran (*output*). DFD tidak sesuai untuk memodelkan sistem yang menggunakan pemrograman berorientasi objek."

2.8 Entity Relationship Diagram (ERD)

Entity Relationship Diagram (ERD) merupakan suatu model data yang dikembangkan berdasarkan objek. ERD digunakan untuk menjelaskan hubungan antar data dalam basis data kepada pengguna secara logis. ERD didasarkan pada suatu persepsi bahwa *real world* terdiri atas obyek-obyek dasar tersebut. Penggunaan ERD relatif mudah dipahami, bahkan oleh para pengguna yang awam. Ada beberapa istilah yang harus dipahami sebelum merancang *database* dengan menggunakan model *entity relationship diagram*, diantaranya yaitu:

a. Superkey

Satu atau lebih atribut (kumpulan atribut) yang dapat membedakan setiap baris data dalam tabel secara unik. Mengidentifikasi sebuah tupel di dalam relasi (satu atau lebih *field* yang dapat dipilih untuk membedakan antara satu *record* dengan *record* lainnya).

b. Candidate Key

Kumpulan atribut minimal yang membedakan setiap baris data dalam tabel secara unik. Untuk bisa menjadi *candidate key*

c. Primary Key

Nilai dari kunci relasi harus mengidentifikasi sebuah baris yang unik di dalam sebuah relasi. Kunci relasi terdiri dari satu atau lebih atribut-atribut relasi. Agar bisa menjadi sebuah *primary key*, sebuah atribut harus memenuhi persyaratan sebagai *candidate key*.

d. Alternate Key

Kunci yang tidak ada di dunia nyata, tetapi diadakan dan di jadikan *primary key*. Kunci alternatif dibuat ketika tidak ada satupun atribut dalam sebuah relasi yang bisa mewakili relasi tersebut, atau ada yang bisa menjadi *candidate key* tetapi tidak cukup efektif untuk digunakan sebagai *primary key*.

e. Composite Key

Composite key adalah *primary key* yang terdiri gabungan dua atau lebih dari satu atribut, yang dapat membedakan suatu baris data secara unik. *Composite key* (kunci komposit) harus merupakan *field* yang benar – benar unik dan tidak boleh ada nilai *NULL* (tidak boleh kosong).

f. Foreign Key (FK)

Istilah FK juga banyak digunakan dalam perancangan. Sebuah FK adalah sekumpulan atribut dalam suatu relasi (Misal A) sedemikian sehingga kumpulan atribut ini bukan kunci relasi A tetapi merupakan kunci dari relasi lain.

g. Kardinalitas Pemetaan

Kardinalitas pemetaan atau rasio kardinalitas menunjukkan jumlah *entity* yang dihubungkan dengan satu *entity* lain dengan suatu *relationship sets*. Kardinalitas pemetaan meliputi:

1. Hubungan satu ke satu (*one to one*). Yaitu satu *entity* dalam A dihubungkan dengan maksimum satu *entity*.
2. Hubungan satu ke banyak (*one to many*). Yaitu satu *entity* dalam A dihubungkan dengan sejumlah *entity* dalam B dihubungkan dengan maksimum satu *entity* dalam A.
3. Hubungan banyak ke satu (*many to one*). Yaitu satu *entity* dalam A dihubungkan dengan maksimum satu *entity* B. Satu *entity* dalam B dapat dihubungkan dengan sejumlah *entity* dalam A.
4. Hubungan banyak ke banyak (*many to many*). Yaitu satu *entity* dalam A dihubungkan dengan sejumlah *entity* dalam *entity* dalam B dihubungkan dengan sejumlah *entity* dalam A.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Adapun yang menjadi obyek penelitian penulis ialah CV Regina Konveksi, milik Regina Hutapea yang terletak di Jalan nitikan baru, NO 67 Yogyakarta. CV Regina Konveksi ini merupakan pengembangan dari perusahaan pusat yang saat ini terletak di Tangerang.

3.2. Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung dan sistematis terhadap objek penelitian yaitu mengamati proses pada kegiatan jual beli yang terjadi di perusahaan. Mengamati beberapa situs toko *online* yang ada untuk membandingkan mana yang terbaik dari yang terbaik dan mengambil beberapa fitur yang dimiliki dari toko *online*.

2. Wawancara

Metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab mengenai kegiatan mulai dari proses jual beli hingga proses pendaan laporan penjualan. Wawancara dilakukan langsung kepada pemilik Regina Konveksi. Wawancara yang dilakukan peneliti terhadap pemilik perusahaan adalah seputar tentang sistem penjualan, bagaimana proses jual beli yang seharusnya dilakukan dan bagaimana desain yang menarik minat pelanggan untuk mengakses sistem.

3. Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara mempelajari dan mencatat data dokumen yang tertulis dari buku-buku dan literature yang berhubungan dengan penelitian untuk mendapatkan dasar-dasar teori dari data yang dibutuhkan. Metode untuk mencari literatur atau sumber pustaka juga dilakukan berdasarkan referensi dan berbagai diskusi pembahasan baik dengan dosen maupun dengan orang yang ahli pada kasus bahan penelitian. Referensi didapatkan dari peneliti-peneliti yang terlebih dahulu melakukan penelitian.

3.3. Analisis Masalah

Proses yang saat ini sedang berjalan didalam CV Regina Konveksi adalah dengan dua cara yaitu pada cara pertama adalah dengan menjual/memajang kebaya jadi didalam toko. Apabila dari setiap produk jadi yang ditawarkan disetujui untuk dibeli oleh pelanggan, maka pelanggan bisa langsung membawa pulang kebaya, setelah melakukan pembayaran dikasir. Kemudian untuk proses yang kedua adalah dengan cara memasarkan secara langsung kepada konsumen melalui peran serta dari konsumen tetap sebelumnya, kemudian presenter akan mempersentasikan Gambaran produk yang akan dibuat.

3.4 Analisis Kebutuhan Sistem

Kebutuhan sistem merupakan kebutuhan paling penting untuk membangun sebuah sistem yang digunakan untuk meminimalisir adanya kesalahan. Dengan adanya analisis yang tepat maka materi yang

terkandung dalam sistem tersebut dapat diimplementasikan dengan baik. Pada sistem yang akan dibangun menggunakan jenis *Customer Relationship Management* (CRM) Operasional yang mencakup otomatisasi yang terintegrasi dari keseluruhan proses bisnis. Adapun bagian bagian dari proses CRM ini yang akan dibutuhkan sebagai berikut :

1. Pelanggan akan mendapatkan promosi dari produk terbaru melalui surat elektronik (E-Mail).
2. Pelanggan akan mendapatkan promosi berdasarkan hari ulang tahun dari pelanggan tersebut.
3. Pelanggan akan mendapatkan promosi khusus berdasarkan tingkat keseringan pelanggan melakukan proses belanja pada sistem ini.
4. Pelanggan dapat memberikan review produk didalam sistem yang akan dibuat.
5. Pelanggan akan mendapatkan diskon khusus setelah mendaftar menjadi member.

3.5 Analisis Perancangan Sistem

Pada tahap perancangan adalah tahap yang menspesifikasikan bagaimana sistem dapat memenuhi kebutuhan informasi dan kebutuhan pengguna, sistem memerlukan beberapa tahap desain seperti desain *input*, desain *output*, desain basis data, desain proses dan desain *interface*. Pada desain sistem akan diberikan Gambaran secara detail tentang DAD dan ERD sistem. Berikut adalah perincian desain input, desain output, desain proses dan desain interface.

3.8. Perancangan Database

Penggambaran alur data yang terjadi pada aplikasi sistem informasi penjualan dan pemesanan kebaya pada konveksi ini dibuat menggunakan *Entity Relationship Diagram*. Didalam sistem ini terdapat tabel berupa tabel barang, tabel pelanggan, tabel profil, tabel pemesanan, tabel kategori, tabel pengiriman.

3.9. Implementasi dan Pengujian

Pada tahap implementasi sistem nantinya akan dilakukan penerapannya dengan menggunakan aplikasi pemrograman Sublime Text 3, aplikasi PhpMyadmin dan *database* MySQL sebagai media penyimpanan data, Setelah itu penulis melakukan pengujian atau testing pada sistem menggunakan metode pengujian internal (*black box*) dengan cara melihat dari alur kinerja dan *output* sistem menentukan apakah layak dipakai atau masih terdapat *bug*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Sistem yang Berjalan

Sistem pemesanan dan penjualan yang saat ini dijalankan oleh perusahaan CV Regina Konveksi Yogyakarta adalah dengan cara konvensional. Hal ini dirasa kurang praktis dan memiliki beberapa kekurangan diantaranya adalah penjualan produk di CV

Regina Konveksi masih sebatas menjual produk yang ada dari satu konsumen ke konsumen lain dengan menggunakan promosi melalui mulut ke mulut, sosial media atau kemudian datang langsung ke Regina Konveksi. Hal ini membuat konsumen dari CV Regina Konveksi ini susah apabila hendak melakukan pemesanan dikarenakan konsumen tidak dapat memilih dan melihat desain kebaya yang ditawarkan baik yang sudah ada, maupun yang belum ada (*Pre Order*). Hal ini tentu saja berpengaruh dengan tingkat loyalitas pelanggan dari CV Regina Konveksi ini.

4.2 Kebutuhan Fungsional Sistem

Kebutuhan fungsional yang diperlukan dapat dilakukan dengan menganalisis beberapa faktor diantaranya yaitu :

4.2.1 Kebutuhan user/pemakai sistem

User merupakan konsumen (pelanggan) yang mengunjungi *web* untuk melihat dan melakukan pemesanan, berikut beberapa tugas dari *user* (pelanggan):

1. Pelanggan dapat mendaftar, dan melakukan login pada *website*.
2. Pelanggan dapat melihat informasi dan melihat promo pada *website*.
3. Pelanggan dapat menerima promosi melalui *e-mail*.
4. Pelanggan dapat memberikan penilaian (*rating*) terhadap pelayanan yang telah diberikan melalui *web* secara *online*.
5. Pelanggan dapat memberikan kritik dan saran melalui *web* secara *online*.

4.2.2 Kebutuhan admin

Admin adalah administrator yang memiliki hak akses dalam melakukan pengelolaan *web*, berikut beberapa tugas bagi admin :

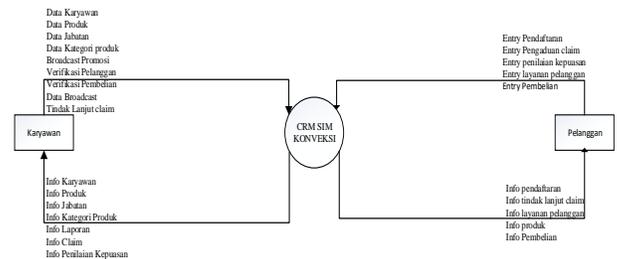
1. Memberikan konfirmasi pendaftaran, pemesanan dan pengaduan.
2. Melihat dan menghapus data *user* (pelanggan).
3. Mengelola data pelanggan, pemesanan dan pengaduan.
4. Memberikan promosi kepada pelanggan melalui *e-mail*.

4.3 Rancangan Sistem

Rancangan sistem merupakan alur dari proses sistem pengolahan data dalam suatu rancangan. Pada tahap ini akan dilakukan perancangan sistem menggunakan diagram konteks (Context Diagram), DFD (Data Flow Diagram), ERD (Entity Relationship Diagram), untuk rancangan struktur tabel dan rancangan relasi antar tabel.

4.3.1 Diagram Konteks

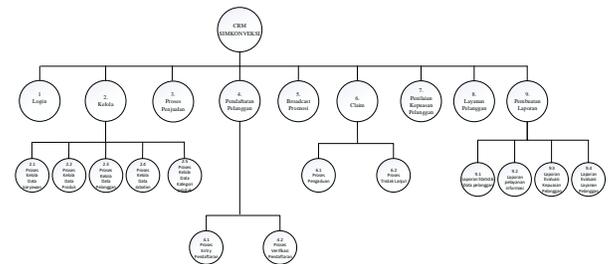
Diagram ini memuat alur dari proses yang ada. Diagram konteks sistem dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4 Diagram Konteks

4.3.2 Diagram Jenjang

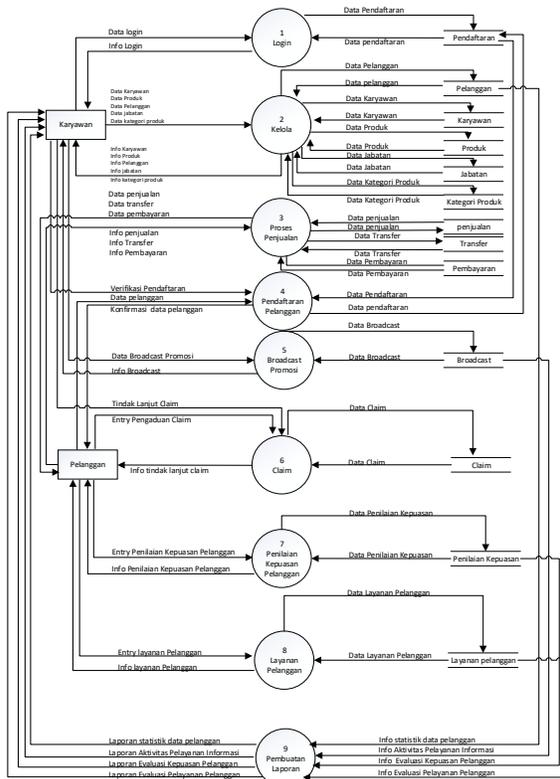
Diagram jenjang menjelaskan tentang proses keseluruhan yang terjadi pada sebuah sistem yang akan dibuat. Diagram jenjang sistem ini dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5 Diagram Jenjang

4.3.3 Data Flow Diagram (DFD) Level 1

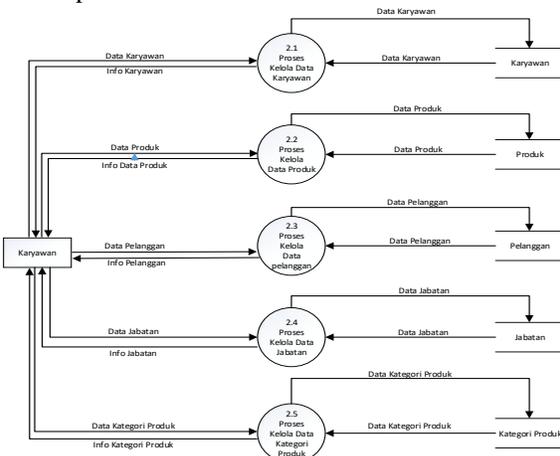
DFD Level 1 memiliki 9 proses utama yaitu *login*, *claim*, proses penjualan, pendaftaran pelanggan, broadcast promosi, *claim*, penilaian pelanggan, layanan pelanggan, serta pembuatan laporan. DFD Level 1 dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6 DFD Level 1

4.3.4 Data Flow Diagram (DFD) Level 1 Proses 2

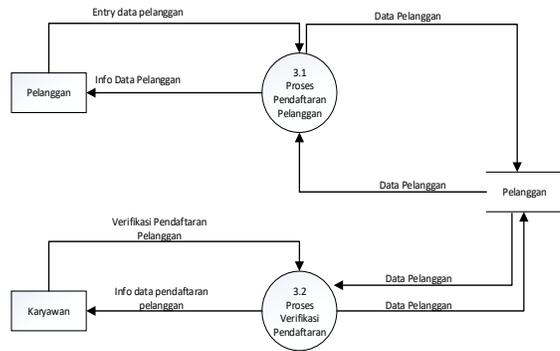
Pada DFD level 1 proses 2 dijelaskan mengenai proses kelola dari sistem. DFD level 2 proses 3 dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7 DFD Level 1 Proses 2

4.3.5 Data Flow Diagram (DFD) Level 1 Proses 4

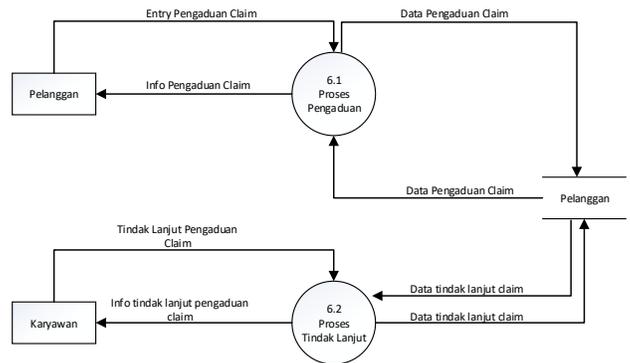
DFD level 1 proses 4 menjelaskan proses dari pendaftaran pelanggan. Proses pendaftaran dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8 DFD Level 1 Proses 4

4.3.6 Data Flow Diagram (DFD) Level 1 Proses 6

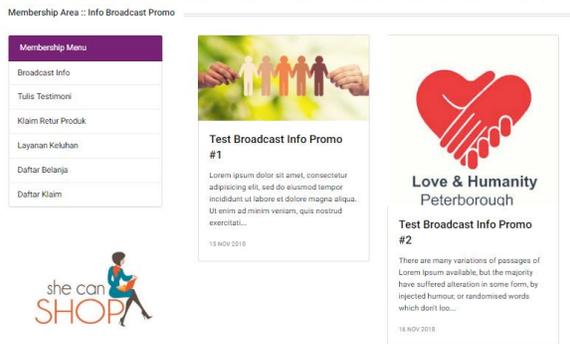
DFD level 1 proses 6 menjelaskan proses dari *claim* yang dilakukan pelanggan. Proses *claim* ini menjelaskan alur apabila pelanggan mendapatkan produk yang kurang layak, sehingga produk akan diganti dengan yang baru. DFD dapat dilihat pada Gambar 9



Gambar 9 DFD Level 1 Proses 6

4.3.7 Data Flow Diagram (DFD) Level 1 Proses 9

DFD level 1 proses 9 menjelaskan proses dari pembuatan laporan. Proses pembuatan laporan dapat dilihat pada Gambar 10



Gambar 14 Halaman Broadcast Info

4.4.4 Halaman Tulis Testimoni

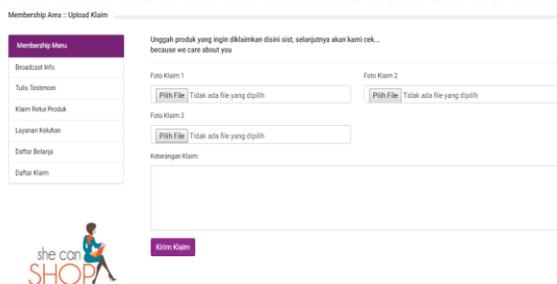
Halaman tulis testimoni merupakan halaman yang memudahkan pelanggan dalam memberikan kritik, saran, dan juga memberikan penilaian pada sistem maupun produk. Halaman dapat dilihat pada Gambar 15



Gambar 15 Halaman Tulis Testimoni

4.4.5 Halaman Claim

Halaman *Claim* merupakan halaman yang digunakan apabila pelanggan hendak melakukan claim kerusakan dari produk yang akan dibeli. Halaman dapat dilihat pada Gambar 16.



Gambar 16 Halaman Claim

4.4.6 Halaman Layanan Keluhan

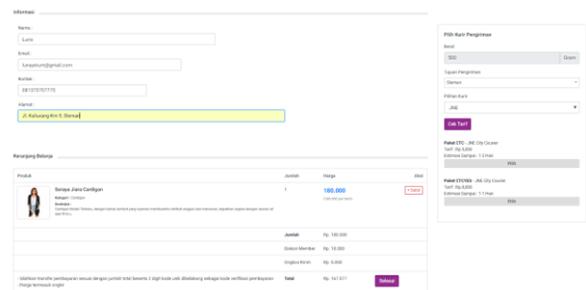
Halaman layanan keluhan merupakan halaman untuk pelanggan menghubungi operator yang bertugas, dengan fungsi sebagai media apabila pelanggan hendak bertanya mengenai produk yang ditampilkan. Halaman layanan dapat dilihat pada gambar 17



Gambar 17 Halaman Layanan Keluhan

4.4.7 Halaman Checkout

Halaman Checkout merupakan halaman untuk pelanggan melakukan proses bisnis dari sistem ini. Pada halaman ini pelanggan dapat melakukan, pemilihan jasa pengiriman. Halaman checkout dapat dilihat pada Gambar 18



Gambar 18 Halaman Checkout

4.4.8 Halaman Login Backend

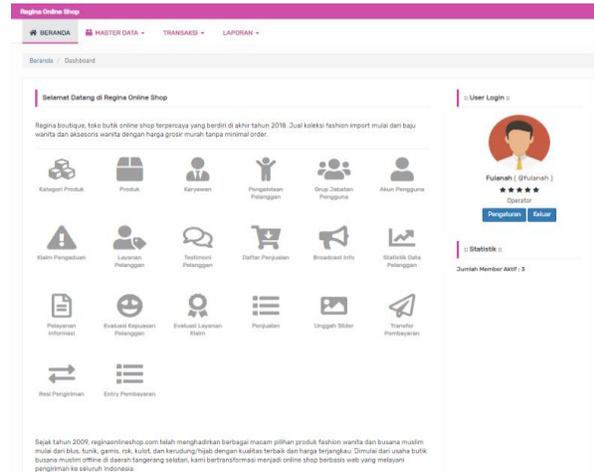
Halaman login backend merupakan halaman login untuk operator. Adapun operator disini bertugas dalam mengelola master data, transaksi, dan laporan. Halaman login admin dapat dilihat pada Gambar 19



Gambar 19 Halaman Login Admin

4.4.9 Halaman Beranda Admin

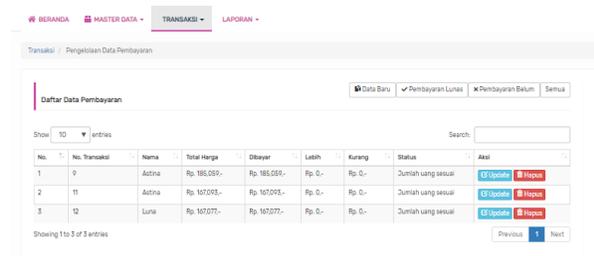
Halaman beranda admin, merupakan halaman untuk admin mengelola data, transaksi dan laporan yang ada. Tampilan pada beranda admin berupa pintasan dalam bentuk ikon. Halaman beranda admin dapat dilihat pada Gambar 20



Gambar 20 Halaman Beranda Admin

4.4.10 Halaman Entry Pembayaran

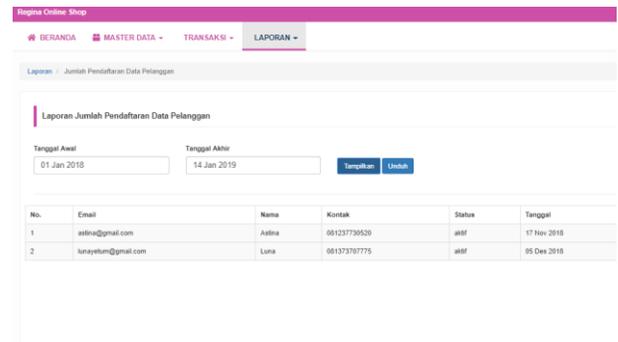
Halaman ini merupakan halaman untuk menginputkan pembayaran dari setiap transaksi pembelian yang dilakukan oleh pelanggan. Tampilan halaman entry pembayaran dapat dilihat pada Gambar 21.



Gambar 21 Halaman Entry Pembayaran

4.6.11 Halaman Laporan Statistik Data Pelanggan

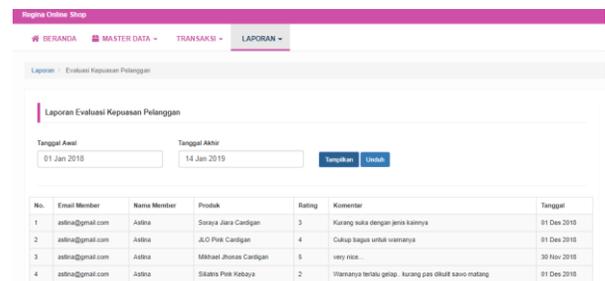
Halaman laporan statistik data pelanggan merupakan halaman yang digunakan untuk mencetak data pelanggan bulanan, dengan tujuan mengelola data pelanggan dalam mempertahankan hubungan antara pelanggan dan perusahaan. Halaman laporan statistik data pelanggan dapat dilihat pada Gambar 22.



Gambar 22 Halaman Laporan Statistik Data Pelanggan

4.4.12 Halaman Evaluasi Kepuasan Pelanggan

Halaman evaluasi kepuasan pelanggan berupa laporan dari keluhan pelanggan, baik terhadap sistem, maupun produk serta kualitas dari pelayanan perusahaan. Halaman Evaluasi Kepuasan Pelanggan dapat dilihat pada Gambar 23



Gambar 23 Halaman Evaluasi Kepuasan Pelanggan

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari penelitian tugas akhir yang sudah dilakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa :

1. Sistem terdapat promosi dan diskon yang menarik, sehingga menarik minat pengunjung untuk berbelanja pada sistem ini.
2. Sistem menawarkan fitur berupa pemesanan secara online, sehingga pengunjung dapat berbelanja secara efisien.
3. Admin dapat melakukan pengolahan data meliputi data kategori produk, data layanan pelanggan, data pemesanan dan penjualan, data review atau testimoni pelanggan, serta mengelola web pelanggan.
4. Sistem dapat membuat data laporan kepuasan pelanggan yang didapat dari rata – rata penilaian layanan perawatan yang diberikan oleh pelanggan.
5. Sistem terdapat dua tampilan antar muka

berupa tampilan untuk pengunjung dan admin.

5.2. Saran

Adapun saran – saran yang dapat penulis cantumkan sebagai berikut :

1. Ditambahkan fitur yang membahas CRM lebih dalam seperti memberikan informasi promosi menggunakan sms (*short message service*) gateway, sehingga pelanggan dapat menerima promosi melalui sms tanpa harus login kedalam akun belanja.
Ditambahkan fitur kelola lain berupa produk rekomendasi, berdasarkan pembelian terbanyak, sehingga pelanggan dapat dengan mudah hendak memilih produk mana yang sedang menjadi produk terlaris saat ini.
2. Ditambahkan fitur berupa diskon khusus, bagi pelanggan yang sudah berbelanja secara rutin dalam kurun waktu tertentu dengan harapan dapat mempertahankan hubungan pelanggan terhadap perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kadir, A., (2013), *Pengantar Teknologi informasi*, Yogyakarta: ANDI Publisher.
- [2] Ladjamudin, A., (2013), *Analisis dan Desain Sistem Informasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [3] Sakur, F., Hartono, S.B., (2015), *Aplikasi WEB Databases Dengan Dreamweaver MX*, Yogyakarta: ANDI Publisher.
- [4] Sidik, B. (2017), *Pemrograman Web Dengan Php 7*, Bandung: Informatika Bandung. [7] Yanto, R. (2016), *Manajemen Basis Data Menggunakan MySQL*, Yogyakarta: Deepublish
- [5] Sukanto, R. A., & Shalahudin, M., (2014), *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek*, Bandung: Informatika Bandung.
- [6] Yunita, Nur dan Didit (2013), *Rancang Bangun E-Library Berbasis Costumer Relationship Management (CRM) Pada Sekolah Menengah Atas*, Skripsi, S.Kom., Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- [7] Zaki, Ali, (2014), *PHP dan MySQL*, Jakarta: Smitdev Community.