JEJARING (Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika) p-ISSN : 2527-3930, e-ISSN : 2614-5448
Volume 6 Nomor 2, November 2021 https://journal.uniku.ac.id/index.php/jejaring

RANCANG BANGUN E-COMMERCE PADA PEMASARAN JEANS BERBASIS CRM PADA MODEL B2B

Aah Sumiah[1], Muhammad Adnan Hidayat[2]

[1,2]Universitas Kuningan
Jl.Cut Nyak Dhien no.36A kuningan
aah.sumiah@uniku.ac.id[1], m.adnan.hidayat@gmail.com[2]

ABSTRAK

Rancang Bangun merupakan kegiatan menerjemahkan hasil analisa ke dalam bentuk paket perangkat lunak kemudian menciptakan sistem tersebut ataupun memperbaiki sistem yang sudah ada. Cv Cheblack yang bergerak dalam dunia fashion dalam pembuatan celana jeans, yang mempunyai banyak pelanggan-pelanggan di dearah Majalengka maupun di luar kota Majalengka, masih menerapkan pemasaran atau penjualan secara manual, sehigga pelanggan tidak mengetahui model celana yang akan di buat selanjut nya. karena dalam dunia fashion perubahan model trend sangatlah cepat, dan belum adanya sistem online yang mempermudahkan pelanggan Cv Cheblack untuk melakukan transaksi, dan pelanggan belum bisa melihat stok celana, laporan yang ada pun belum bisa dibuat dengan data yang akurat dan aktual. Metode yang digunakan untuk merancang sistem E-Commerce pada Cv Cheblack menggunakan metode CRM yang berguna untuk membentuk hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, dimana Cv.Cheblack dapat mengetahui kebutuhan pelanggan dan menyediakan pilihan produk atau layanan yang sesuai dengan permintaan mereka. Teknik pengembangan sistem yang dibangun mengacu pada model *Waterfall*. *Waterfall* memiliki beberapa tahapan dalam membangun suatu system salah satunya adalah tahapan analisis, desain, coding, testing dan maintenance. Tahapan tersebut saling berkesinambungan dan berulang hingga membentuk alur yang terstruktur. Dengan adanya sistem ini diharapkan dapat membantu memperluas pemasaran, sehingga Cv Cheblack dapat menjadi lebih maju dari pada sebelumnya.

Kata Kunci : Rancang. Bangun. E-Commerce. Pemasaran. Customer.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Cv Cheblack merupakan perusahaan dagang yang bergerak dalam bidang fashion. Cv Cheblack yang telah memiliki banyak *customer* baik didalam kota Majalengka maupun diluar kota Majalengka. masih menerapkan Pengiriman atau penjualan Barang secara manual, Dan belum adanya sistem Online yang memepermudah pelanggan untuk melakukan transaksi, Sehingga customer belum bisa mengetahui model celana yang akan dipasarkan selanjutnya, Dan para pelangganpun belum bisa melihat Stok celana jeans yang masih ada. Laporan yang ada pun belum bisa dibuat dengan data yang akurat dan aktual. Untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau pangsa pasar yang lebih luas maka Cv Cheblack ingin menggunakan teknologi dalam strategi pemasaran dan penjualannya dengan mengimplementasikan *E-commerce*,

Maka dari itu CV Cheblack mengharapkan *e-commerce* menjadi nilai tambah dalam model bidang penjualan Jeans yang akan memperkuat nilai tambah usahanya.

Oleh karena hal ini sebuah situs *e-commerce* akan dibangun sebagai sarana dalam transaksi bisnisnya, Dengan adanya *Customer Relationship Management* (CRM). Melalui sistem yang menerapkan CRM, Cv Cheblack dapat membentuk hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, dimana Cv.Cheblack dapat mengetahui kebutuhan pelanggan dan menyediakan pilihan produk atau layanan yang sesuai dengan permintaan mereka.dan mengetahui perkembangan jaman pada celana jeans, yang sangat berkembang secara pesat.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan di atas, maka penulis mencoba mengangkat masalah ini menjadi topik/judul laporan tugas akhir, dimana judul yang diambil yaitu"**Rancang Bangun E-Commerce Pada Pemasaran Jeans Berbasis CRM Pada Model Bisnis B2B**".

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang tersebut diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Customer belum bisa mengatahui model dan Stok celana Jeans yang akan dikirim selanjutnya.

2. Belum adanya sistem Online yang dapat memudahkan Costumer melakukan transaksi.
3. Masihbelum adanya pembangunan sistem aplikasi yang berbasis *web* di CV Cheblack untuk para pelanggannya.
4. Belum adanya laporan penjualan yang akurat.

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan masalah yang dilakukan dapat terarah dengan baik dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan, maka penulis membatasi permasalahan yang akan dibahas, yakni:

1. Aplikasi ini menyediakan pengelolaan data pelanggan, data kategori, data barang, data produk promo, order / transaksi, dan data laporan.
2. Untuk sistem pembayaran dilakukan secara Transfer melalui rekening bank, Dan divalidasi langsung oleh sistem / simulasi.
3. Aplikasi ini hanya untuk B2B (Business To Business) ,Tidak membahas penyedian produk dari supplier.
4. Teknik untuk membangun CRM diberikan oleh CV Cheblack kepada pelanggan, dengan memberi diskon perhari/acara tertentu.

1.4 Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah merancang dan membangun sistem E-comeerce, agar mempermudah penjualan celana Jeans kepada pelanggan – pelanggan Cv Cheblack, Dan memajukan Perusahaan menjadi lebih maju dari pada sebelum nya.

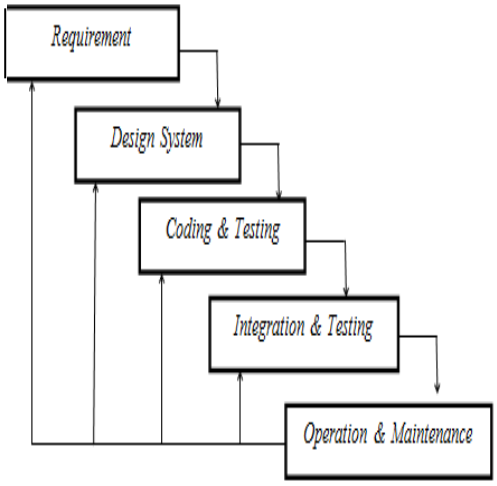
1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang akan didapat dalam penyusunan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mempermudah pelanggan untuk melihat model celana Jeans yang akan dipasarkan selanjutnya.
2 Dapat menjadi nilai tambah dalam model bidang bisnis celana Jeans, pada Cv Cheblack yang akan memperkuat nilai tambah usahanya.
3 Membantu dalam menyajikan laporan penjualan celana jeans dengan cepat dan akurat.
4 Dapat memperluas pasar, Sehingga costumer dari luar kota Majalengka bisa berbelanja secara online

1.5 Metode Pengembangan Sistem

Metode/paradigma perangkat lunak yang digunakan untuk membuat rancang bangun e-commerce pada pemasaran jeans berbasis crm pada model b2b adalah metode *waterfall*. Alasan peneliti menggunakan metode *waterfall* karena dengan menggunakan paradigma model *waterfall*, pengembangan sistem yang dilakukan dapat lebih terstruktur dengan adanya langkah-langkah yang dilakukan secara terurut dan selalu ada pendokumentasian dari setiap langkah yang dilakukan.



(Sumber : Pressman, Roger S. 2001)

1. Requirement (analisis kebutuhan).
   Mengumpulkan kebutuhan secara lengkap kemudian dianalisis dan didefinisikan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh program yang akan dibangun. Fase ini harus dikerjakan secara lengkap untuk bisa menghasilkan desain yang lengkap.
2. Design System (System Design).
   Desain dikerjakan setelah kebutuhan selesai dikumpulkan secara lengkap. Proses design akan menterjemahkan syarat kebutuhan kesebuah perancangan perangkat lunak yang dapat diperkirakan sebelum dibuat koding. Proses ini berfokus pada :struktur data, arsitektur perangkat lunak, representasi interface, dan detail (algoritma).
3. Coding & Testing (Penulisan Snkode Program / Implemention).
   Coding merupakan penerjemahan design dalam bahasa yang bisa dikenali oleh komputer. Tahapan inilah yang merupakan tahapan secara nyata dalam mengerjakan suatu system, setelah pengkodean selesai maka akan dilakukan testing terhadap sistem yang telah dibuat tadi.
4. Integration and Testing.
   penyatuan unit – unit program kemudian diuji secara keseluruhan (system testing).
5. Pemeliharaan (Operation & Maintenance).
   Mengngoperasikan program dilingkungannya dan melakukan pemeliharaan, seperti penyesuaian atau perubahan karena adaptasi dengan situasi sebenarnya

2. LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian E-commerce

E-commerce pertama kali diperkenalkan pada tahun 1994 pada saat pertama kali banner-elektronik dipakai untuk tujuan promosi dan periklanan di suatu

halaman-web (website). Jadi pengertian *e-commerce* adalah proses transaksi jual beli yang dilakukan melalui *internet* dimana *website* digunakan sebagai wadah untuk melakukan proses tersebut

2.1.1 Manfaat *E-commerce*

Berikut akan dijelaskan beberapa manfaat penggunaan *e-commerce* dalam dunia bisnis :

2.1.1.1 Manfaat *E-commerce* Dalam Dunia Bisnis

Manfaat dalam menggunakan *E-commerce* dalam suatu perusahaan sebagai sistem transaksi adalah:

a. Dapat meningkatkan *market exposure* (pangsa pasar)
   Transaksi online yang membuat semua orang di seluruh dunia bisa memesan dan membeli produk yang dijual hanya dengan melalui media komputer dan tidak terbatas jarak dan waktu.
b. Menurunkan biaya operasional (*operating cost*)
   Transaksi *E-commerce* adalah transaksi yang sebagian besar operasionalnya diprogram di dalam komputer sehingga biaya-biaya seperti *showroom*, beban gaji yang berlebihan, dan lain-lain tidak perlu terjadi.
c. Melebarkan jangkauan (*global reach*)
   Transaksi on-line yang dapat diakses oleh semua orang di dunia tidak terbatas tempat dan waktu karena semua orang dapat mengaksesnya hanya dengan menggunakan media perantara komputer.
d. Meningkatkan *customer loyalty*
   Ini disebabkan karena sistem transaksi *E-commerce* menyediakan informasi secara lengkap dan informasi tersebut dapat diakses setiap waktu selain itu dalam hal pembelian juga dapat dilakukan setiap waktu bahkan konsumen dapat memilih sendiri produk yang dia inginkan.
e. Meningkatkan *supply management*
   Transaksi *E-commerce* menyebabkan pengefisienan biaya operasional pada perusahaan terutama pada jumlah karyawan dan jumlah stok barang yang tersedia sehingga untuk lebih menyempurnakan pengefisienan biaya tersebut maka sistem *supply management* yang baik harus ditingkatkan.

2.1.1.2 Manfaat E-Commerce Untuk Para Pelanggan

E-commerce memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi selama 24 jam sehari dari hampir setiap lokasi dimana konsumen itu berada. Pelanggan juga dapat memiliki banyak pilihan barang yang ingin dibeli pada saat mengunjungi situs dan melakukan perbandingan harga dengan perusahaan lain. Pada saat membeli barang-barang secara *online*, pelanggan tidak perlu mengantri untuk mendapatkan barang.

Gambaran ringkas keuntungan *e-commerce* sebagai berikut:

a. Bagi Konsumen : harga lebih murah, belanja cukup pada satu tempat.
b. Bagi pengelola : efisiensi, tanpa kesalahan, dan tepat waktu.

2.2 Konsepsi Rancang Bangun

2.2.1 Pengertian Rancang

Rancang merupakan serangkaian prosedur untuk menerjemahkan hasil analisa dari sebuah sistem ke dalam bahasa pemograman untuk mendeskripsikan dengan detail bagaimana komponen-komponen sistem di implementasikan (Pressman, 2002).

2.2.2 Pengertian Bangun

Pengertian bangun atau pembangunan adalah kegiatan menciptakan sistem baru maupun mengganti atau memperbaiki sistem yang telah ada baik secara keseluruhan maupun sebagian (Pressman,2002).

Dengan demikian perngertian Rancang Bangun merupakan kegiatan menerjemahkan hasil analisa ke dalam bentuk paket perangkat lunak kemudian menciptakan sistem tersebut ataupun memperbaiki sistem yang sudah ada.

2.3 Konsepsi CRM

2.3.1 Pengertian CRM

Menurut Kalakota dan Robinson (2001), CRM adalah fungsi terintegerasi strategi penjualan, pemasaran dan pelayanan yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dari kepuasan pelanggan.

2.3.2 Jenis-Jenis CRM

1. Operasional CRM

CRM operasional dikenal sebagai front office perusahaan. Aplikasi CRM ini berperan dalam interaksi dengan pelanggan. CRM operasional mencakup proses otomatisasi yang terintegrasi dari keseluruhan proses bisnis, seperti otomatisasi pemasaran dan pelayanan. Salah satu penerapan CRM yang termasuk dalam kategori operasional CRM adalah dalam bentuk aplikasi web (aplikasi E Commerce). Melalui web , suatu perusahaan dapat memberikan pelayanan kepada pelanggan.

2. Analitikal CRM

CRM analitik dikenal sebagai sebagai *back office* perusahaan. Aplikasi CRM ini berperan dalam memahami kebutuhan pelanggan. CRM analitik juga berperan dalam melaksanakan anlisis perilaku pelanggan. Data yang digunakan pada CRM analitik adalah data yang berasal dari CRM poerasional.

3. Collaborative CRM

Aplikasi kolaborasi yang meliputi email**,** *personalized publishing* dan sejenisnya yang dirancang untuk interaksi antara pelanggan dan organisasi. Tujuan utamanya adalah menyemangati dan menyebarkan loyallitas pelanggan ke palanggan lain yang masih

belum menjadi pelanggan setia. Collaborative CRM juga mencakup pemahaman atau kesadaran bahwa pelanggan yang setia dapat menjadi magnet bagi pelanggan lain.

2.4 Tipe-tipe Bisnis

2.4.1 Business-to-Business (B2B)

Adalah model perusahaan yang menjual barang atau jasa pada perusahaan lain. Ini diperkirakan sedang berkembang dengan cepat dari segi volume dan nilai perdagangan, jauh melebihi model - model yang lain

2.4.2 Business To Customer (B2C)

Business-to-Customer (B2C)Ini adalah model perusahaan yang menjual barang atau jasa pada pasar atau publik.

2.4.3 Customer To Customer (C2C)

Dalam C2C seorang konsumen dapat menjual secara langsung barangnya kepada konsumen lainnya, atau bisa disebut juga orang yang menjual produk dan jasa ke satu sama lain.

2.4.4 Customer To Business (C2B)

Customer to Busines adalah model bisnis dimana konsumen (individu) menciptakan nilai, dan perusahaan mengkonsumsi nilai ini. Sebagai contoh, ketika konsumen menulis *review*, atau ketika konsumen memberikan ide yang berguna untuk pengembangan produk baru, maka individu ini adalah yang menciptakan nilai bagi perusahaan, jika perusahaan tersebut mengadopsi input nya.

2.5 Matarantai Business

Disini penulis memfokus kan pada tipe bisnis atau, Business To Business (B2B) agar mempermudah perusahaan Cv Cheblack menjual produk celana kepada para pelanggannya di toko-toko langganan nya tersebut.

2.6 Perancangan Sistem

Pada awal setiap pembuatan program aplikasi tentunya tidak terlepas dari perancangan sistem. Sistem yang dibuat mengatur arah atau alur data yang berjalan, Apalagi sistem tersebut mempergunakan database sehingga perancangan sistem akan mempermudah dalam hal pendistribusian data. Diagram Konteks, Data Flow Diagram (DFD) dan kamus data adalah beberapa alat pemodelan untuk melakukan perancangan sistem.

2.6.1 Diagram Konteks (Konteks Diagram)

Diagram konteks merupakan diagram aliran data tingkat atas, yaitu gambaran global dari Sistem Informasi yang menggambarkan aliran-aliran data ke dalam maupun keluar suatu sistem.

2.6.2 Diagram Alir Data (DFD-*Data Flow Diagram*)

Diagram Alir Data menjelaskan proses keseluruhan sistem yang merupakan pengembangan langsung dari Diagram Konteks. Diagram Alir Data sering disebut juga dengan DFD yaitu suatu diagram yang menggambarkan hubungan antara sistem dengan lingkungan luar sistem dan menggambarkan antara sistem dengan sistem lain.

2.6.3 Kamus Data (Data Dictionary)

Kamus Data adalah katalog fakta tentang data dan kebutuhan-kebutuhan informasi dari suatu sistem informasi. Dengan menggunakan kamus data, analis sistem dapat mendefinisikan data yang mengalir di sistem dengan lengkap.

2.7 Konsepsi Database

Base dapat diartikan sebagai markas atau gudang, tempat bersarang atau berkumpul.

Data adalah representasi fakta dunia nyata yang mewakili suatu objek seperti manusia, barang, hewan, peristiwa, konsep, keadaan, atau yang lainnya yang direkam dalam bentuk angka, huruf, simbol, teks, gambar, bunyi, atau kombinasi

2.7.1 Memahami Normalisasi

Normalisasi merupakan suatu proses untuk mengubah suatu tabel yang memiliki masalah tertentu ke dalam dua buah tabel atau lebih yang tak lagi memiliki masalah tertentu. Masalah yang timbul pada suatu tabel disebut anomali. Masalah tersebut diakibatkan diantaranya oleh: pemasukan data yang berulang-ulang (*redundant data*), penghapusan, peremejaan, dan lain-lain.

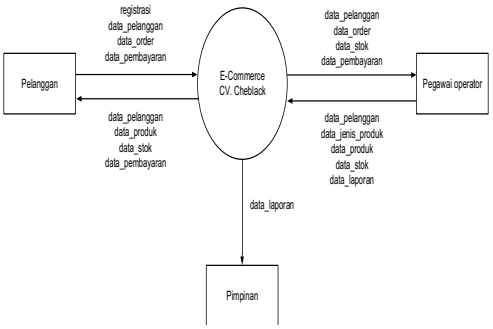
2.7.2 Diagram ER

Model Entity-Relationship yang berisi komponen-komponen Himpunan Entitas dan Himpunan Relasi yang masing-masing dilengkapi dengan atribut-atribut yang merepresentasikan seluruh fakta dari dunia nyata yang kita tinjau, dapat digambarkan dengan lebih sistematis dengan menggunakan Diagram Entity-Relationship (Diagram E-R).

3.ANALISIS DAN PERANCANGAN

3.1. DIAGRAM KONTEKS

p-ISSN : 2527-3930, e-ISSN : 2614-5448
https://journal.uniku.ac.id/index.php/jejaring

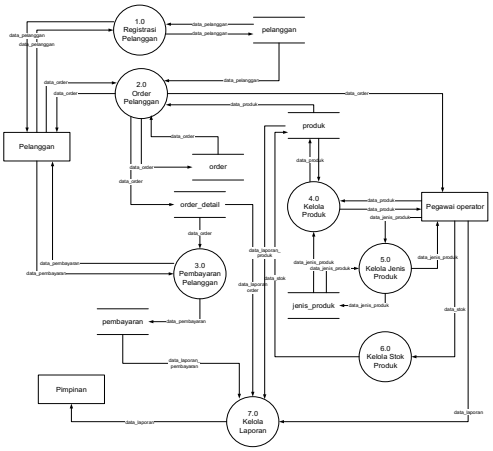


Gambar 3.1 Diagram Konteks

Keterangan:

1. Pelanggan
   Merupakan entitas yang bertindak sebagai awal prosedur sistem dapat berjalan, sebagai data awal pelanggan dan sebagai penerima informasi atas pemesanan, pembayaran.
2. Pegawai Operator
   Merupakan karyawan yang bertugas mengelola dan mengawasi sistem informasi secara keseluruhan dan menjadi entitas yang berhubungan dengan sistem meliputi pengolahan data jenis produk, data produk, serta megelola laporan.
3. Pemilik
   Bertindak sebagai penerima informasi transaksi yang terjadi selama periode bisnis yang diberikan oleh pegawai

3.2 Data Flow Diagram (DFD)

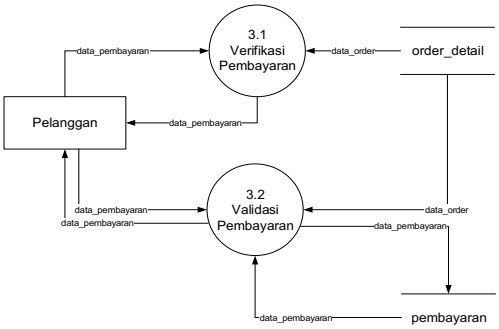


Gambar 3.2 Data Flow Diagram (DFD) Level 0

Keterangan :

1. Proses 1.0 Registrasi Pelanggan
   Merupakan proses registrasi awal yang dilakukan pelanggan untuk dapat mengakses sistem.
2. Proses 2.0 Order Pelannggan
   Merupakan proses order pemesanan produk yang dilakukan pelanggan.
3. Proses 3.0 Pembayaran Pelanggan
   Adalah proses pembayaran yang dilakukan pelanggan berdasarkan pemesanan yang dilakukan pelanggan.
4. Proses 4.0 Kelola Produk
   Merupakan proses pengelolaan produk yang akan ditampikan atau dipasarkan perusahaan yang dilakukan oleh pegawai operator.
5. Proses 5.0 Pengelolaan Jenis Produk
   Merupakan proses pengelolaan pengelompokkan produk berdasarkan jenis produk yang tersedia.
6. Proses 6.0 Kelola Stok Produk
   Merupakan proses yang dilakukan oleh pegawai untuk menentukan jumlah stok produk yang tersedia.
7. Proses 7.0 Pengelolaan Laporan
   Merupakan proses pengelolaan data transaksi dalam bentuk laporan yang diperlukan perusahaan dalam proses bisnis.

3.2.1 Data Flow Diagram (DFD) Level 1 Proses Pembayaran

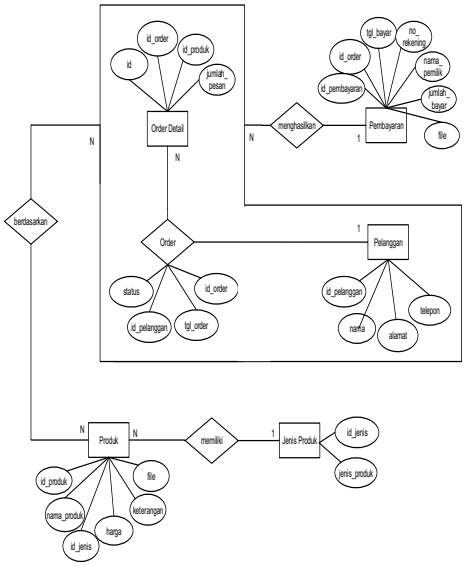


Gambar 3.3 Data Flow Diagram (DFD) Level 1

8. Proses 3.1 Verifikasi Pembayaran
   Merupakan proses yang dilakukan pelanggan untuk melakukan konfirmasi pembayaran berdaarkan produk yang dipesan.
9. Proses 3.2 Validasi Pembayaran
   Merupakan proses validasi dengan mencocokan data produk yang dipesan dengan pembayaran yang dilakukan pelanggan.

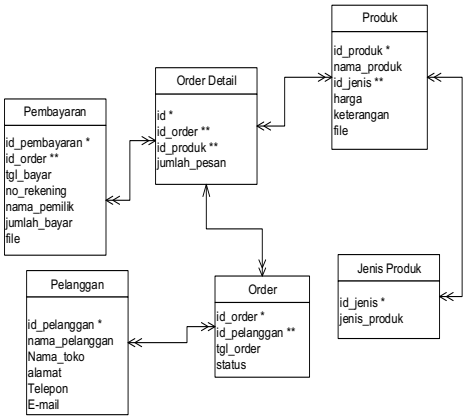
3.4 Entity Relationship Diagram (ERD)

p-ISSN : 2527-3930, e-ISSN : 2614-5448
https://journal.uniku.ac.id/index.php/jejaring



Gambar 3.4 Entity Relationship Diagram

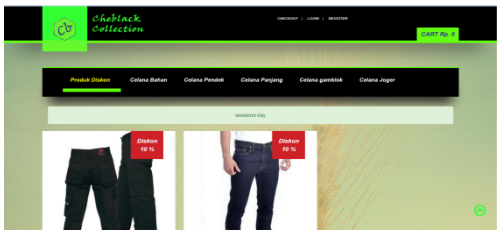
3.5 Relasi Antar Tabel



Gambar 3.5 Relasi Antar Tabel

4. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

4.1 From Halaman Utama

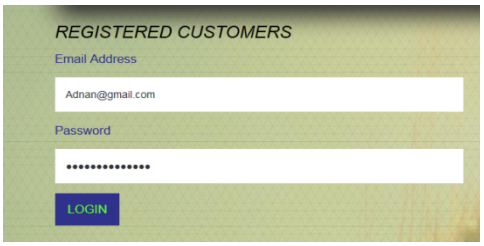


Gambar 4.1 from Halaman Utama

4.1.1 Form Registrasi

Gambar 4.2 Form Registrasi

4.1.2 From Login Pelanggan

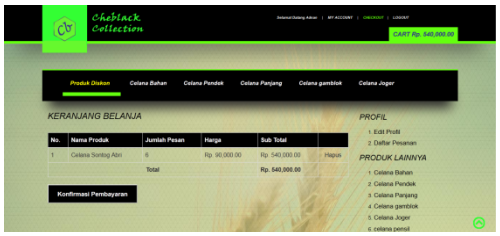


Gambar 4.3 From Login Pelanggan

Setelah melakukan login maka akan tampil halaman pelanggan seperti pada.

Gambar 4.4 Halaman Pelanggan

4.1.3 From Chekout



Gambar 4.5 Form Chekout

4.1.4 From Pembelian Produk

Gambar 4.6 Pembelian Produk

Setelah membeli celana yang akan dibeli maka proses selanjutnya pelanggan harus melakukan konfirmasi pembayaran, dan harus mengisi data-data lengkap yang

p-ISSN : 2527-3930, e-ISSN : 2614-5448
https://journal.uniku.ac.id/index.php/jejaring

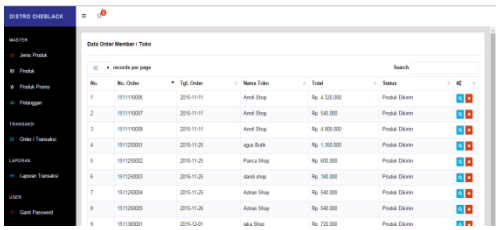
telah disediakan pada from konfirmasi pembayaran, dan pelanggan harus memasukan bukti transfer dari bank sebagai bukti pelanggan telah melakukan pembayaran. Seperti pada gambar 4.7.

Gambar 4.7 Form Konfirmasi Pembayaran

Jika konfirmasi pembayaran telah dilakukan maka produk celana yang telah dipesan akan dikirim.Adapun tampilan nya seperti gambar 4.8

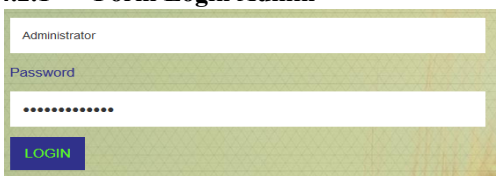
Gambar 4.8 Form Daftar Pesanan

4.2 Form Halaman Utama Admin



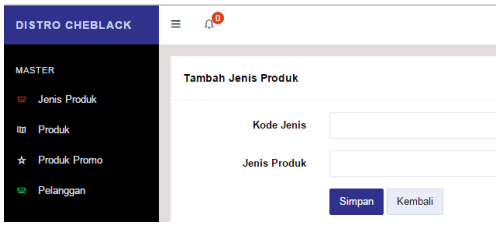
Gambar 4.9Halaman Utama Admin

4.2.1 Form Login Admin



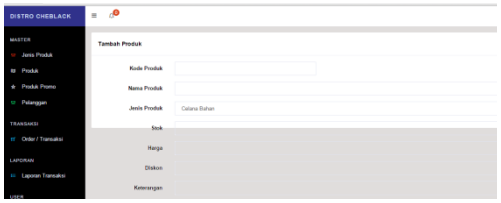
Gambar 4.10 Form Login Admin

4.2.2 Form Jenis Produk



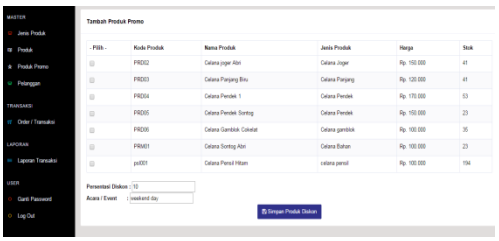
Gambar 4.11 Form Jenis Produk

4.2.3 Form Produk



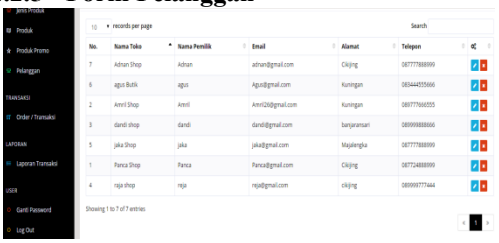
Gambar 4.12 Form Produk

4.2.4 Form Produk Promo



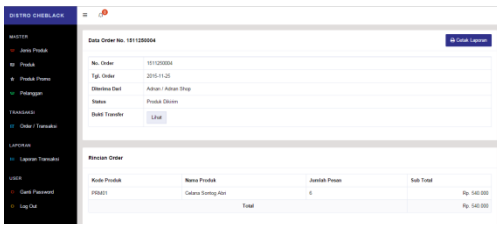
Gambar 4.13 Form Produk Promo

4.2.5 Form Pelanggan



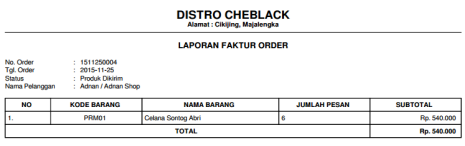
Gambar 4.14 Form Pelanggan

4.2.6 Form Order/Transaksi



Gambar 4.15 Form Order/Transaksi

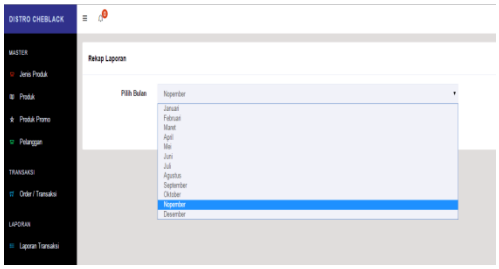
Selanjut nya admin akan mencetak atau memberikan laporan faktur order kepada pelanggan. Seperti gambar 4.16.



Gambar 4.16 laporan Faktur Order

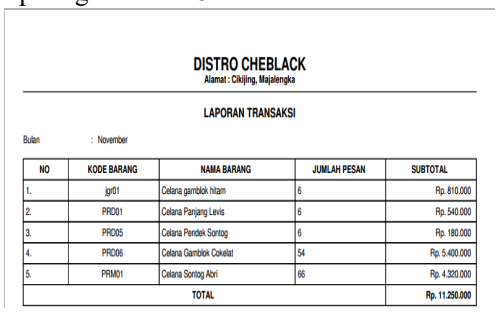
4.2.7 Form Laporan Transaksi

p-ISSN : 2527-3930, e-ISSN : 2614-5448
https://journal.uniku.ac.id/index.php/jejaring



Gambar 4.17 Form Laporan Transaksi

Selanjutnya admin akan mencetak laporan hasil penjualan perbulan nya. Maka tampilan gambarnya seperti gambar 4.18.



DISTRO CHEBLACK
Alamat : Cikijing, Majalengka

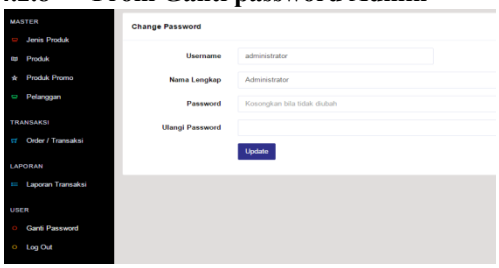
LAPORAN TRANSAKSI

Bulan : November

NO	KODE BARANG	NAMA BARANG	JUMLAH PESAN	SUBTOTAL
1.	jgr01	Celana gamblok hitam	6	Rp. 810.000
2.	PRD01	Celana Panjang Levis	6	Rp. 540.000
3.	PRD05	Celana Pendek Sontog	6	Rp. 180.000
4.	PRD06	Celana Gamblok Cokelat	54	Rp. 5.400.000
5.	PRM01	Celana Sontog Abri	66	Rp. 4.320.000
TOTAL				Rp. 11.250.000

Gambar 4.18 Hasil Laporan Transaksi

4.2.8 From Ganti password Admin



Gambar 4.19 Form Ganti Password Admin

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan perancangan program serta pembahasan di Bab III dan Bab IV, mengenai pembuatan program Rancang Bangun E-Commerce pada Pemasaran Jeans Berbasis CRM pada model B2B, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Dengan adanya sistem ini perusahaan dapat lebih mudah mempromosikan produk celana-celana baru kepada pelanggan CV Cheblack. Sehingga pelanggan dapat mengetahui produk celana yang akan di jual.
2. Dengan adanya sistem E-commerce ini dapat memperluas pangsa pemasaran, agar perusahaan dapat menjadi lebih maju.
3. Adanya sistem E-commerce ini yang didukung dengan teknik *Customer Relationship Management* dapat membantu mempertahankan pelanggan dari Cv Cheblack. Karena perusahaan dapat memberikan harga diskon pada acara-acara atau hari-hari tertentu.

5.1 Saran

1. Untuk pengembangan lebih lanjut terhadap antar muka sistem dapat mudah digunakan.
2. Perlu adanya pengembangan website agar lebih lengkap dan menarik lagi, baik dari segi design ataupun dari segi sistemnya, mugkin untuk system pembayaran agar lebih banyak pilihan lagi.
3. Sebaiknya dikembangkan lebih lanjut untuk membentuk suatu sistem yang lebih baik dengan kebutuhan pada masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Onno W. Purbo, Dkk, Mengenal eCommerce, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001

M. Suyanto, 2003, Strategi Periklanan Pada e-Commerce Perusahaan Top Dunia, ANDI Yogyakarta.

McLeod Pearson. 2008. Sistem Informasi Manajemen. Salemba .Jakarta

Jony Wong 2010 : 33 internet Marketing For Beginers. PT Elex Media Komputido Jakarta.

Shely Chasmaan Thomson.2007 Sistem Informasi Manajemen. Salemba Jakarta.

Pressman, R.S,.Rekayasa Perangkat Lunak, Pendekatan Buku Satu, Diterjemahkan oleh: Harnaningrum L.N.,Andi Yogyakarta.

Kalakota,R. dan Robinson, M (2001), E-Business 2.0 Road For Succes, Massachusetts: Andision Wesley Logman Inc.

Butler, S. (2000) ' Changing the game : CRM in the e-World' , Journal of Business Strategy, March/April, Vol.21, no.2 , pp 13-15

Widjaja, A. Tunggal. 2000, Konsep Dasar Customes Relationship Management (CRM). Harvarindo, Jakarta.

Hartono M, Jogiyanto, (2004),Pengenalan komputer,Yogyakarta: Andi

Prasetyo, Dwi, Didik (2004), Solusi Pemograman Berbasis Web Menggunakan PHP 5, Jakarta, Elex Media Komputindo