

PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT ANALITYCAL MENGGUNAKAN QUERY ANALYZER PADA PENJUALAN BERBASIS ONLINE

Dede Irawan¹, Putri Maulin Merdekawati²

^{1,2}Universitas Kuningan

Jl. Cut Nyak Dhien no.36A Kuningan

irawan.dede@gmail.com¹, putri.merdeka45@gmail.com²

Abstrak

Kehadiran teknologi berbasis komputer diberbagai bidang sangat banyak memberikan kemudahan yang berarti. Sehingga setiap kegiatan yang berhubungan dengan jalannya usaha akan lebih cepat dan tepat. OutVin Store merupakan toko online yang menjual segala jenis fashion wanita yang penjualannya masih melalui aplikasi BBM sehingga pembelian dan penjualan terbatas serta penyimpanan data yang masih manual menuntut untuk dirancang dan dibuatkan toko online berbasis website dan penyimpanan data yang terkomputerisasi. Oleh karena itu diperlukan suatu sistem komputerisasi yang dapat menanggulangi proses penjualan dan pembelian serta penyimpanan data sehingga penjualan dan pembelian bisa mencakup wilayah yang lebih luas serta data lebih aman. Maka digunakan metode customer relationship management yaitu manajemen hubungan pelanggan yang mengatur dan mencari cara bagaimana agar bisa memuaskan konsumen sehingga konsumen lebih luas dan menerapkannya ke website yang bisa membuat proses jual beli lebih luas. Sistem dirancang dengan menggunakan diagram konteks, flowmap, DFD level 0, DFD level 1 dan ERD. Sistem ini mengelola data barang, data jual beli, dan data konsumen. Di dalam sistem, CRM Analytical diterapkan dalam laporan order, laporan fashion mana yang paling banyak dibeli, laporan wilayah yang paling banyak melakukan transaksi dan laporan konsumen mana saja yang paling banyak melakukan transaksi. Hasil perancangan diimplementasikan ke dalam bahasa pemrograman PHP dan MySQL. Sistem ini dapat memudahkan konsumen untuk berbelanja barang-barang di OutVin Store serta memudahkan pemiliknya untuk menyimpan dan mengolah data-data yang ada.

Kata kunci : *Customer Relationship Management, Customer Relationship Management Analytical Teknologi, Penerapan, Manajemen Hubungan Pelanggan, Sistem Informasi.*

1. Pendahuluan

Di jaman sekarang ini perkembangan bisnis di Indonesia sudah sangat pesat dan modern, terlebih dengan adanya dampak globalisasi menyebabkan berbagai macam bisnis, salah satu contohnya adalah onlineshop atau toko online. Dengan adanya toko online, pelanggan menjadi mudah untuk mendapatkan barang yang di butuhkan tanpa harus datang ke toko nya langsung, cukup dengan handphone atau personal komputer kita tersambung dengan koneksi internet maka kita sudah bisa berbelanja barang apapun yang kita butuhkan dimanapun dan kapanpun.

Menurut Sapto Ragil Aji Winoto (2013) kekuatan bisnis toko online adalah basis kepercayaan yang di bangun di antara pembeli dan penjual, kepercayaan ini di dapatkan dari pembuktian

penjual dengan menjual barang yang berkualitas, barang sesuai dengan yang ada di foto dan pelayanan yang baik serta pembeli yang melakukan pembayaran dengan lancar, jujur, sabar, dan setia. Belanja online memang beresiko tinggi karena system penjualannya melakukan pembayaran di muka. Seperti hal nya di pasar offline, belanja online di internet tidak luput dari bahaya penipuan bahkan kemungkinan besar pembeli lebih mudah tertipu di karenakan pembeli tidak bertemu langsung dengan penjual saat bertransaksi.

Paradigma saat ini strategi persaingan toko online atau perusahaan tidak hanya bagaimana mengalahkan pesaing, namun bagaimana menciptakan kepuasan pelanggan (customer satisfaction). Dengan terciptanya kepuasan

pelanggan maka akan mendorong mereka untuk membeli produk kita kembali. Salah satu yang penting dalam memberikan kepuasan pelanggan adalah seberapa besar value atau nilai yang di rasakan atau di terima oleh pelanggan. Customer value adalah total manfaat yang di terima oleh pelanggan baik yang berwujud (tangible) maupun tidak berwujud (intangible) dengan pengorbanan yang di keluarkan (expense). Metode yang bisa di gunakan untuk mengetahui cara memuaskan pelanggan yaitu dengan menerapkan Customer Relationship Management (CRM). Customer Relationship Management (CRM) merupakan salah satu sarana untuk menjalin hubungan yang berkelanjutan antara perusahaan dengan para stakeholder maupun shareholdersnya. Saat ini banyak perusahaan yang memanfaatkan Customer Relationship Management (CRM) untuk menjalin hubungan dengan pelanggan. Dengan memanfaatkan CRM, perusahaan akan mengetahui apa yang diharapkan dan diperlukan pelanggannya sehingga akan tercipta ikatan emosional yang mampu menciptakan hubungan bisnis yang erat dan terbuka serta komunikasi dua arah di antara mereka. Dengan demikian kesetiaan pelanggan dapat dipertahankan dan tidak mudah berpindah ke lain produk dan merek.

Pada penelitian ini saya menggunakan analytical CRM. Analytical CRM memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan suatu pengetahuan akan pelanggan dan melakukan penaksiran atau estimasi terhadap pelanggan berdasarkan data-data analisis yang dipakai. Pengetahuan yang didapat perusahaan adalah tentang nilai pelanggan, yang dapat mendukung channel pelayanan interaksi dengan lebih baik dan mendukung berbagai keputusan dalam mensinergi penerapan operational dan atau collaborative CRM dalam proses penjualan dan pemasaran produk, sehingga kedudukannya menjadi sangat esensial bagi component CRM lainnya.

Salah satu toko online yang ada di daerah Kuningan adalah Outvin Store yang merupakan sebuah usaha toko perlengkapan fashion wanita online. Toko online ini menggunakan media sosial instagram dan aplikasi BBM dalam memasarkan produknya. Pelanggannya pun sudah banyak, baik dari dalam kota maupun luar kota seperti Bandung, Jakarta, Purwokerto, dll. Selama 2 tahun membuka usaha toko online ini banyak komentar puas dari para pelanggan, karena selain harga nya yang

murah, fashionnya yang up to date barangnya pun sesuai dengan yang di harapkan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan, di temukan beberapa kelemahan dari toko online ini seperti dalam hal pembelian barang, hanya orang-orang yang masuk ke dalam anggota BBM group OutVin Store saja yang bisa melihat-lihat foto barang. Proses bisnisnya pun sampai saat ini masih menggunakan cara lama yaitu dengan memesan barang yang di inginkan langsung ke pihak admin OutVin Store, maka pihak OutVin Store akan menjelaskan prosedur pembayaran dengan menanyakan nama, alamat, dan barang yang akan di pesan serta memberi tahu nomor rekening dan maksimal waktu pembayaran, pembayaran di lakukan dengan cara transfer. Kelemahan lain dari system yang berjalan pada OutVin Store adalah dalam hal penyimpanan data, setiap barang yang di pesan akan di catat oleh admin secara manual pada buku catatan, hal ini tentu sangat tidak efektif dan efisien serta memiliki potensi yang besar untuk hilang/rusak. Setelah selesai mendata semuanya maka pihak OutVin Store akan menyiapkan barang yang sudah di pesan. Apabila semuanya sudah siap, maka pihak admin tinggal menunggu konsumen untuk mengirim bukti transfer, dan setelah itu barang siap di kirim langsung ke alamat-alamat konsumen yang sudah di berikan sebelumnya.

Adapun penelitian yang terkait dengan penelitian ini adalah Vicky Mutiarawati (2010) "Implementasi CRM Analisa Untuk Pemesanan Kamar Hotel Di Hotel Sangkan Indah" pada penelitian ini di terapkan strategi CRM analisa agar bisa mengetahui kebiasaan-kebiasaan pelangga dan tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan hotel yang di berikan Sangkan Indah sehingga dapat memberikan data acuan kepada management untuk pengambilan keputusan bisnis dengan melihat laporan data transaksi yang berupa grafik. Egi Ginanjar (2010) "Analisa dan Implementasi CRM Analitik Pada PT.Sky Games Berbasis Web" pada penelitian ini diterapkan CRM analitik berbasis Web sebagai penunjang kegiatan operasional juga mempermudah pihak perusahaan untuk mengelola data penjualan sehingga perusahaan dapat mempertahankan pelanggan dengan melakukan analisa CRM yang di tuangkan ke dalam bentuk grafik sehingga perusahaan dapat mengetahui cabang mana di PT.Sky Games yang mengalami peningkatan dan penurunan profit.

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan di atas dan untuk mengatasi permasalahan yang ada maka diperlukan sebuah sistem yang di implementasikan kedalam penelitian ini dengan judul : **“Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Analytical Menggunakan Query Analyzer Pada Penjualan Berbasis Online. (Studi Kasus : OutVin Store)”**.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang muncul adalah :

1. Proses pencatatan data pemesanan dan penjualan barang di OutVin Store belum terkomputerisasi sehingga dalam hal pencatatan data tidak efektif dan tidak efisien dalam hal waktu serta dokumen memiliki potensi yang besar hilang/rusak.
2. Belum ada sarana menampung kesan/pesan/kritik dari pelanggan sehingga pelanggan tidak bisa menyampaikan keluhan atau rasa puasnya kepada OutVin Store.
3. Pelanggan tidak dapat melakukan pemesanan barang secara online.
4. Ketatnya persaingan bisnis toko online , menuntut agar menerapkan strategi CRM untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan sehingga dapat meningkatkan pendapatan bagi perusahaan.
5. Belum adanya system untuk memanfaatkan data agar pemilik usaha dapat mengetahui trend fashion yang paling diminati dan paling banyak dicari, serta pelanggan mana saja yang loyal terhadap perusahaan dan kota mana saja yang banyak melakukan transaksi.

3. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis akan membatasi hal-hal yang berhubungan dalam pembuatan sistem dan program, diantaranya adalah :

1. Data yang diolah adalah data produk, registrasi member, pemesanan, penjualan, pembayaran , dan pengiriman.
2. Untuk menganalisis kebutuhan pelanggan menggunakan metode CRM analytical dengan menggunakan query analyzer.
3. Metode CRM analytical di terapkan dalam analisis transaksi penjualan berbasis web.

4. Laporan yang di dihasilkan adalah laporan transaksi yang di dalamnya terdapat data transaksi order, data lokasi yang paling banyak melakukan transaksi, data jenis fashion mana saja yang paling banyak terjual dan dilihat, dan data pembeli yang paling banyak melakukan transaksi.
5. Bahasa pemrograman yang di gunakan adalah Php, dan basis data yang di gunakan adalah MySQL.

4. Metode Penelitian

Metode Penyelesaian Masalah

Metode yang digunakan untuk meyelesaikan masalah ini yaitu dengan menggunakan metode Customer Relationship Management (CRM) Analytical. Metode Customer Relationship Management (CRM) bertujuan mengetahui kepuasan pelanggan dengan melakukan analisis data mulai dari data produk mana yang paling banyak di beli, lokasi mana saja yang banyak melakukan transaksi, barang mana saja yang paling sering di cari dengan melihat dari history pencarian yang pernah di lakukan sehingga dapat menganalisa kebutuhan konsumen dan memprediksi keinginan konsumen dengan menerapkan strategi cross selling, serta pemberian reward untuk pelanggan yang loyal berupa point sellin

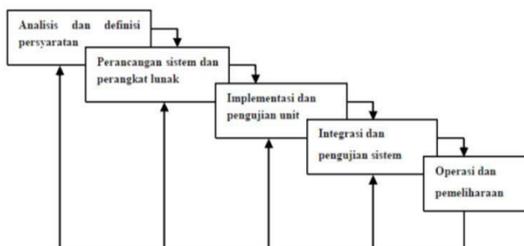
Metode Pengembangan Sistem

Metode perancangan yang digunakan dalam penulisan penelitian ini melalui pendekatan metode Waterfall karena metode ini lebih mudah di aplikasikan serta cocok di gunakan untuk produk software yang sudah jelas kebutuhannya dari awal, sehingga meminimalisir kesalahan. Metode ini melewati tahap demi tahap, tahap yang dilalui harus menunggu selesainya tahap sebelumnya dan berjalan berurutan.

Waterfall model memiliki tempat penting dalam rekayasa perangkat lunak. Bahkan paradigma ini merupakan paradigma rekayasa perangkat lunak yang paling luas dipakai dan yang paling tua. Alasan lain penggunaan metode waterfall model dalam pembuatan sebuah sistem adalah jumlah pengembang perangkat lunak yang sangat terbatas. Disamping itu, tahapan pada waterfall model mengambil kegiatan dasar yang digunakan dalam hampir semua pengembangan perangkat lunak, sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami terlebih bila hanya digunakan dalam

mengembangkan perangkat lunak yang tidak begitu besar dan kompleks.

Waterfall model merupakan salah satu model proses perangkat lunak yang mengambil kegiatan proses dasar seperti spesifikasi, pengembangan, validasi, dan evolusi, dan merepresentasikannya sebagai fase-fase proses yang berbeda seperti analisis dan definisi persyaratan, perancangan perangkat lunak, implementasi, pengujian unit, integrasi sistem, pengujian sistem, operasi dan pemeliharaan. Adapun tahapan pada waterfall model dapat di liha pada gambar 1.1.



Gambar 1.1 Waterfall Model
(Sumber : Sommerville, 2003)

Tahap-tahap utama dari waterfall model pada gambar 1.1 memetakan kegiatan-kegiatan pengembangan dasar, yaitu :

1. Analisis dan Definisi Persyaratan Proses

Mengumpulkan informasi kebutuhan system/perangkat lunak melalui konsultasi dengan user system. Proses ini mendefinisikan secara rinci mengenai fungsi-fungsi, batasan dan tujuan dari perangkat lunak sebagai spesifikasi sistem yang akan dibuat.

2. Perancangan Sistem dan Perangkat Lunak

Proses perancangan sistem ini difokuskan pada empat atribut, yaitu struktur data, arsitektur perangkat lunak, representasi antarmuka, dan detail (algoritma) prosedural. Yang dimaksud struktur data adalah representasi dari hubungan logis antara elemen-elemen data individual.

3. Implementasi dan Pengujian Unit

Pada tahap ini, perancangan perangkat lunak direalisasikan sebagai serangkaian program atau unit program. Kemudian pengujian unit melibatkan verifikasi bahwa setiap unit program telah memenuhi spesifikasinya.

4. Integrasi dan Pengujian Sistem

Unit program/program individual diintegrasikan menjadi sebuah kesatuan sistem dan kemudian dilakukan pengujian. Dengan kata lain, pengujian ini ditujukan untuk menguji keterhubungan dari

tiap-tiap fungsi perangkat lunak untuk menjamin bahwa persyaratan sistem telah terpenuhi. Setelah pengujian sistem selesai dilakukan, perangkat lunak dikirim ke pengguna.

5. Operasi dan Pemeliharaan

Tahap ini biasanya memerlukan waktu yang paling lama. Sistem diterapkan (di-install) dan dipakai. Pemeliharaan mencakup koreksi dari beberapa kesalahan yang tidak ditemukan pada tahapan sebelumnya, perbaikan atas implementasi unit sistem dan pengembangan pelayanan sistem, sementara persyaratan-persyaratan baru ditambahkan

5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulisan tugas akhir ini berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas adalah :

1. Merancang, menganalisis, dan mengimplementasikan CRM Analytical pada proses penjualan di OutVin Store.

A. Implementasi

Menurut Sumaryadi (2005:79) ada tiga unsur penting dalam proses implementasi, yaitu adanya program atau kebijakan yang sedang dilaksanakan, kelompok sasaran yaitu kelompok masyarakat yang menjadi sasaran ditetapkan untuk manfaat dari program perubahan atau perbaikan, dan menerapkan elemen baik untuk organisasi atau individu yang bertanggung jawab untuk memperoleh pelaksanaan dan pengawasan proses implementasi.

Menurut A.Kadir (2003:56), "Implementasi adalah kegiatan yang dilakukan untuk menguji data dan menerapkan system yang diperoleh dari kegiatan seleksi".

Menurut Hanifah Harsono (2002:67), "Implementasi adalah suatu proses untuk melaksanakan kebijakan menjadi tindakan kebijakan dari politik ke dalam administrasi. Pengembangan kebijakan dalam rangka penyempurnaan suatu program".

Jadi implementasi adalah proses pengujian dari sebuah penelitian yang telah dilakukan.

B. Customer Relationship Management (CRM)

Definisi CRM

Menurut Francis Buttle (2009) manajemen hubungan pelanggan atau customer relationship management (selanjutnya di singkat CRM)

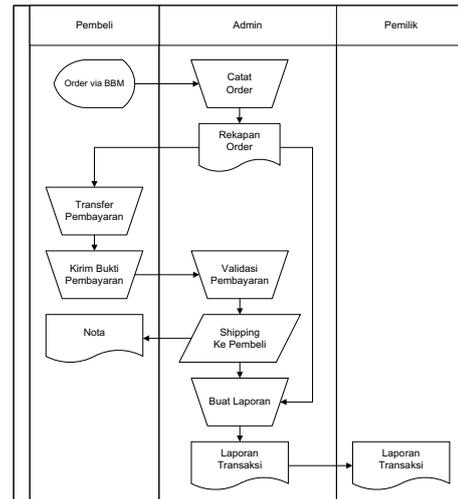
merupakan konsep yang berbeda dari pandangan berbagai pihak. Bahkan arti kepanjangan CRM itu sudah bervariasi dan diperdebatkan sejak lama. Bagi sebagian orang, CRM adalah singkatan dari customer relationship marketing. Sementara itu kelompok lain yang berkeyakinan bahwa tidak semua pelanggan menghendaki hubungan dengan supplier, menghapus kata ‘hubungan’, dan memilih istilah yang lebih singkat, yaitu ‘manajemen pelanggan’ alias ‘customer management’, ada pula pihak-pihak yang lebih menyukai istilah ‘relationship marketing’. Apapun istilahnya yang jelas CRM adalah praktik berbisnis yang terfokus atau berorientasi pada pelanggan.

Jadi CRM adalah sebuah strategi yang di gunakan oleh perusahaan untuk menjalin komunikasi dengan customer agar tercipta loyalitas kepada customer.

Tujuan CRM

Menurut Francis Buttle (2009), secara umum dapat dikatakan bahwa tujuan setiap strategi CRM adalah untuk mengembangkan hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Beberapa perusahaan melakukannya dengan menghilangkan biaya hubungan tersebut, misalnya dengan mengalihkan pelanggan ke layanan mandiri berbasis web. Perusahaan lainnya melakukannya dengan meningkatkan pendapatan yang diperoleh dari hubungan pelanggan, contohnya dengan menjual produk dan jasa tambahan kepada pelanggan. Kebanyakan perusahaan menggunakan kedua pendekatan tersebut. Tujuan inti CRM ini ditunjukkan oleh kepala anak panah pada ujung kanan rantai nilai CRM yaitu profitabilitas pelanggan. Di dalam konteks non-profit anda akan mengupayakan tujuan CRM yang berbeda seperti efisiensi operasional atau peningkatan kepuasan klien

C. Sistem Yang Sedang Berjalan

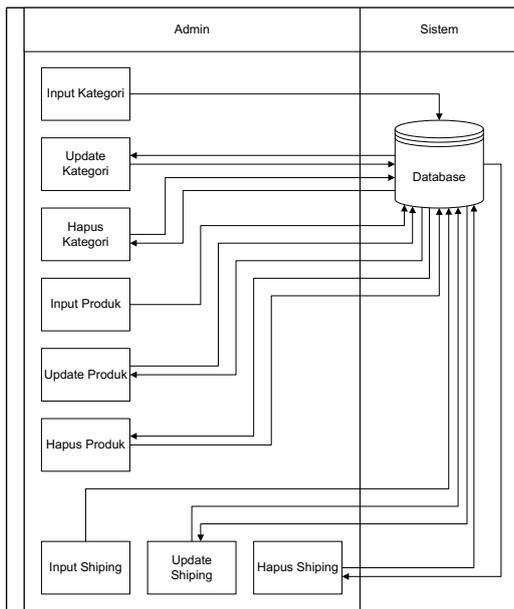


Gambar 3.3 Flowmap Sistem Yang Sedang Berjalan

Pada sistem yang sedang berjalan, pengelolaan data dilakukan secara konvensional. Pengelolaan data dilakukan dengan memakai software Microsoft Office Word dan Excel. Hal ini memerlukan waktu yang lebih lama karena harus melakukan validasi ulang satu per satu. Proses jual beli dan konfirmasi tidak tercatat dengan baik dalam satu pusat data. Sehingga menyulitkan dalam pengolahan data menjadi laporan..

D. Sistem Yang Diusulkan

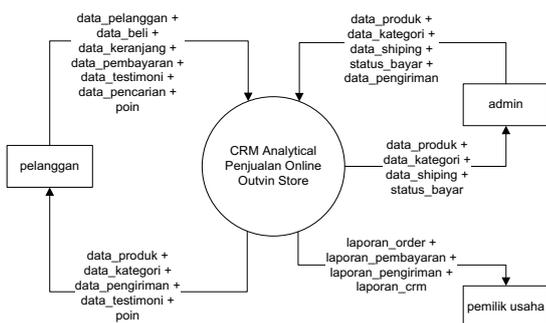
Pada sistem yang diusulkan, pengelolaan data dilakukan dengan menggunakan sebuah sistem yang memiliki basis data terpusat dan online. Proses jual beli dilakukan melalui website. Dalam website tersebut terdapat penerapan CRM. Sistem yang diusulkan dapat dilihat dalam flowmap berikut ini.



Gambar 3.4 Sistem Yang Diusulkan

E. Diagram Konteks

Data Flow Diagram merupakan gambaran sistem secara logika tanpa mempertimbangkan lingkungan fisik dimana data tersebut mengalir atau disimpan. DFD merupakan alat yang dapat menggambarkan arus data di dalam sistem secara terstruktur dan jelas. DFD level 0 untuk Sistem Informasi Pengelolaan Data Ayam Petelur terdapat pada gambar 3.5 dibawah ini.



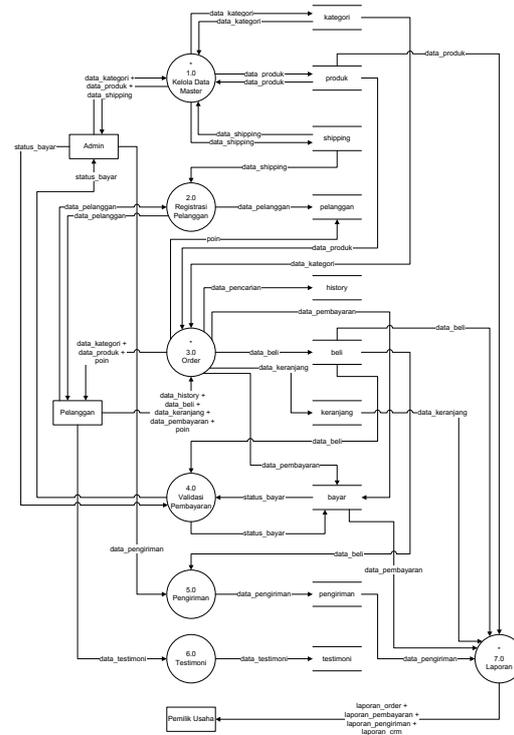
Gambar 3.5 Diagram Konteks

Pada diagram konteks terdapat dua entitas yang berinteraksi dengan sistem, yaitu pelanggan dan admin. Input dari pelanggan kepada sistem berupa data pelanggan, data beli, data keranjang, data pembayaran data testimoni, data pencarian, dan poin. Output dari sistem untuk pelanggan berupa data produk, data kategori, data pengiriman, data testimoni dan poin. Input dari admin kepada sistem berupa data produk, data kategori, data shipping, status bayar, dan data pengiriman. Output dari sistem untuk admin adalah data produk, data

kategori, data shipping, dan status bayar. Output dari system untuk pemilik usaha berupa laporan order, laporan pembayaran, laporan pengiriman dan laporan CRM.

F. DFD Level 0

DFD Level 0 menggambarkan diagram konteks secara lebih keranjang. DFD Level 0 digambarkan dengan beberapa buah proses yang menggambarkan aliran sistem.



Gambar 3.6 DFD Level 0

Pada proses 1.0, admin melakukan pengelolaan data master. Pengelolaan data master terdiri dari pengelolaan data kategori, data produk dan data shipping. Input dari admin berupa data kategori, data produk dan data shipping. Data disimpan di datastore kategori, produk dan shipping.

Pada proses 2.0, pelanggan melakukan registrasi. Input dari pelanggan berupa data pelanggan. Data pelanggan disimpan di datastore pelanggan.

Pada proses 3.0, pelanggan melakukan order. Sistem membaca data pelanggan dari datastore pelanggan, data produk dari datastore produk dan data kategori dari datastore kategori. Input dari pelanggan berupa data beli dan data keranjang. Data beli disimpan di datastore beli dan data keranjang disimpan di datastore keranjang.

Pelanggan kemudian melakukan konfirmasi pembayaran dan disimpan di datastore bayar.

Pada proses 4.0, admin melakukan validasi pembayaran. Sistem membaca data pembayaran dari datastore bayar. Output untuk admin berupa data pembayaran.

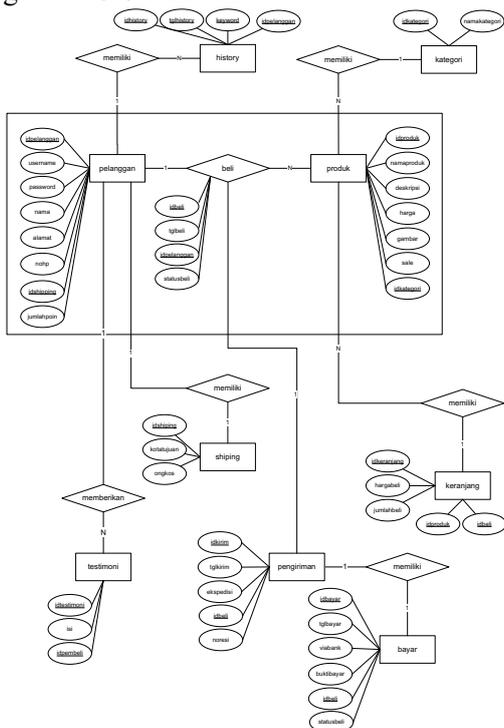
Pada proses 5.0, admin melakukan input pengiriman. Sistem membaca data pembelian dari datastore beli. Input dari admin berupa data pengiriman. Data pengiriman disimpan di datastore pengiriman.

Pada proses 6.0, pelanggan melakukan input testimoni. Input dari pelanggan berupa data testimoni. Data testimoni disimpan di datastore testimoni. Output untuk pelanggan berupa data testimoni.

Pada proses 7.0, pemilik usaha mengelola laporan. Sistem membaca data dari datastore produk, datastore beli, datastore keranjang, datastore pembayaran dan datastore pengiriman. Output untuk pemilik usaha berupa laporan order, laporan pengiriman, laporan pembayaran, dan laporan CRM.

G. Entity Relationship Diagram

Entity Relationship Diagram (ERD) adalah penggambaran hubungan diantara beberapa objek. ERD yang telah dirancang dapat dilihat pada gambar 3.6 berikut ini :



Gambar 3.10 Entity Relationship Diagram

6. Implementasi Sistem

Implementasi adalah tahap penerapan hasil perancangan yang prosesnya diuraikan sebelumnya. Implementasi yang dilakukan antara lain adalah menerapkan perancangan antarmuka ke dalam bentuk aplikasi, perancangan struktur data kedalam bentuk tabel database, pembuatan kode program dan sebagainya.

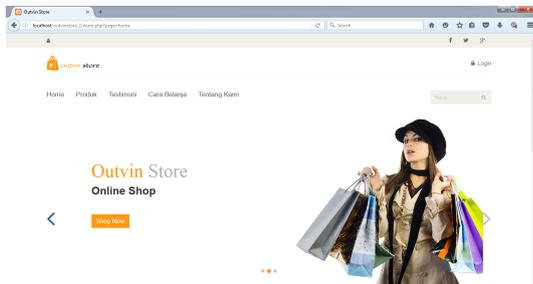
Berdasarkan hasil perancangan, maka system diimplementasikan dengan menggunakan PHP dan MySQL. Hak akses untuk masing-masing user dapat dilihat pada table 4.1.

Table 4.1 Tabel Hak Akses

USER	HAK AKSES
1. Admin	<ol style="list-style-type: none"> 1. CRUD Produk 2. CRUD Kategori 3. CRUD Ongkir 4. Update & Validasi Pembayaran 5. Read Pembelian 6. Read Pembayaran 7. Read Testimoni 8. CRUD Validasi Pengiriman
2. Pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Read Poduk, kategori, testimony, produk terpopuler, produk terlaris 2. CRUD Pembelian 3. Create konfirmasi pembayaran 4. Create Testimoni
3. Pimpinan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Read laporan order 2. Read laporan pembayaran 3. Read laporan pengiriman 4. Read laporan CRM

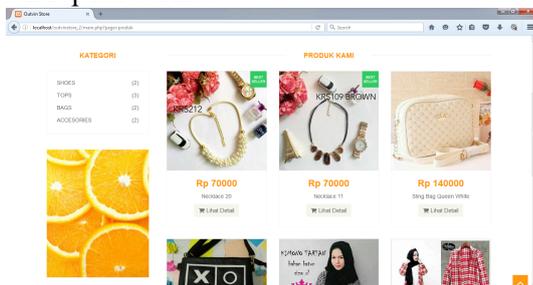
7. Antar Muka (interface) program Halaman Utama

Halaman utama memiliki menu Home, Produk, Testimoni, Cara Belanja, Tentang Kami, Register, Login dan Pencarian Produk. Pada halaman utama ini terdapat image slideshow. Pada bagian bawah halaman utama ditampilkan beberapa produk terbaru. Halaman utama dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut ini.



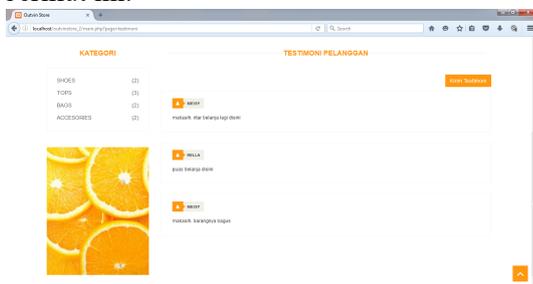
Gambar 4.1 Halaman Utama

Menu produk menampilkan halaman produk. Halaman produk dapat dilihat pada gambar 4.2 seperti berikut.



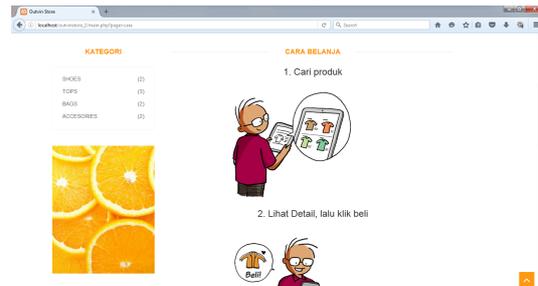
Gambar 4.2 Halaman Produk

Menu testimoni menampilkan testimoni dari para pelanggan. Testimoni dapat dilihat pada gambar 4.3 berikut ini.



Gambar 4.3 Halaman Testimoni

Menu cara belanja menampilkan informasi tentang cara berbelanja untuk pelanggan. Cara belanja dapat dilihat pada gambar 4.4 berikut ini.



Gambar 4.4 Halaman Cara Belanja

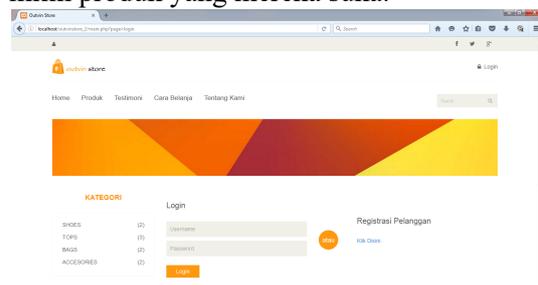
Menu tentang kami menampilkan informasi mengenai toko dan kontak yang dapat dihubungi. Tentang kami dapat dilihat pada gambar 4.5 berikut ini.



Gambar 4.5 Halaman Tentang Kami

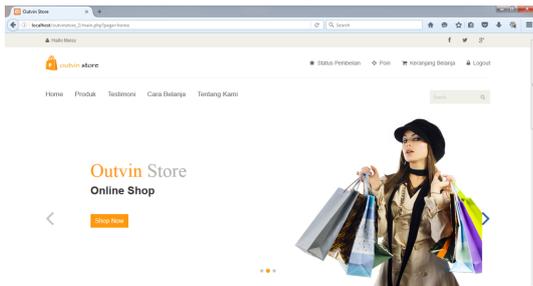
2. Login User

Form login digunakan untuk pelanggan yang sudah sudah memiliki username dan password dan akan melakukan transaksi. Dengan memasukan username dan password lalu klik login maka pelanggan akan masuk ke form home dan memilih-milih produk yang mereka suka.

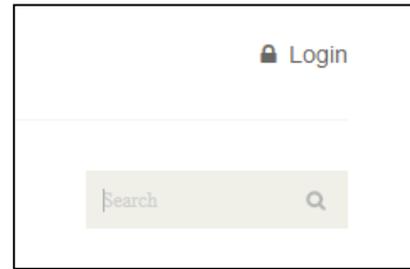


Gambar 4.6 Halaman Login User

a. Misalkan user akan logim sebagai pelanggan dengan username “putri” dan memasukkan passwordnya lalu klik login, maka akan muncul tampilan halaman utama sebagai user seperti pada gambar



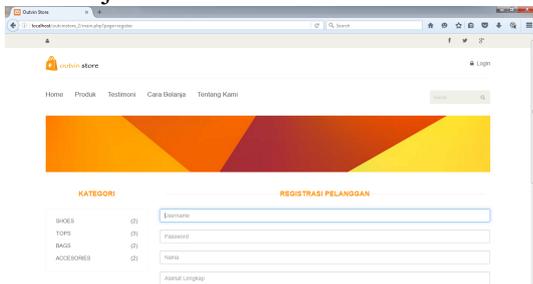
Gambar 4.7 Halaman Utama Sebagai User



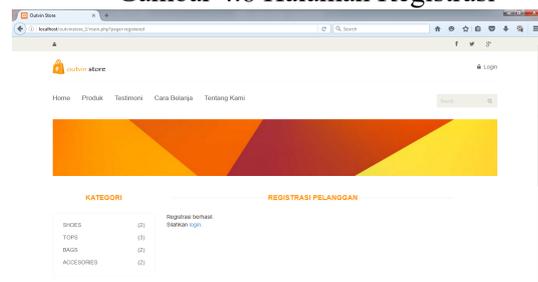
Gambar 4.10 Halaman Cari Produk

3. Registrasi

Form registrasi digunakan untuk para pembeli yang ingin melakukan transaksi tetapi belum memiliki username dan password, maka pembeli tersebut harus mengisi data registasi seperti username, password, nama lengkap, alamat, dll. Apabila sudah melakukan registrasi maka pembeli tersebut bisa melakukan login dan mulai berbelanja.



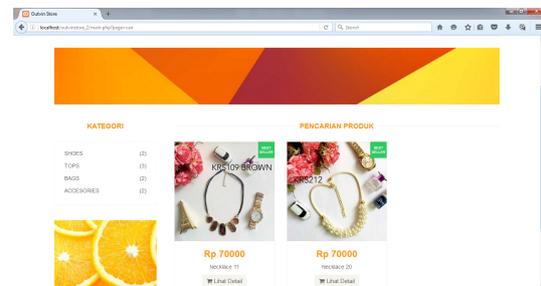
Gambar 4.8 Halaman Registrasi



Gambar 4.9 Halaman Laporan Registrasi Berhasil

4. Pencarian

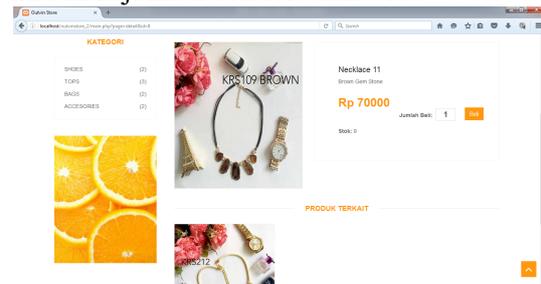
Form cari produk digunakan untuk para pelanggan yang ingin langsung mencari produk yang diinginkan tanpa harus melihat-lihat katalog. Dengan memilih mau melakukan pencarian berdasarkan nama produk atau kategori lalu memasukan kata kunci setelah itu klik cari maka akan tampil produk sesuai dengan kata kunci tersebut dan produk dengan kata kunci serupa seperti pada gambar 4.9.



Gambar 4.11 Halaman Hasil Pencarian Produk

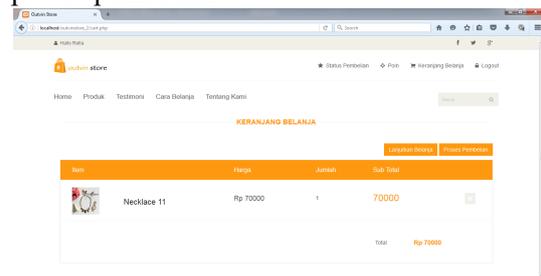
5. Keranjang Belanja

Form ini digunakan untuk para pelanggan yang ingin melihat rincian barang yang akan dibeli misalnya bahan dari barang tersebut. Apabila sudah pasti akan membeli produk ini maka masukan jumlah beli lalu klik beli.



Gambar 4.12 Halaman Rincian Produk

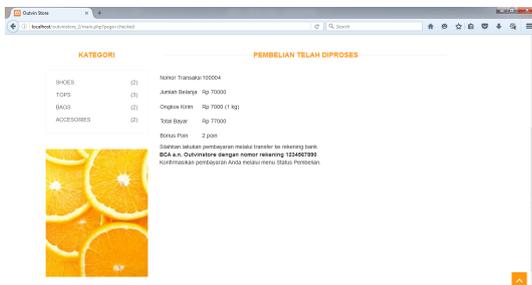
Form dibawah ini menampilkan keranjang belanja mulai dari rincian barang yang akan dibeli, jumlahnya, harganya, dan subtotal harga. Apabila akanmelanjutkan belanja maka klik belanja, tetapi apabila pelanggan sudah selesai belanja, maka klik proses pembelian



Gambar 4.13 Halaman Keranjang Belanja

6. Check Out

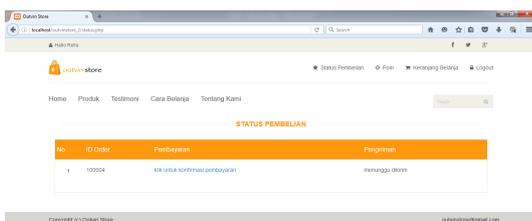
Form check out menampilkan laporan bahwa pembelian telah diproses dengan rincian mulai dari nomor transaksi, jumlah belanja, ongkos kirim, total yang harus dibayar, dan poin yang didapatkan pelanggan.



Gambar 4.14 Halaman Check Out

7. Status Pembelian

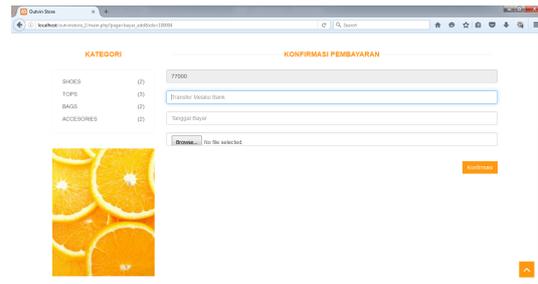
Form dibawah ini menampilkan status pembelian dari konsumen. Apabila konsumen belum melakukan konfirmasi pembayaran dan admin belum melakukan validasi order dan pengiriman, maka status pengirimannya menunggu dikirim, apabila sudah melakukan konfirmasi pembayaran maka akan tampil no resi, bank yang digunakan, dll.



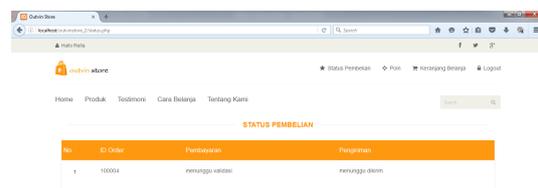
Gambar 4.15 Halaman Status Pembelian

8. Konfirmasi Pembayaran

Form dibawah ini digunakan untuk konsumen yang akan melakukan input konfirmasi pembayaran dengan memasukkan bank mana yang dia gunakan, tanggal bayar, dan mengupload bukti transfer bank yang bersangkutan. Apabila sudah selesai maka klik konfirmasi, maka status pembelian dari pelanggan akan berubah menjadi menunggu validasi seperti pada gambar 4.15



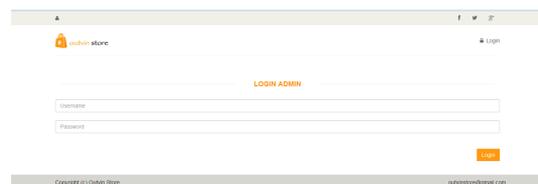
Gambar 4.16 Halaman Konfirmasi Pembayaran



Gambar 4.17 Halaman Status Pembelian Menunggu Validasi

9. Login Admin

Form dibawah ini digunakan untuk admin yang akan melakukan login agar bisa melakukan input data dan melakukan validasi. Apabila sudah memasukkan username dan password maka admin akan masuk ke halaman utama admin seperti pada gambar 4.19.



Gambar 4.18 Halaman Login Admin



Gambar 4.19 Halaman Utama Admin

10. Validasi Pembayaran

Form dibawah ini menampilkan data pembayaran yang sudah dilakukan pelanggan dan menunggu untuk di validasi. Klik tanda ceklis untuk validasi pembayaran, maka akan tampil laporan bahwa pembayaran sudah di validasi seperti pada gambar 4.21. maka status pembayaran pelanggan pun secara otomatis sudah valid.

No	No Order	Tanggal Bayar	Bank	Duit	Proses
1	100004	2016-08-22	BCA	<input type="checkbox"/>	valid
2	100002	2016-08-22	BCA	<input type="checkbox"/>	valid
3	100001	2016-07-14	BCA	<input checked="" type="checkbox"/>	valid

Gambar 4.20 Halaman Data Pembayaran

No	ID Order	Pembayaran	Pengiriman
1	100001	sudah dibayar	Dikirim melalui J&E Nomor AWB 026123
2	100002	sudah dibayar	Dikirim melalui J&E Nomor AWB 026124
3	100003	Belum dibayar	Belum dikirim

Gambar 4.21 Halaman Laporan Pembayaran sudah Valid

11. Validasi Pengiriman

Form dibawah ini menampilkan data pelanggan mulai dari id orde dan nama pelanggan yang sedang menunggu pengiriman. Klik tanda plus (+) untuk input pengiriman.

No	ID Order	Pelanggan	Ekspedisi	No Resi	Proses
1	100001	Meloy	J&E	026123	selesai
2	100002	Meloy			<input checked="" type="checkbox"/>
3	100003	Meloy			<input type="checkbox"/>
4	100004	Beda			<input type="checkbox"/>

Gambar 4.22 Halaman Data Pengiriman

Form dibawah ini digunakan oleh admin yang akan melakukan input data pengiriman dengan memasukan tanggal kirim, ekspedisi yang digunakan, dan nomor resi. Apabila data sudah lengkap maka klik simpan, lalu akan muncul laporan pengiriman sudah dilengkapi seperti pada gambar 4.24.

Gambar 4.23 Halaman Input Pengiriman

No	ID Order	Pembayaran	Pengiriman
1	100001	sudah dibayar	Dikirim melalui J&E Nomor AWB 026123
2	100002	sudah dibayar	Dikirim melalui J&E Nomor AWB 026124
3	100003	Belum dibayar	Belum dikirim

Gambar 4.24 Halaman Laporan Pengiriman Sudah Valid

Apabila validasi pembayaran dan pengiriman sudah di validasi oleh admin, maka status pembayaran pada account pelanggan pun akan berubah menjadi sudah validasi, dan pada pengiriman akan muncul rincian ekspedisi yang digunakan dan no resi pengiriman seperti pada gambar dibawah ini.

No	ID Order	Pembayaran	Pengiriman
1	100001	sudah dibayar	Dikirim melalui J&E Nomor AWB 026123
2	100002	sudah dibayar	Dikirim melalui J&E Nomor AWB 026124
3	100003	Belum dibayar	Belum dikirim

Gambar 4.25 Halaman Status Pembelian Sudah Valid

8. Penutup

8.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, perancangan, pengujian, dan implementasi system, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. System dapat mengelola data produk, registrasi pembeli, penjualan, pembayaran, dan pengiriman yang akan menampilkan laporan dalam bentuk grafik dan tabel
2. System dapat menganalisa kebutuhan pelanggan menggunakan metode CRM analytical dimana dihasilkan data lokasi yang banyak melakukan transaksi, data jenis fashion mana yang paling banyak terjual, data fashion yang paling populer, dan data konsumen mana saja yang paling banyak melakukan transaksi
3. Sistem ini dapat membantu pihak OutVin Store untuk mengetahui kebutuhan pelanggan pada masa yang akan datang, yaitu melalui hasil transaksi yang sudah dilakukan dan dari hasil analisa data transaksi yang sudah terkumpul.
4. Dengan adanya system ini pihak OutVin Stoer dapat melakukan penyimpanan data yang lebih efektif dan efisien serta mengurangi resiko kerusakan / kehilangan

data karena penyimpanan data sudah terkomputerisasi.

5. Sistem ini dapat membantu OutVin Store dalam menciptakan hubungan relasi yang baik dengan pelanggan.
6. Sistem ini membantu OutVin Store dalam memperluas pangsa pasar sehingga konsumen pun semakin banyak dan keuntungan yang di dapat pun meningkat.
7. Dengan adanya system ini pelanggan merasa puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan OutVin Store.
8. Sistem ini membantu pelanggan yang jauh atau tidak termasuk anggota group BBM agar tetap bisa berbelanja di OutVin Store.
9. Sistem ini memberikan hak istimewa kepada pelanggan untuk berbelanja kapanpun sesuai keinginan karena toko tidak pernah tutup dan konsumen dapat berbelanja 24x7.
10. Dengan adanya system ini semakin banyak variasi barang yang dapat di lihat oleh konsumen sehingga konsumen tidak merasa bosan untuk berbelanja di OutVin Store.

8.2 Saran

Setelah penulis mengadakan penelitian, maka ada beberapa saran yang ingin penulis kemukakan agar aplikasi berjalan maksimal, antara lain:

1. Penambahan fitur tukar poin agar konsumen dapat merasakan keuntungan karena telah setia berbelanja di OutVin Store
2. Buat interface semenarik mungkin, tidak terlalu simple tapi juga tidak terlalu ramai.
3. System dapat dikembangkan dengan menambahkan analisis up selling.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, MR. 2012. Pemrograman Basis Dtata Menggunakan Transact SQL menggunakan SQL Server 2000. Yogyakarta. CV.Andi.
- Buttle,Francis. 2009. Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan), Concept and Tools, Elsier Ltd. Dialihbahasakan oleh Arief Subiyanto, Bayumedia Publishing.
- Gustavie, Moehammad. (2012). Kelebihan dan Kekurangan Toko Online. [Online].Tersedia:<http://ekonomi.kompasiana.com/bisnis/2012/02/22/Kelebihan-dan-kekurangan-toko-online-441173.html> [25 Februari 2015].
- Harsono,H. 2002. Implementasi Kebijakan dan Politik. Bandung : PT.Mutiara Sumber Widya.
- Kadir,A. 2003. Perancangan Sistem Informasi. Yogyakarta. CV Andi.
- Madcoms.2009.Menguasai XHTML,CSS,PHP & MySQL melalui Dreamweaver.Madiun.CV Andi.
- Purnomo, Eko. (2015). Apa itu toko online ?. [online]. Tersedia : <http://www.nulis-ilmu.com/2015/02/apa-itu-oko-online.html> [17 Februari 2015].
- Saputra, A.2012. Membangun Aplikasi Toko Online dengan PHP dan SQL Server.Jakarta.PT Elex Media Komputindo.
- Sidik, Betha dan I. Pohan, Husni. 2012. Pemrograman Web dengan HTML. Bandung : Informatika Bandung.
- Sommerville, Ian. 2003. Software Engineering (Rakayasa Perangkat Lunak). Erlangga.
- Sugianto, Mikael. 2011. Microsoft Visio 2010. Yogyakarta. CV Andi.
- Sumaryadi,, I Nyoman. 2005. Efektivitas Implementasi Kebijakan Otonomi Daerah. Jakarta : Citra Utama.
- Sutadji, Deni. 2012. Sistem Inventory Mini Market dengan PHP dan Jquery. Yogyakarta : Lokomedia
- Sutedjo Darma Oetomo, Budi. 2006. Perencanaan dan Pembangunan Sistem Informasi. Yogyakarta : Andi Offset.
- S Pressman, R.2010. Rekayasa Perangkat Lunak. Yogyakarta.CV Andi.
- S. Rossa. A dan Salahudin. M. 2013. Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Beroorientasi Objek. Bandung : Informatika.
- Wahana.2013.MobileWeb Development dan Adobe Dreamweaver CS6.Semarang.CV Andi.

