

ANALISIS DAN PERANCANGAN E-MARKETING DENGAN KONSEP CUSTOMER RELATIONSHIP MANAJEMEN (CRM)

Wan Mariatul Kifti¹, Windy Swaradana²

Prodi Sistem Informasi, STMIK Royal

Email:kifti.inti@gmail.com

Abstract: Customer Relationship Management (CRM) is a means of managing good relationships between companies and customers. By utilizing CRM the company will know what is expected and needed by its customers so that an emotional bond can be created that is able to create close and open business relationships. Thus customer loyalty can be maintained and not easily move to competing companies. E-Marketing is a marketing process that uses electronic information technology in particular is the internet that can connect different sellers and buyers. This study aims to build a Customer Relationship Management (CRM) information system that can support the delivery of information to customers through internet technology at the Terang Jaya Trading Business engaged in printing. The design of the sales system using the PHP programming language and MySQL database. The results of his research indicate that the design of this information system makes it easy for companies to introduce printing products and facilitate consumers in getting information about products and also makes it easier for consumers to make transactions with companies.

Keywords: Customer Relationship Management (CRM), PHP, MySQL, E-Marketing

Abstrak: Customer Relationship Management (CRM) merupakan salah satu sarana untuk mengelola hubungan baik antara perusahaan dengan customer.. 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. Dengan demikian kesetiaan pelanggan dapat dipertahankan dan tidak mudah berpindah ke perusahaan pesaing. Sementara E-Marketing merupakan proses pemasaran yang menggunakan teknologi informasi elektronik khususnya adalah internet yang dapat menghubungkan penjual dan pembeli yang berbeda tempat. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan sistem informasi Customer Relationship Mangement (CRM) yang dapat mendukung pengiriman informasi kepada pelanggan melalui teknologi internet pada Usaha Dagang Terang Jaya yang bergerak di bidang percetakan. Perancangan sistem penjualan dengan menggunakan bahasa pemograman PHP dan database MySQL. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa rancangan sistem informasi ini memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam memperkenalkan produk-produk percetakannya maupun mempermudah konsumen dalam mendapatkan informasi tentang produk dan juga mempermudah konsumen melakukan transaksi dengan perusahaan.

Kata Kunci: Customer Relationship Management (CRM), PHP, MySQL, E-Marketing

PENDAHULUAN

Era digitalisasi saat ini mendorong persaingan bisnis yang cukup ketat. Tiap perusahaan harus mampu menerapkan strategi yang mampu bersaing dalam merebut pangsa pasar yang ada. Perkembangan teknologi yang cukup pesat, berdampak positif bagi penyebaran informasi dari dan ke perusahaan. Konsumen dengan begitu mudahnya mendapatkan informasi tentang perusahaan dan produk yang dihasilkan, pelayanan yang diberikan serta pengelolaan pelanggan yang dilakukan. Jika ingin survive maka perusahaan harus fokus pada apa yang diinginkan oleh konsumen. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut, maka perusahaan harus mampu menyediakan produk dengan mutu yang baik sesuai dengan yang dibutuhkan pelanggan atau sesuai dengan perkembangan zaman, informasi produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan para pesaingnya. Oleh karena itu pemahaman yang baik mengenai pelanggan sangat diperlukan agar perusahaan dapat terus mengembangkan bisnis yang mereka jalani. Salah satu model bisnis yang lahir di era teknologi adalah

E-Marketing. E-Marketing merupakan proses pemasaran yang menggunakan teknologi informasi elektronik khususnya adalah internet yang dapat menghubungkan penjual dan pembeli yang berbeda tempat. Calon pembeli dapat menghemat waktu dan biaya karena tidak perlu datang ke toko atau tempat sehingga dari tempat duduk mereka dapat mengambil keputusan dengan cepat.

UD. Terang Jaya yang beralamat di Jln. Jend. A. Yani No. 61-63 Kisaran Barat Kabupaten Asahan merupakan sebuah perusahaan usaha dagang yang bergerak di bisnis percetakan dan penjualan alat-alat tulis kantor, menerima tempahan/pesanan seperti cetak undangan, bonafaktur, stempel, brosur, baliho/spanduk, sablon kaos, ID Card dll yang masing-masing order dapat di desain menurut permintaan customer sendiri. Sistem pemesanan yang berlangsung di

UD. Terang Jaya masih dilakukan dengan manual yakni owner dan customer bertemu langsung untuk proses pemesanan barang, Customer yang ingin melakukan pemesanan barang harus datang ketoko itu sendiri untuk memberikan daftar pesanan barang.

Permasalahan yang dialami UD terang Jaya adalah sistem pemasaran yang masih manual yang menyebabkan luas pemasaran yang terbatas hanya di Kisaran dan sekitarnya., belum mampu menjangkau pemasaran yang lebih luas. Perlu dibangun suatu sarana berbasis teknologi yang dapat memudahkan konsumen dan perusahaan untuk membeli atau memasarkan produknya. Pelanggan tidak harus bersusah payah datang, cukup membuka website bisa melakukan pemesanan lewat online, bisa melihat pilihan desain percetakan yang diinginkan dengan mudah. Perusahaan harus mampu mengelola dan fokus pada kepuasan pelanggan dalam rangka membangun loyalitas pelanggan.

Customer Relationship Management (CRM) merupakan kegiatan marketing yang bertujuan untuk mengelola seluruh aspek pelanggan, menyimpan informasi pelanggan, dan merekam seluruh kontak yang terjadi antara pelanggan dengan perusahaan. Dengan meningkatnya kebutuhan customer, maka perlu dibuat sebuah sistem yang dapat menampung semua permintaan customer dan menjalin hubungan dengan customer. Konsep CRM dianggap tepat untuk membangun loyalitas pelanggan pada perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah menghasilkan sebuah sistem informasi yang dapat mendukung pengiriman informasi kepada pelanggan melalui teknologi internet pada Usaha Dagang Terang Jaya yang bergerak di bidang percetakan.

METODOLOGI

Teknik Pengumpulan Data:

- a. Observasi

Teknik untuk mendapatkan data dengan cara melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur penting yang berguna untuk penelitian.

b. Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan langsung dengan pemilik

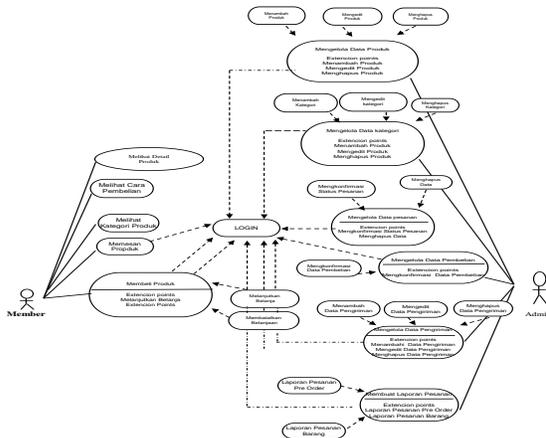
c. Studi Pustaka

Penulis menghimpun informasi yang sesuai dengan topik atau masalah yang sedang diteliti, informasi tersebut diperoleh dari sumber-sumber tertulis baik secara cetak maupun elektronik. Dengan metode ini penulis menggambarkan masalah secara jelas

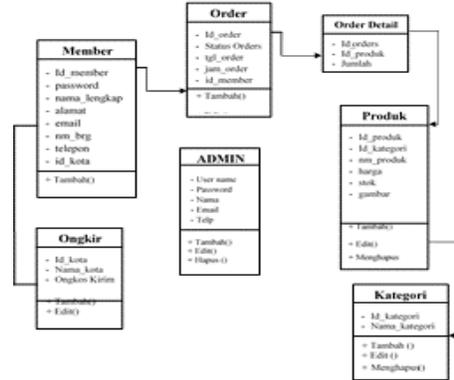
HASIL DAN PEMBAHASAN

Use Case Diagram

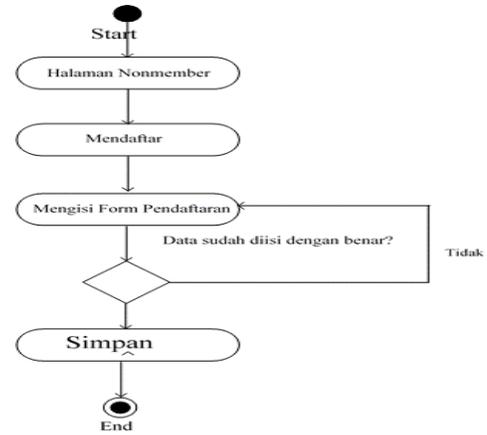
Use Case diagram merupakan perilaku software aplikasi dimana proses tersebut menggambarkan suatu sistem, sehingga yang menggunakan sistem akan mudah mengerti mengenaikegunaan sistem yang dibangun. Use Case Diagram menggambarkan siapa saja aktor yang melakukan prosedur dalam sistem serta fungsi – fungsi (proses) yang terlibat dalam transformasi pada sistem tersebut



yang akan digunakan di dalam sistem.

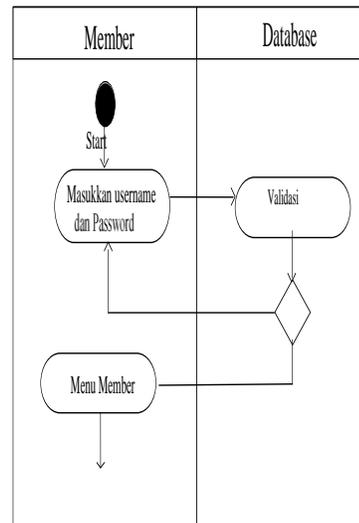


Gambar 2. Class Diagram



Gambar 3. Activity Diagram Member

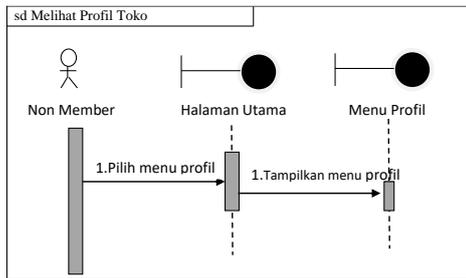
1. Activity Diagram Login Member



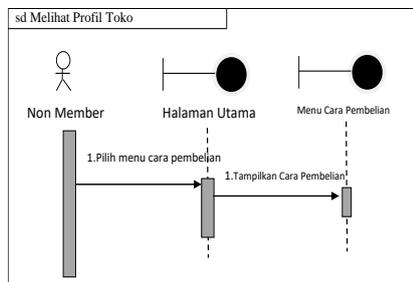
Gambar 1. Use Case Diagram System

Sequence Diagram

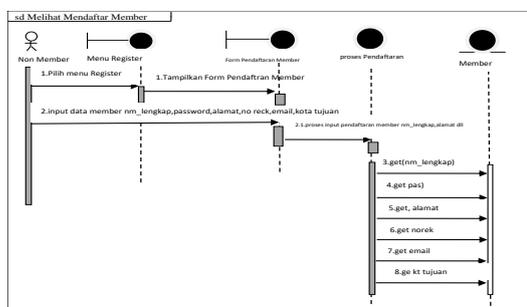
Sequence diagram digunakan untuk menggambarkan skenario atau rangkaian langkah-langkah yang dilakukan sebagai sebuah respon dari suatu event untuk menghasilkan output tertentu.



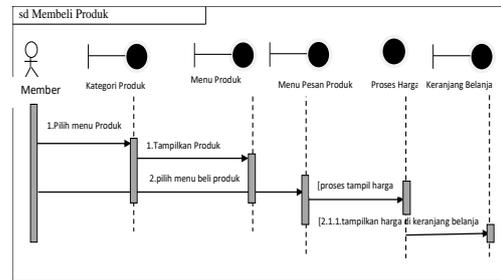
Gambar. 5 Sequence Diagram Non Member Melihat Profile



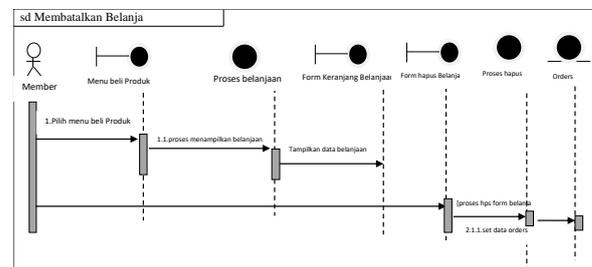
Gambar. 6 Sequence Diagram Non Member Melihat Cara pembelian



Gambar. 6 Sequence Diagram Non Member Melakukan Pendaftaran



Gambar 8. Sequence Diagram Member Membeli Produk

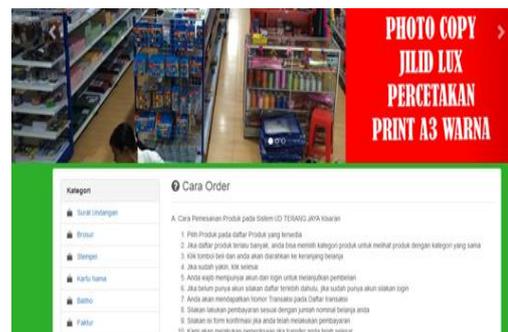


Gambar 9. Sequence Diagram Member Membatalkan Belanja

IMPLEMENTASI

Halaman Order

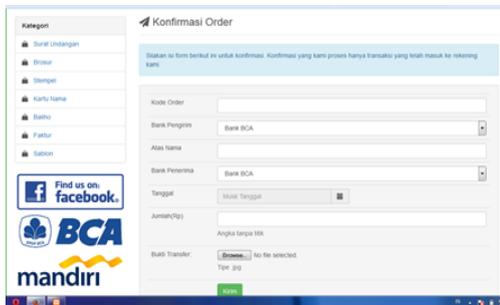
Halaman ini menampilkan informasi tentang cara order produk



Gambar 10. Tampilan Cara Order

Konfirmasi

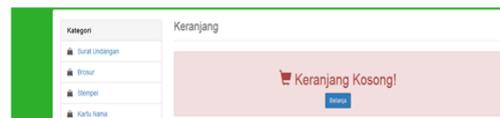
Halaman ini menampilkan informasi tentang konfirmasi produk yang sudah dibeli.



Gambar 11. Halaman Konfirmasi Produk

Keranjang Belanja

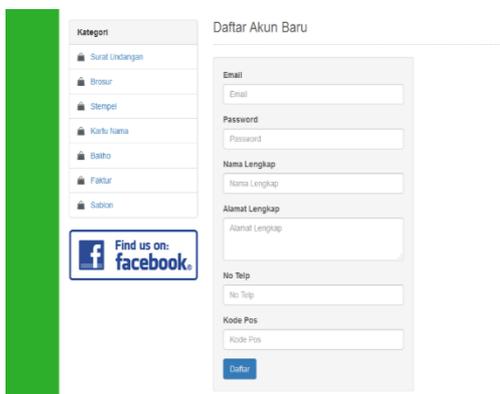
Halaman ini menampilkan informasi tentang jumlah belanjaan yang sudah di beli.



Gambar 12. Halaman Keranjang Belanja

Daftar

Untuk tampilan pendaftaran member dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 13. Tampilan Daftar Login Member

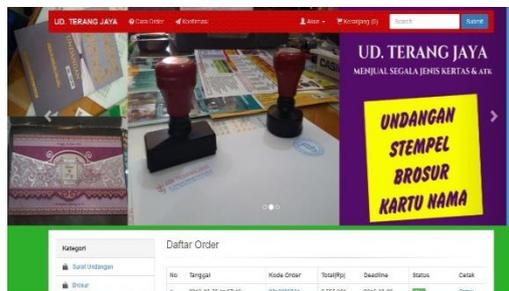
Halaman ini menampilkan pintu masuk bagi member, berfungsi agar member dapat masuk dan melakukan pembelian secara online. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 14. Tampilan Login Member

Pemesanan Barang Bagi Member

Bagi yang terdaftar sebagai member, bisa melakukan pemesanan barang sesuai dengan yang diinginkan. Bentuk tampilan pemesanan barang bagi member dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 15. Tampilan Pemesanan Barang Login Admin

Halaman ini menampilkan pintu masuk bagi admin, berfungsi agar admin dapat masuk dan mengoperasikan sistem. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar:



Gambar 16 Tampilan Login Admin

Beranda

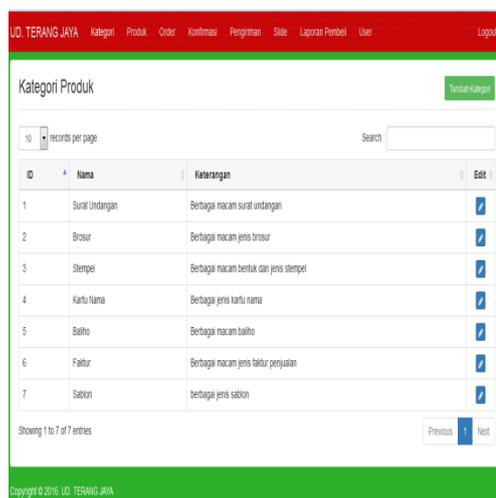
Halaman ini ditampilkan pada saat admin berhasil mengakses sistem atau berhasil login. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar ini:



Gambar 17. Tampilan Beranda

Kategori Produk

Halaman ini menampilkan seluruh kategori produk. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar:

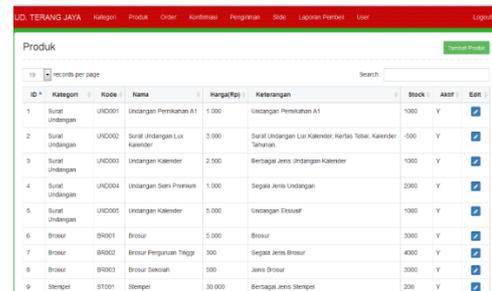


Gambar 18. Tampilan Kategori Produk

Data Produk

Halaman ini menampilkan data produk serta pengelolannya, yang terdiri dari tambah data dan edit.

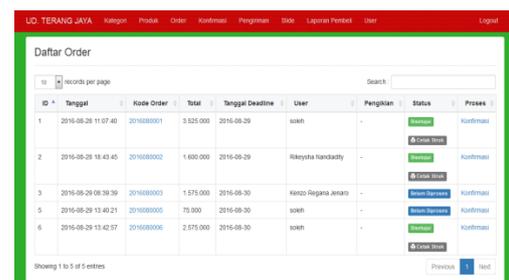
Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 4.19 Tampilan Data Produk

Order

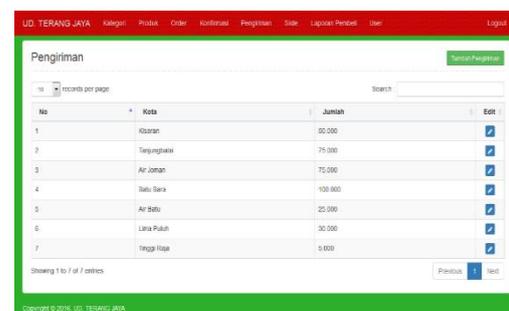
Halaman ini menampilkan data pemesanan *member* terhadap suatu produk. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 20. Tampilan Order Produk

Pengiriman

Halaman ini menampilkan biaya pengiriman untuk masing-masing kota. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 21. Tampilan Pengiriman Produk

SIMPULAN

Dari penjelasan pada bab-bab sebelumnya, penulis dapat merangkum beberapa kesimpulan, yaitu sebagai berikut:

1. Dengan adanya sistem ini, siapa saja dapat dengan mudah memperoleh informasi mengenai UD. Terang Jaya dan melakukan pemesanan secara *online* dimana saja dan kapan saja tanpa harus

datang langsung ke toko. Hal ini akan memudahkan pelanggan dalam melakukan pembelian.

2. Sistem yang dirancang dapat mempermudah UD. Terang Jaya dalam menjual produk yang dipasarkan pada UD. Terang Jaya tersebut sesuai dengan keinginan konsumen.
3. Sistem yang dirancang dapat menarik pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Kristanto. (2008). Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya. Gava. Media. Yogyakarta
- Armstrong, Gary & Philip, Kotler. 2013. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2013), Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 13, Erlangga.
- Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. "Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7". Jakarta : Erlangga.
- Nikhasemi et al. (2013) "Internet. Technology CRM and Customer Loyalty : Customer Retention and Satisfaction. Perspective
- R. Kelly Rainer Jr., B. Prince dan C. Cegielski, Introduction To Information Systems : Supporting And Transforming Business, Hoboken: John Wiley & Sons, 2013.
- Strauss, Judy dan Frost, Raymond. (2012). E-Marketing edisi internasional ke 6. London: Pearson