



IMPLEMENTASI CRM DAN METODE USG PADA PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEB

Seni Asria¹, Arnida², Asmal³
^{1,2,3}STMIK Handayani Makassar

¹seni@handayani.ac.id, ²arnid@handayani.ac.id, ³AsmalM@gmail.com

ABSTRAK

CRM (customer relationship management) atau manajemen rantai pasok merupakan suatu strategi pemasaran modern yang berorientasi kepada Pelanggan yang didalamnya terdapat 3 proses penting dalam bisnis yaitu proses GET, KEEP, dan GROW. Ketiga proses tersebut akan diterapkan pada Penjualan arang yang selama ini berjalan masih menggunakan cara konvensional baik itu dalam hal penjualan dan pemesanan, pengelolaan pelanggan, dan pengelolaan persediaan. Penjualan juga masih melakukan promosi melalui mulut ke mulut sehingga jangkauan promosi dan penjualan masih terbatas dan belum bisa meluas. Disamping itu penjual tidak mempunyai catatan pasti mengenai pemasukan penjualan serta belum bisa memprioritaskan penjualan arang kepada pelanggan apabila menghadapi situasi status stok arang yang terbatas. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan, (1) Merancang system informasi pemesanan arang berbasis web dengan menerapkan strategi CRM dan metode USG. (2) Mengimplementasikan sistem informasi pemesanan arang berbasis web dengan menerapkan strategi CRM dan metode USG.

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, literasi, dan wawancara. Perancangan system yang digunakan adalah UML (*Unified Modeling Language*), bahasa pemrograman yang digunakan adalah PHP dan MySQL sebagai databasenya. Sedangkan untuk mengelola pelanggan menerapkan strategi CRM serta penentuan skala prioritas menggunakan metode USG. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah aplikasi berupa “Implementasi CRM dan Metode USG pada Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web”. Dengan adanya penjualan yang berbasis website ini dan dengan dukungan penerapan CRM dan metode USG maka system ini dapat membantu penjual arang dalam mengelola dan mengembangkan bisnisnya.

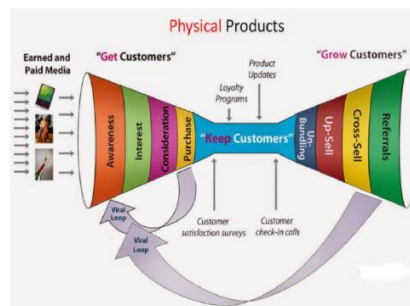
Kata Kunci: Arang, CRM, USG, Website

1. Pendahuluan

Usaha dagang H. Muhiddin adalah sebuah Toko yang bergerak dibidang penjualan Arang yang pelanggannya selain dari kota Makassar juga berasal dari luar daerah Makassar. Sejauh ini penjualan arang di Toko Arang H. Muhiddin masih menggunakan metode konvensional baik itu dalam penjualan dan pemesanan, pengelolaan pelanggan, pengelolaan persediaan hingga pembukuan keuangan. Penjual arang melakukan promosi hanya melalui mulut ke mulut dan jaringan telepon, sehingga jangkauan promosi dan penjualan masih terbatas dan belum bisa meluas ke beberapa daerah. Dalam menjalankan usahanya pemilik usaha mengalami berbagai kendala sehingga menimbulkan kesulitan dalam meningkatkan keuntungan dagangnya. Kendala-kendala yang terjadi adalah keterbatasan fasilitas yang berhubungan dengan penggunaan teknologi informasi, dan pengetahuan pengelolaan, manajemen, dan pemasaran. Berdasarkan kendala-kendala tersebut maka timbul berbagai permasalahan seperti informasi toko arang tidak diketahui banyak orang, belum bisa memanajemen pelanggan baru dan pelanggan lama, pengelolaan stok barang yang belum dikelola dengan baik, belum ada pemilihan prioritas pelanggan yang dapat membeli arang jika stok arang terbatas, serta omset yang tidak dapat diketahui dengan jelas.



Permasalahan lain yang di alami oleh penjual arang yaitu persaingan yang ketat, hal itu membuat pengelola harus mempunyai strategi pemasaran yang berbeda dari pesaingnya. Untuk itu dibutuhkan suatu strategi yang berorientasi kepada pelanggan karena pelanggan merupakan aspek yang begitu penting untuk selalu diperhatikan dalam proses bisnis perusahaan[1]. Penerapan strategi CRM merupakan suatu strategi yang tepat pada Toko Arang H.Muhiddin ini karena dapat manajemen mulai dari bagaimana mendapatkan pelanggan baru (GET), bagaimana mempertahankan pelanggan lama (KEEP) hingga diyakini pelanggan tersebut dikatakan setia dan loyal (GROW) terhadap perusahaan. Dengan strategi CRM ini maka pengaturan pelanggan dapat tertata dan dapat menentukan prioritas dalam pemberian reward kepada pelanggan yang loyal[2],[3]. Strategi GET pada CRM salah satunya adalah suatu bentuk promosi baik melalui media cetak maupun media digital.



Gambar 1. GET, KEEP, GROW

Sumber: <http://dinus.ac.id/repository/>

Dalam penerapan Get, Keep, and Grow sebuah perusahaan harus menganalisis target market agar tidak terjadi kesalahan dalam penerapannya, GKG (Get, Keep, and Grow) juga dapat membantu usaha dalam meningkatkan keuntungan baik untuk Pemilik usaha maupun pelanggan.

Promosi produk melalui media digital berupa website penjualan yang mampu memberikan informasi mengenai produk kepada pelanggan dengan cepat melalui internet[4]. Website penjualan yang dibuat nantinya dapat dijadikan sarana bagi penjual untuk berinteraksi dengan pembeli. Pembeli dapat melakukan pemesanan maupun pembelian secara online. Pembeli yang membutuhkan jumlah arang lebih banyak dapat memesan beberapa hari sebelumnya. Pembeli yang ingin datang langsung juga dapat menghubungi penjual lebih mudah. Serta yang paling memudahkan adalah pembeli dapat menemukan penjual di situs pencarian yang banyak digunakan saat ini.

Seiring dengan berkembangnya sistem informasi saat ini, banyak sistem informasi pada organisasi yang ingin mencapai tahap sistem informasi secara cepat, relevan dan akurat. Pesatnya pertumbuhan ilmu pengetahuan teknologi khususnya di bidang komputer disetiap aspek kehidupan dan penggunaan teknologi komputer dan teknologi komunikasi yang menghasilkan sebuah penggabungan system informasi yang saat ini mudah untuk di akses tanpa adanya batasan waktu dan jarak dengan menggunakan jaringan internet. Model penjualan atau bisnis ikut terpengaruh dari perkembangan ilmu pengetahuan teknologi tersebut, terlebih dengan pesatnya pertumbuhan pengguna internet di berbagai belahan dunia khususnya Negara berkembang. Salah satu bisnis yang menjadi trend terbaru di masyarakat ini adalah dalam bidang belanja online[5].

Dengan adanya website penjualan, penjual dapat memprediksi berapa arang yang harus disiapkan sesuai pesanan, arang yang dijual per periode hingga jumlah arang yang masih tersisa untuk dijual kembali pada pembeli lainnya. Dengan adanya sistem juga penjual dapat mengetahui keuntungan yang dihasilkan per periode sehingga dapat mempermudah penjual dalam mengambil keputusan dan meningkatkan omset pada masa yang akan datang[6],[7].

Dalam satu waktu, organisasi perusahaan bisa menghadapi *multiple problem*[8]. Seorang pimpinan organisasi harus bisa membuat prioritas masalah dari masalah-masalah yang muncul seperti memprioritaskan penjualan kepada pembeli sesuai kriteria yang telah ditentukan oleh perusahaan atau pihak penjual. Ada beberapa metode manajemen dalam membuat prioritas masalah organisasi seperti USG (*Urgency, Seriousness, Growth*), CARL (*Capability, Accessibility, Readiness, Leverage*), Hanlon, MCUA (*Multi Criteria Utility Assessment*) dan sebagainya.

Pada penelitian ini *Urgency, Seriousness, Growth* (USG) adalah salah satu alat yang digunakan untuk menyusun urutan prioritas isu yang harus diselesaikan. Caranya dengan menentukan tingkat urgensi, keseriusan, dan perkembangan isu dengan menentukan skala nilai 1 – 5 atau 1 – 10. Isu yang memiliki total skor tertinggi merupakan isu prioritas.

Untuk lebih jelasnya, pengertian *urgency, seriousness, dan growth* dapat diuraikan sebagai berikut :

1. *Urgency*. Seberapa mendesak isu tersebut harus dibahas dikaitkan dengan waktu yang tersedia serta seberapa keras tekanan waktu tersebut untuk memecahkan masalah yang menyebabkan isu tadi.
2. *Seriousness*. Seberapa serius isu tersebut perlu dibahas dikaitkan dengan akibat yang timbul dengan penundaan pemecahan masalah yang menimbulkan isu tersebut atau akibat yang menimbulkan masalah-masalah lain kalau masalah penyebab isu tidak dipecahkan. Perlu dimengerti bahwa dalam keadaan yang sama, suatu masalah yang dapat menimbulkan masalah lain adalah lebih serius bila dibandingkan dengan suatu masalah lain yang berdiri sendiri.
3. *Growth*. Seberapa kemungkinan-kemungkinannya isu tersebut menjadi berkembang dikaitkan kemungkinan masalah penyebab isu akan makin memburuk kalau dibiarkan.

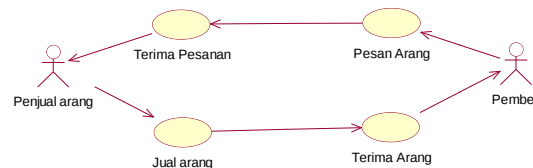
Dengan menggabungkan strategi CRM, website penjualan, dan metode USG, dapat dibangun sebuah sistem yang dapat membantu penjual arang dalam mengembangkan bisnisnya[9],[10].

2. Metode Penelitian

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, literatur, dan observasi untuk mengidentifikasi berbagai masalah dan mengetahui proses penjualan dan pengelolaan pada toko arang H.Muhiddin.

2.1. Diagram Berjalan

Merupakan gambaran tentang aliran sistem yang sedang berjalan pada system informasi penjualan dan pemesanan arang menggunakan UML Diagram[11]. Berikut merupakan aliran sistem yang sedang berjalan :

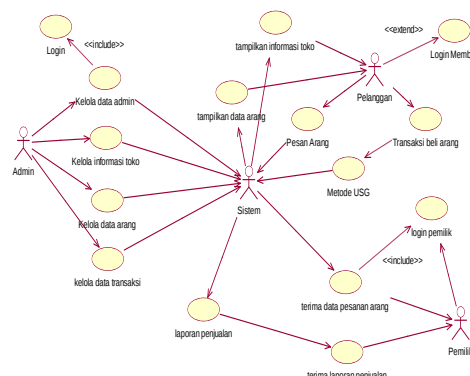


Gambar 2.1. Aliran sistem yang sedang berjalan

Nama use case	: Pesan Arang
Actor	: pembeli
Tujuan	: melakukan transaksi pemesanan arang
Skenario use case yang berjalan	: pelanggan melakukan pemesanan arang kepada penjual kemudian penjual menerima
Nama use case	: Jual Arang
Actor	: Penjual
Tujuan	: melakukan transaksi penjualan arang
Skenario use case yang berjalan	: penjual melakukan penjualan arang setelah menerima pesan dari pembeli.

2.2. Diagram Yang Diusulkan

Merupakan gambaran aliran sistem yang sedang diusulkan pada system informasi penjualan dan pemesanan arang berbasis web. Tujuan utama dari sistem yang baru adalah memudahkan pelanggan memesan tanpa datang langsung ke lokasi penjualan dan sebagai penyempurnaan dari sistem sebelumnya atau yang sedang berjalan. Berikut merupakan aliran sistem yang diusulkan :





Gambar 2.2 Analisis sistem yang diusulkan

Skenario *use case* yang diusulkan :

- 1) Admin melakukan login sistem untuk dapat mengelola website penjualan
- 2) Admin melakukan kelola data admin
- 3) Admin melakukan kelola informasi toko
- 4) Admin melakukan kelola data arang
- 5) Admin melakukan kelola data transaksi
- 6) Sistem menampilkan data informasi toko
- 7) Sistem menampilkan data arang dan jumlah stok tersedia
- 8) Pelanggan mengakses website
- 9) Pelanggan melakukan login member bagi yang telah registrasi
- 10) Pelanggan mengakses informasi arang
- 11) Pelanggan melakukan pemesanan arang.
- 12) Sistem memproses pemesanan. Sistem akan memprioritaskan pelanggan yang telah menjadi member dan juga jadwal permintaan dan jumlah arang yang dipesan
- 13) Sistem membuat laporan penjualan
- 14) Pemilik melakukan login
- 15) Pemilik menerima data pesanan
- 16) Pemilik menerima laporan penjualan.

2.2.1. Uraian Deskripsi Use Case

Uraian Deskripsi Use Case dan Concrete Scenario Login

Nama : Login
 Actors : Pemilik
 Goals : Pemilik berhasil login ke dalam sistem
 Precondition : pemilik mengakses halaman login admin
 Summary : Pemilik login ke dalam sistem dan mengelola data master

Tabel 2.2.1 Concrete Scenario login

<i>Actors Action</i>	<i>System Respons</i>
1. Pemilik membuka halaman login	1. Sistem menampilkan halaman login
2. Pemilik memasukkan username dan password	2. Sistem melakukan autentifikasi user

Uraian Deskripsi Use Case dan Concrete Scenario Kelola data admin

Nama : kelola data admin
 Actors : pemilik
 Goals : pemilik mengelola data admin
 Precondition : pemilik berhasil login ke halaman admin
 Summary : pemilik mengelola data admin

Tabel 2.2.2 Concrete Scenario kelola data admin

<i>Actors Action</i>	<i>System Respons</i>
Pemilik mengelola data admin	Sistem menampilkan halaman kelola data admin

Uraian Deskripsi Use Case dan Concrete Scenario Kelola data toko

Nama : kelola data toko
 Actors : pemilik
 Goals : pemilik mengelola data toko
 Precondition : pemilik berhasil login ke halaman admin
 Summary : pemilik mengelola data toko



**Tabel 2.2.3 Concrete Scenario kelola data toko**

<i>Actors Action</i>	<i>System Respons</i>
Pemilik mengelola data toko	Sistem menampilkan halaman kelola data toko

Uraian Deskripsi Use Case dan Concrete Scenario Kelola data arang

Nama : kelola data arang
 Actors : pemilik
 Goals : pemilik mengelola data arang
 Precondition : pemilik berhasil login ke halaman arang
 Summary : pemilik mengelola data arang

Tabel 2.2.4 Concrete Scenario kelola data arang

<i>Actors Action</i>	<i>System Respons</i>
Pemilik mengelola data arang	Sistem menampilkan halaman kelola data arang

Uraian Deskripsi Use Case dan Concrete Scenario Kelola data admin

Nama : kelola data testimoni
 Actors : pemilik
 Goals : pemilik mengelola data testimoni
 Precondition : pemilik berhasil login ke halaman admin
 Summary : pemilik mengelola data testimony yang layak ditampilkan

Tabel 2.2.5 Concrete Scenario kelola data testimoni

<i>Actors Action</i>	<i>System Respons</i>
Pemilik mengelola data testimony	Sistem menampilkan halaman kelola data testimoni

Uraian Deskripsi Use Case dan Concrete Scenario Login Pelanggan

Nama : Login pelanggan
 Actors : Pelanggan
 Goals : Autentikasi user yang masuk ke aplikasi.
 Precondition : Admin mengelola data login
 Summary : Pelanggan memasukkan username dan password dengan benar.

Tabel 2.2.6 Concrete Scenario Login pelanggan

<i>Actors Action</i>	<i>System Respons</i>
Pelanggan membuka halaman login	Sistem merespon dengan cara mengambil data dari database, merender halaman login kemudian menampilkan halaman login
Pelanggan memasukkan username dan password dengan benar	Sistem akan menampilkan halaman Utama data pelanggan

Uraian Deskripsi Use Case dan Concrete Scenario Akses website penjualan

Nama : akses website penjualan
 Actors : pelanggan
 Goals : pelanggan membuka website penjualan
 Precondition : pemilik telah mengelola website penjualan terlebih dahulu
 Summary : Sistem menampilkan halaman utama website penjualan kepada Pelanggan.



**Tabel 2.2.7 Concrete Scenario akses website**

<i>Actors Action</i>	<i>System Respons</i>
Pelanggan mengakses website penjualan	Sistem merespon dengan menampilkan halaman utama website penjualan

Uraian Deskripsi Use Case dan Concrete Scenario akses informasi toko

Nama : akses informasi toko
 Actors : pelanggan
 Goals : pelanggan mengakses informasi toko
 Precondition : pemilik telah mengelola data informasi toko
 Summary : pelanggan mengakses informasi toko

Tabel 2.2.8 Concrete Scenario akses informasi toko

<i>Actors Action</i>	<i>System Respons</i>
Pelanggan mengakses informasi toko	Sistem merespon dengan menampilkan halaman informasi toko

Uraian Deskripsi Use Case dan Concrete Scenario akses informasi arang

Nama : akses informasi arang
 Actors : pelanggan
 Goals : pelanggan mengakses data arang
 Precondition : pemilik telah mengelola data arang
 Summary : pelanggan mengakses informasi arang

Tabel 2.2.9 Concrete Scenario akses informasi arang

<i>Actors Action</i>	<i>System Respons</i>
Pelanggan mengakses informasi arang	Sistem merespon dengan menampilkan halaman informasi arang

Uraian Deskripsi Use Case dan Concrete Scenario Pesan arang

Nama : Pesan arang
 Actors : Pelanggan
 Goals : pelanggan memesan arang yang diinginkan
 Precondition : pelanggan telah melihat data arang yang tersedia
 Summary : Sistem menerima data arang yang dipesan

Tabel 2.2.10 Concrete Scenario pesan arang

<i>Actors Action</i>	<i>System Respons</i>
Pelanggan memesan arang yang diinginkan	Sistem menerima pesanan arang dari pelanggan

Uraian Deskripsi Use Case dan Concrete Scenario metode USG

Nama : metode USG
 Actors : pemilik
 Goals : Menjalankan system dan mengolah pesanan arang menggunakan penggabungan strategi CRM dan metode USG.
 Precondition : Pelanggan telah memesan arang
 Summary : Sistem mengolah data menggunakan strategi CRM dan metode USG

Tabel 2.2.11 Concrete Scenario metode USG

<i>Actors Action</i>	<i>System Respons</i>
pemilik menjalankan metode USG	Sistem melakukan proses pemesanan arang menggunakan strategi CRM dan metode USG



**Uraian Deskripsi Use Case dan Concrete Scenario cek stok arang**

Nama : cek stok arang
 Actors : pemilik
 Goals : mengecek stok arang yang tersedia
 Precondition : Pelanggan telah memesan arang
 Summary : Sistem menampilkan stok arang tersedia yang dipesan pelanggan

Tabel 2.2.12 Concrete Scenario cek stok arang

<i>Actors Action</i>	<i>System Respons</i>
pemilik mengecek stok arang	Sistem melakukan proses pengecekan stok arang yang akan dijual

Uraian Deskripsi Use Case dan Concrete Scenario proses pesanan arang

Nama : proses pesanan arang
 Actors : Pemilik
 Goals : menerima pesanan arang dari sistem
 Precondition : Sistem menjalankan metode USG
 Summary : Pemilik memproses data pesanan arang

Tabel 2.2.13 Concrete Scenario terima pesanan arang

<i>Actors Action</i>	<i>System Respons</i>
Pemilik menerima pesanan arang	Sistem mengirimkan data pesanan arang kepada pemilik untuk diproses

Uraian Deskripsi Use Case dan Concrete Scenario Laporan penjualan

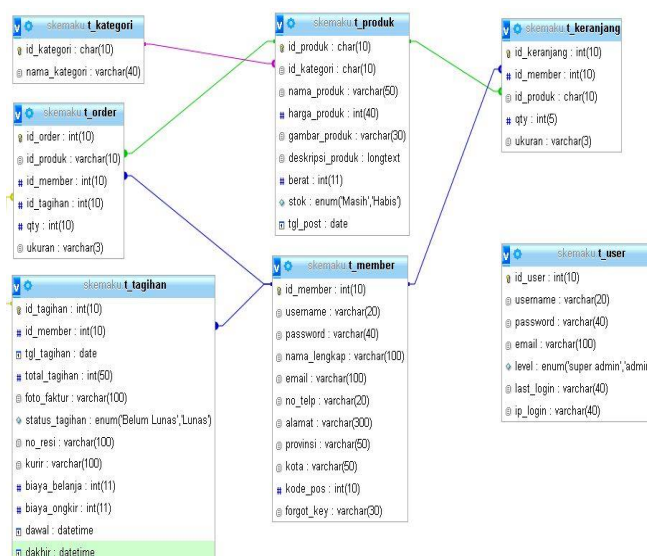
Nama : Laporan penjualan
 Actors : Sistem
 Goals : Sistem mengelola data laporan penjualan
 Precondition : telah terjadi transaksi jual beli arang
 Summary : sistem mengelola laporan penjualan arang

Tabel 2.2.14 Concrete Scenario laporan penjualan

<i>Actors Action</i>	<i>System Respons</i>
Sistem mengelola data penjualan	Sistem menghasilkan laporan penjualan arang

2.2.2. Class Diagram

Class Diagram digunakan untuk menampilkan kelas-kelas dan paket-paket di dalam system. Class diagram memberikan gambaran system secara statis dan relasi antar mereka.

**Gambar 2.2.2. Class Diagram**



3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Analisa Hasil dan Pembahasan

Hasil dari penelitian ini adalah berupa sistem aplikasi yang berbasis web yang mampu memfasilitasi berbagai transaksi antara penjual dan pembeli. Peranan strategi CRM disini adalah untuk membantu manajemen data-data pelanggan sebagai data input pada proses menentukan prioritas pelanggan dalam pembelian barang dengan menggunakan metode USG.

Berkaitan dengan penulisan penelitian ini, penulis memilah 3 elemen diatas dengan aktifitas transaksi yang dilakukan oleh konsumen, dimana elemen Urgency akan diwakilkan pada parameter berapa lama konsumen menjadi pelanggan, elemen Seriousness diwakilkan pada parameter rata rata kecepatan konsumen memproses pembayaran setelah konsumen selesai melakukan proses order barang secara online dan elemen Growth diwakilkan pada seberapa banyak nominal transaksi yang diakumulasikan dalam total transaksi selama menjadi pelanggan. Sedangkan untuk scoring penulis menyusun sebagai berikut :

Tabel 3.1. Urgency (lama konsumen menjadi pelanggan)

No	Lama Menjadi Pelanggan	Score
1	0 – 1 Tahun	1
2	>1 tahun sampai 2 Tahun	2
3	>2 tahun sampai 3 Tahun	3
4	>3 tahun sampai 4 Tahun	4
5	Lebih dari 4 Tahun	5

Tabel 3.2. Seriousness (rata rata kecepatan konsumen memproses pembayaran)

No	Rata rata kecepatan Proses Pembayaran	Score
1	Lebih dari 12 Jam	1
2	Lebih dari 8 Jam – sampai 12 Jam	2
3	Lebih dari 4 Jam – sampai 8 Jam	3
4	Lebih dari 1 jam – sampai 4 Jam	4
5	1 Jam atau kurang	5

Tabel 3.3. Growth (total akumulasi nominal transaksi)

No	Total akumulasi nominal transaksi	Score
1	0 – 1 Juta	1
2	>1Juta – 2 Juta	2
3	>2 Juta – 4 Juta	3
4	>4 Juta – 10 Juta	4
5	Lebih dari 10 Juta	5

Tabel 3.4. Contoh kasus : membandingkan konsumen A dan Konsumen B dengan informasi transaksi sebagai berikut :

Member	Lama Menjadi Pelanggan	Rata Rata Kecepatan Mengkonfirmasi Pembayaran	Total Akumulasi Nominal Transaksi
A	1,5 Tahun	30 menit	2,3 Juta
B	3,5 Tahun	2,5 Jam	3,8 Juta

Tabel 3.5 Scoring nya adalah sebagai berikut :



Member	Urgency	Seriousness	Growth	Score
A	2	3	3	8
B	3	4	3	10
Hasil Scoring, Member B akan lebih diprioritaskan				

3.2. Implementasi Sistem

3.2.1. Tampilan Halaman Utama



Gambar 3.2.1. Tampilan Halaman Utama Website Penjualan

Gambar diatas merupakan tampilan halaman utama saat pelanggan pertama kali mengakses situs website penjualan. Halaman terdiri dari menu kategori, Keranjang belanja, informasi kontak dan bank pembayaran serta informasi arang yang tersedia.

3.2.2. Tampilan Login Pelanggan

- Login :

Username :

Password :

Belum Punya Akun ? Silahkan Daftar Disini

Gambar 3.2.2. Tampilan Login Pelanggan

Gambar 3.2.2. merupakan tampilan halaman login bagi pelanggan. Inputan yang diperlukan adalah username dan password yang telah terdaftar. Terdapat pilihan lupa password apabila pelanggan melukan passwordnya.

3.2.3. Tampilan Menu Pendaftaran

- Pendaftaran :

Username :

Password :

Ulangi Password :

Nama Lengkap :

E-Mail :

No. HP :

Alamat :

Kota :

Provinsi :

Kode Pos :

Gambar 3.2.3. Tampilan Pendaftaran akun pelanggan

Gambar diatas merupakan tampilan halaman apabila pelanggan akan melakukan pendaftaran akun sebelum melakukan transaksi pembelian arang. Data yang diinput berupa username, password, nama lengkap, e-mail, no.hp, alamat lengkap pelanggan.



3.2.4. Tampilan Utama Setelah Login



Gambar 3.2.4. Tampilan halaman utama setelah login

Gambar diatas merupakan tampilan halaman utama setelah pelanggan melakukan login. tampilannya terdiri dari menu kategori, Keranjang belanja, informasi kontak dan bank pembayaran serta informasi arang yang tersedia. Di menu bar terdapat tambahan menu akun, tagihan pesan, testimony dan pilihan keluar.

3.2.5. Tampilan Keranjang Belanja

- Keranjang Belanja :

Produk	Harga	Berat	Qty	Jumlah	Aksi
AB 01	Rp. 50.000,-	20 Kg	1	Rp. 50.000,-	Update X
AB 04	Rp. 90.000,-	15 Kg	1	Rp. 90.000,-	Update X

Total Yang Harus Dibayar : Rp. 140.000,-

* Apabila Anda mengubah jumlah (Qty) atau Ukuran, jangan lupa tekan tombol Update.
** Total harga di atas belum termasuk ongkos kirim yang akan dihitung saat Check Out

[Lanjut Belanja](#) [Check Out](#)

Gambar 3.2.5. Tampilan keranjang belanja

Gambar diatas merupakan tampilan keranjang belanja produk arang apa saja yang akan dipesan oleh pelanggan. Informasi belanjaan terdiri dari produk jenis arang, harga produk arang, berat arang, jumlah pesanan, jumlah harga serta total harga yang harus dibayarkan.

3.2.6. Tampilan Rincian Pesanan

- Alamat Pengiriman :

Nama : Kiki Sunko	Tanggal Order : 30 November 2018
No. Telp : 0898989898	Alamat : Jl. alibaba 23

> Biaya Pengiriman : Kota : Magelang

Dari : Makassar	Provinsi : Jateng
Tujuan : Magelang	Kode Pos : 878787
Kurir : PT Pos Indonesia	
Biaya : Rp. 402.500,-	

- Detail Pembelian :

Produk	Harga	Qty	Jumlah
AB 01	Rp. 50.000,-	1	Rp. 50.000,-
AB 04	Rp. 90.000,-	1	Rp. 90.000,-
Biaya Pengiriman :			Rp. 402.500,-
Total :			Rp. 542.500,-

[Ubah Order](#) [Check Out](#)

Gambar 3.2.6. Tampilan Rincian pesanan

Gambar diatas merupakan tampilan rincian pesanan dan alamat pengiriman. Terdiri dari Detail alamat pengiriman, total harga yang harus dibayar, rincian pesanan serta ongkos kirim yang telah ditentukan.

3.2.7. Tampilan Daftar Tagihan

- Daftar Tagihan :

No. Tagihan	Status	Tgl. Tagihan	Total	Aksi
4	Lunas	29 November 2018	Rp. 250.500,-	Lihat Tagihan
5	Lunas	29 November 2018	Rp. 542.500,-	Lihat Tagihan
6	Lunas	29 November 2018	Rp. 109.000,-	Lihat Tagihan
7	Belum Lunas	30 November 2018	Rp. 542.500,-	Lihat Tagihan Konfirmasi

Gambar 3.2.7. Tampilan Daftar Tagihan





Gambar diatas merupakan daftar tagihan setiap pelanggan. Pelanggan dapat melakukan beberapa order sekaligus dan mengecek status tagihan orderannya pada menu ini.

3.2.8. Tampilan Konfirmasi Pembayaran

Gambar 3.2.8. Tampilan Konfirmasi Pembayaran

Gambar diatas merupakan form konfirmasi pembayaran. Aoabila pelanggan telah melakukan pembayaran, pelanggan dapat melakukan upload bukti pembayaran sebagai randa konfirmasi pembayaran agar pesanan diproses.

3.2.9. Tampilan Rincian Akun

Gambar 3.2.9. Tampilan Rincian akun

Gambar diatas merupakan tampilan rincian akun pelanggan yang telah melakukan registrasi akun sebelumnya. Informasi tersebut dapat diupdate oleh pelanggan.

3.2.10. Tampilan Halaman Testimony

Gambar 3.2.10. Tampilan halaman testimony

Gambar diatas merupakan tampilan halaman untuk menginputkan testimony oleh pelanggan. Pelanggan dapat mengirimkan testimony untuk pemilik. Batasan testimony adalah 100 karakter.

3.2.11. Tampilan Isi Pesan

Gambar 3.2.11. Tampilan isi pesan

Gambar diatas merupakan tampilan halaman untuk menginputkan pesan oleh pelanggan. Pelanggan dapat mengirimkan pesan untuk pemilik. Batasan testimony adalah 200 karakter.

3.2.12. Tampilan Halaman Daftar Order





No. Order	Nama	Tgl Order	Status	Konfirmasi	Aksi
7	Kiki Bunte	20 November 2018	Belum Lunas	Selesai Kirim (Lihat)	Detail Order Konfirmasi
6	Kiki Bunte	20 November 2018	Lunas	Selesai Kirim (Lihat)	Detail Order Batal
5	Kiki Bunte	20 November 2018	Lunas	Selesai Kirim (Lihat)	Detail Order Batal
4	Kiki Bunte	20 November 2018	Lunas	Selesai Kirim (Lihat)	Detail Order Batal
3	Kiki Bunte	20 November 2018	Lunas	Selesai Kirim (Lihat)	Detail Order Batal
2	Kiki Bunte	20 November 2018	Lunas	Selesai Kirim (Lihat)	Detail Order Batal
1	Kiki Bunte	20 November 2018	Lunas	Selesai Kirim (Lihat)	Detail Order Batal

Gambar 3.2.12. Tampilan Halaman Daftar order

Gambar diatas merupakan tampilan halaman daftar orderan arang yang masuk. Terdiri dari field nomor order, nama pemesan, tanggal order, status pembayaran, status pengiriman arabg dan detail order.

3.2.13. Tampilan Halaman Status Orderan

No. Order	Nama	Foto Faktur	Total Tagihan	Status	Aksi
7	Kiki Bunte		Rp. 142.000,-	Belum Lunas	Detail Order Konfirmasi
6	Kiki Bunte		Rp. 140.000,-	Lunas	Detail Order Batal
5	Kiki Bunte		Rp. 142.000,-	Lunas	Detail Order Batal
4	Kiki Bunte		Rp. 200.000,-	Lunas	Detail Order Batal
3	Kiki Bunte		Rp. 200.000,-	Lunas	Detail Order Batal

Gambar 3.2.13 Tampilan Halaman Status Orderan

Gambar diatas merupakan tampilan halaman status pembayaran pelanggan. Terdiri dari field nomor order, nama pemesan, foto faktur, total tagihan, status pembayaran dan detail order. Pelanggan yang mengunggah bukti bayar akan terlihat pada halaman ini.

3.2.14. Tampilan Hasil Perhitungan Metode USG

Hasil Perhitungan Dengan Metode USG (Beri Nomor 0 dengan nama yang berbeda HARUS DIPERIKSA)				
Id Member	Agency	Successness	Growth	Total Nilai
1	0	0	0	0
2	0	0	0	0
3	4	0	4	10
9	0	0	0	0

Gambar 3.2.14. Tampilan hasil perhitungan Metode USG

Gambar diatas merupakan tampilan hasil perhitungan metode USG untuk setiap pesanan. Metode USG akan memproses seluruh pesanan yang masuk dan memprioritaskan pelanggan berdasarkan pesannya.

3.2.15. Tampilan Laporan Penjualan

Bulan: Januari - 11 Nov 2018 - 11 Desember 2018				
LAPORAN PENJUALAN - 11 Desember 2018				
PT. SAKALAH ARANG & BUDIDAYA				
Jl. Pajenean LRT 125, Candi Prambanan, Sukoharjo, Indonesia				
Phone: (021) 4118 0888				
No. Order	Nama	Tgl Order	Status	Jumlah Belanja
5	Kiki Bunte	20 November 2018	Lunas	Rp. 40.000,-
6	Kiki Bunte	20 November 2018	Lunas	Rp. 140.000,-
4	Kiki Bunte	20 November 2018	Lunas	Rp. 50.000,-
3	Kiki Bunte	20 November 2018	Lunas	Rp. 90.000,-
2	Kiki Bunte	20 November 2018	Lunas	Rp. 30.000,-
1	Kiki Bunte	20 November 2018	Lunas	Rp. 50.000,-
Total Perhitungan Data Penjualan Barang: Rp. 400.000,-				

Gambar 3.2.15. Tampilan Laporan Penjualan

Gambar diatas merupakan tampilan laporan penjualan. Terdiri dari nomor order, nama pemesan, tanggal order, status pemesanan dan jumlah belanja. Laporan penjualan dapat ditampilkan berdasarkan bulan yang dipilih.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1. Kesimpulan

Pemanfaatan teknologi informasi khususnya pemanfaatan internet untuk pengembangan usaha dibidang penjualan arang akan berdampak secara positif baik disisi penjual maupun disisi konsumen. Beberapa keuntungan yang diperoleh baik dari sisi penjual maupun dari sisi pembeli, sebagai berikut :

1. Perusahaan dapat mencakup pasar yang lebih luas, artinya penjualan tidak bersifat wilayah lokal lagi tetapi akan bersifat global, sehingga akan meningkatkan nilai penjualan.
2. Pemilik usaha atau perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya yang berlebih dalam menyediakan banyak toko atau gedung serta pegawai yang banyak. Hal ini akan meningkatkan keuntungan dengan menurunkan biaya operasional perusahaan.
3. Penurunan biaya operasional akan mengakibatkan penurunan harga produk sehingga perusahaan dapat lebih mudah bersaing dengan perusahaan lainnya yang sejenis.
4. Belanja barang bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja





5. Menghemat waktu
6. Harga barang akan semakin murah karena adanya penekanan pada biaya operasional disisi penjual
7. Keberagaman produk akan lebih mudah didapat konsumen dibandingkan dengan sistem belanja secara regular.
8. Pengaturan pengelolaan pemasukan keuangan dan pengendalian stok dapat diketahui secara jelas.

Selain manfaat internet dalam proses transaksi barang, penerapan strategi CRM dalam mengelolah pelanggan menjadi lebih jelas dan tertata sehingga data-data pelanggan yang termasuk dalam kategori loyal dapat dikelompokkan sebagai informasi data inputan untuk proses scoring dalam penggunaan metoda USG yang dapat menentukan prioritas penjualan sehingga dapat dirasakan secara signifikan, karena metoda tersebut akan secara fair menentukan prioritas pelanggan berdasarkan scoring yang telah ditentukan.

4.2. Saran

Dalam hasil penelitian ini, penulis memiliki beberapa saran yang diharapkan nantinya dapat memberi nilai yang lebih bermanfaat atas penelitian ini. Adapun saran dari penulis adalah sebagai berikut :

1. Sistem penjualan online harus didukung oleh aktifitas perusahaan dari front end sampai back end, artinya informasi dan data transaksi online bisa bersinergi dengan seluruh bagian diperusahaan sehingga akan terbentuk sistem yang terintegrasi.
2. Peningkatan penjualan sebagai dampak dari transaksi online harus dibarengi dengan peningkatan infrastruktur komunikasi data dan keamanan data, sehingga kecepatan proses transaksi, kenyamanan dan keamanan baik disisi konsumen dan penjual akan lebih terjaga.
3. Penggabungan penerapan CRM dan metoda USG dalam menentukan prioritas penjualan harus didukung dengan penelitian yang lebih lanjut secara mendalam agar dapat membentuk kategori scoring yang lebih ideal

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Oetomo BSD, Simandjuntak JP, Sukoco AA, *i-CRM Membina Relasi dengan Pelanggan*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2003.
- [2] J. Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Rev. Cet. Erlangga, 2003.
- [3] Y. D. Wijaya, "Peningkatan Pelayanan Pelanggan Dengan Membangun Sistem Informasi Manajemen Service Pada CV. EDO PRIMA COMPUTAMA," *J. IT*, Vol 12 No, p. 10, 2021, doi: 10.37639/jti.v12i2.222.
- [4] P. Kotler, H. Kartajaya, and I. Setiawan, *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital* | Philip Kotler,. Jakarta: PT. Gramedia, 2019.
- [5] Z. Z. Noor, *Strategi Pemasaran 5.0.*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- [6] Rosinta E, Hasibuan D, "Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada Aplikasi Penjualan Berbasis Web PT . Buana Telekomindo," *Jurnal TIMES (Techonology Informatics & Computer System)*, Volume VII No 1, hal. 8–14, Juni 2018.
- [7] Hakim AA, dkk., "Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Berbasis Web Pada PT. Arya Media Tour & Travel," *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, Vol. 5, No. 2, Hal. 123-136, 2019.
- [8] Primyastanto M, *Evapro (Evaluasi Proyek)*, I. Malang: Universitas Brawijaya Press, hal 119-123, 2016.
- [9] Rahimi F, *Pemrograman Basis Data menggunakan MySQL*, Banjarmasin : Poliban Press, 2020.
- [10] Rusli, Ahmar.AS dan Rahman A, *Pemrograman Website PHP-MySQL Untuk Pemula*. Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019.
- [11] Oktafianto, Muslihudin M, *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Menggunakan Model Terstruktur dan UML*. CV Andi Offset, 2016.

