

APLIKASI PENJUALAN IKAN LELE PADA OESAPA LELE DENGAN PENERAPAN CUSTOMER RELANTIONSHIP MANAGEMENT (CRM)

Yabeci Tanesib¹⁾, Mardhalia Saitakela²⁾

¹Program Studi Sistem Informasi, STIKOM Uyelindo Kupang

email: tanisib@gmail.com

²Program Studi Sistem Informasi, STIKOM Uyelindo Kupang

email: mardhaliasaitakela@gmail.com

Abstract

Oesapa Lele is a business entity established since 2015 which is managed by several people who aim to meet the needs of the people of NTT in meeting the need for catfish. Therefore it takes an application to help this business to run smoothly. The purpose of this research make online-based website application, in order to facilitate the process of purchasing catfish and the demand for catfish can be obtained easily and quickly so that the business process running smoothly without consumers or customers must come directly to Oesapa Lele. Data collection was done by literature study, observation and interview, and by applying the concept of customer relationship management (CRM). From the results of this study resulted in website applications that are expected to help the management of catfish Oesapa to perform the process of selling catfish transactions.

Keywords: Application, Sales, Customer Relantionship Management, Website.

1. PENDAHULUAN

Pada umumnya, setiap badan usaha didirikan dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin, tetapi badan usaha cenderung melupakan bahwa pelanggan merupakan salah satu aset yang sangat berperan penting dalam membantu pencapaian tujuan tersebut, sehingga badan usaha kurang memperhatikan pelanggannya. Pelanggan mempunyai peran yang penting bagi kelangsungan suatu badan usaha, karena jika badan usaha tidak mengenal pelanggannya dan apa yang mereka inginkan, badan usaha tidak dapat mempertahankan pelanggannya. Oesapa Lele merupakan sebuah badan usaha yang berdiri sejak tahun 2015 yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat NTT dalam memenuhi kebutuhan akan ikan lele. Sampai saat ini, usaha ikan lele semakin berkembang sehingga konsumennya pun semakin banyak dan setiap hari terjadi peningkatan dalam penjualan ikan lele. Karena semakin berkembang, maka pemilik usaha ingin meningkatkan usahanya sehingga lebih banyak lagi masyarakat NTT yang mengetahui tentang penjualan ikan lele. Semakin meningkatnya kebutuhan akan ikan

lele, dan juga terkait dengan kesibukan dari masing-masing orang, maka dari itu orang-orang atau pelanggan yang ingin memesan lele tidak perlu langsung datang ke Oesapa Lele.

Menurut [3] sistem informasi penjualan diperlukan. Pengembangan sistem dengan merancang sebuah sistem informasi penjualan dan promosi berbasis web atau e-commerce yang bertujuan untuk memberikan kemudahan melalui berbagai fitur yang disediakan. Teknologi yang memungkinkan untuk membangun jaringan antara pelaku usaha dan konsumen adalah *Customer Relantionship Management (CRM)*, yang dimana adanya interaksi antara pelaku usaha dan konsumen tanpa menyita waktu. Untuk itu dibutuhkan sebuah aplikasi yang dapat mempermudah proses pembelian ikan lele dan permintaan pelanggan dapat dilayani dengan mudah dan cepat tanpa konsumen atau pelanggan harus datang langsung ke Oesapa Lele sehingga proses bisnis berjalan. Melalui aplikasi ini konsumen juga dapat melakukan pembayaran melalui registrasi yang ada pada aplikasi dengan melakukan transfer uang sesuai dengan jumlah yang dibayar kemudian lele siap diantar. Dengan

adanya aplikasi ini tata kelola pencatatan laporan penjualan dapat terkomputerisasi, sehingga dapat mengurangi terjadinya kesalahan dalam melakukan pencatatan, ataupun kehilangan dokumen ataupun berkas transaksi penting. Untuk para pelanggan yang sering membeli atau memesan ikan lele akan diberi tambahan diskon dengan tujuan untuk menarik pelanggan agar tetap setia membeli ikan lele di Oesapa Lele.

2. KAJIAN LITERATUR

Customer Relationship Management (CRM) merupakan hubungan kerjasama antara pihak provider dengan *customer* sehingga kedua belah pihak saling menguntungkan. Dalam hal ini lembaga tidak menekankan pada terjualnya produk, tapi lebih fokus pada interaksi secara menyeluruh dengan elemen-elemen kegiatan bisnis yang dikelola oleh lembaga. Proses memodifikasi perilaku konsumen dari waktu ke waktu dan belajar dari tiap interaksi, merubah, merawat pelanggan, dan memperkuat ikatan pelanggan dengan perusahaan [5].

Proses untuk memperoleh, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan yang paling menguntungkan [1].

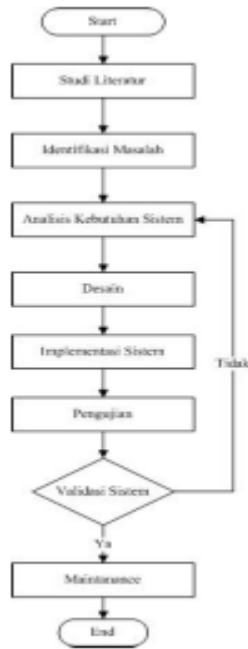
Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh [2] dalam penelitiannya yang berjudul Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN) dimana tujuan dari penelitian ini adalah CRM digunakan sebagai strategi pemasaran untuk menciptakan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan mengurangi kemungkinan pelanggan pindah ke pesaing lain. Hasilnya adalah sistem berbasis web e-CRM yang dapat mengelola data pelanggan, promosi produk, data penjualan produk dan pengelolaan layanan pelanggan yang digunakan untuk menyimpan pertanyaan pelanggan dan mengeluh untuk menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan. Aplikasi pada toko YEN-YEN diharapkan dapat menjaga hubungan baik dengan pelanggan atau mendapatkan pelanggan baru, yang akhirnya membawa manfaat bagi perusahaan.

Dan mendukung penelitian [4] yang berjudul E-CRM Berbasis Web Pada Sistem Informasi Penjualan Furniture. Pendekatan metode Customer Relationship management (CRM) melalui operasional, analitik dan kolaboratif menjadi tolak ukur dalam pembuatan situs E-CRM berbasis web agar sesuai dengan kebutuhan dalam mendapatkan hubungan yang baik dengan konsumen. Metodologi FAST (*Framework for Application of Systems Technology*) digunakan untuk pengembangan sistem aplikasi melalui pendekatan model *Driven Development strategy*. Pembuatan Rancangan sistem dengan menggunakan *Use Case Diagram* dan *Activity Diagram* serta *Entity Relationship Diagram (ERD)*. Aplikasi MySQL Server, Webserver digunakan untuk mendukung pembuatan Basis Data.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Pengambilan data primer
Pengambilan data primer dilakukan dengan :
 - a. Wawancara
Pengumpulan data dengan melakukan wawancara untuk mendapatkan data dan informasi tentang hal-hal yang dibutuhkan dalam penelitian. Yaitu dengan mewawancarai langsung pemilik Oesapa Lele tentang proses bisnis yang sedang berjalan.
 - b. Observasi merupakan penyidikan yang dilakukan secara langsung terhadap badan usaha Oesapa lele.
2. Prosedur analisis data yang dapat dilihat pada gambar 1 sebagai berikut.



Gambar 1. Flowchart prosedur analisis data

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Website Penjualan Ikan Lele merupakan sebuah perangkat lunak yang dibuat untuk mempermudah penjualan ikan lele yang ada di Oesapa Lele. Website ini juga dapat membantu dalam proses memberikan informasi dan promosi penjualan ikan lele. Selain membantu pelanggan website ini juga dapat membantu administrator dalam mengolah data ikan lele, data pelanggan, data pembelian dan data pembayaran.

1. Tampilan menu utama

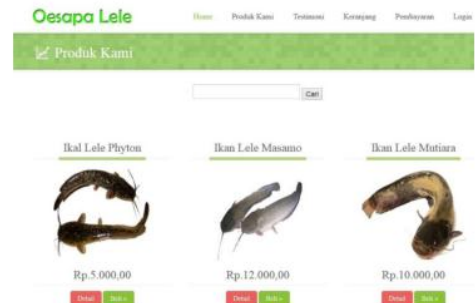
Halaman utama yang terdapat pada website ini terdiri dari beberapa menu yaitu home, produk kami, testimony, keranjang belanja dan pembayaran. Tampilan menu utama website langsung tersedia produk yang dijual oleh pihak Oesapa Lele yang ada beberapa jenis ikan lele. Jika user ingin membeli produk ikan lele maka user harus mendaftar sebagai pelanggan terlebih dahulu.



Gambar 2. Tampilan halaman utama website

2. Menu Produk Kami

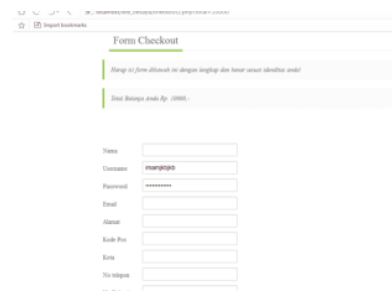
Pada menu ini akan ditampilkan segala jenis ikan lele yang diperjualkan. Semua jenis-jenis lele yang diinginkan oleh konsumen dapat dicari melalui fitur pencarian dengan memasukkan nama dari jenis ikan lele yang diinginkan.



Gambar 3. Tampilan menu jenis ikan lele

3. Menu check out

Menu checkout digunakan untuk user mendaftar sebagai pelanggan. Menu ini akan tampil ketika pelanggan telah melakukan pemilihan ikan, dalam form input data pelanggan user diwajibkan menginput data pelanggan dengan lengkap termasuk *username* dan *password* yang akan digunakan untuk login saat melakukan transaksi pembayaran.



Gambar 4. Tampilan menu input data pelanggan

4. Menu keranjang belanja

Menu ini digunakan untuk pelanggan yang ingin melakukan transaksi pemesanan atau pembelian ikan lele. Pengguna cukup memilih jenis ikan yang diinginkan dan menentukan jumlah setiap ikan lele yang dibeli.



Gambar 5. Tampilan menu keranjang belanja

5. Menu pembayaran

Menu pembayaran digunakan oleh pengguna yang sudah mendaftar sebagai pelanggan. Untuk melakukan transaksi pembayaran dapat dilakukan melalui ATM. Setelah melakukan pembayaran pelanggan dapat mengupload bukti pembayaran melalui halaman pembayaran.



Gambar 6. Tampilan menu pembayaran

6. Menu utama admin

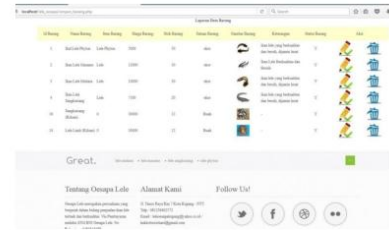
Dalam menu utama admin terdapat menu barang, pembelian, pengguna, admin dan menu logout.



Gambar 7. Halaman utama admin

7. Tampilan halaman menu barang

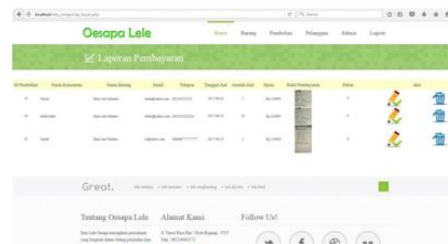
Tampilan halaman barang digunakan untuk menginput data ikan lele yang dijual.



Gambar 8. Halaman menu barang pada admin

8. Tampilan halaman menu pembelian pada admin.

Halaman ini digunakan untuk melihat daftar transaksi pembayaran yang dilakukan oleh pelanggan.



Gambar 9. Halaman menu pembelian pada admin

9. Tampilan halaman menu pelanggan

Halaman pelanggan digunakan oleh administrator untuk melihat jumlah pelanggan yang telah mendaftar melalui website.



Gambar 10. Halaman menu pelanggan pada admin

5. KESIMPULAN

Dengan adanya aplikasi penjualan berbasis website ini dapat membantu pihak Oesapa lele dalam proses penjualan dan aplikasi ini juga bermanfaat bagi pihak manajemen dalam mengontrol administrasi penjualan sehingga dapat meningkatkan omset dan promosi terhadap penjualan ikan lele.

6. REFERENSI

- [1] Aryani, D. W. I. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan, 17:114– 126.
- [2] Dyantina, O., Afrina, M., & Ibrahim, A. 2012 . Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN). *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, 4(2) : 516–529.
- [3] Indah, I. N. 2013. Pembuatan Sistem Informasi Penjualan Pada Toko Sehat jaya elektronik Pacitan. *Indonesian Jurnal on Computer Science –Speed (Ijcss)*, 10(2): 124–128.
- [4] Purwanto Heru., Achmad Sumbaryadi., Sarmai., 2018. E-CRM Berbasis Web Pada Sistem Informasi Penjualan Funiture. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*. 14(1) : 15-20.
- [5] Widjaja A. 2008. *Customer Relantionship Management : Konsep dan Kasus*. Harvarindo . Jakarta.