

PERANCANGAN APLIKASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT BERBASIS WEB PADA PD. INSIS COMPUTER

Sandy Kosasi

Staf pengajar pada STMIK Pontianak

ABSTRACT

Applications Customer Relationship Management (CRM) into the web-based alternative solution to the PD. Insis Computer order to determine and satisfy customer wants and needs, by providing creative solutions through a more personalized system, to expand the relationship is more than just an investment. But can provide services with guaranteed and targeted loyalty towards bridging ties between business and customers in the long term. Through this web-based CRM applications, expected to help the management to set and maintain good relationships with existing customers, thereby increasing company profits and productivity. This form of case study research using quasi-experimental research methods. Application design using extreme methods programming (xp). The research instrument using interview techniques, observation, questionnaires, and documentation study. Variable aspects of the research consisted of site content or content, interface, functionality and features of the web, navigation and control structure information. The design of this web-based CRM applications to produce an electronic marketing information system which has two main parts page visitors and page website administrator. This design using modularization techniques that allow a website designed can easily be developed quickly without having to change the overall structure of the website.

Keywords: *web-based CRM, Personalization customer needs, extreme programming, and modularization techniques.*

I. PENDAHULUAN

Persaingan industri jasa yang semakin ketat dengan tingkat kompleksitas yang semakin tinggi mengharuskan setiap perusahaan memikirkan terobosan-terobosan baru agar dapat tetap bertahan. Kecenderungan loyalitas pelanggan mulai memudar seiring dengan munculnya berbagai ragam produk dengan jaminan layanan yang lebih baik. Hal ini tentu membutuhkan suatu pemikiran yang komprehensif untuk menata kembali proses bisnis dan merubah paradigma dalam melayani pelanggannya. Perusahaan yang masih memiliki pemikiran hanya melihat kebutuhan para pelanggan dari sudut pandangnya sendiri lambat laun akan ditinggalkan. Untuk saat sekarang pelanggan memiliki kecenderungan perubahan perilaku dalam bertransaksi. Mereka tidak hanya membeli produk saja, tetapi selain membeli produk juga membutuhkan suatu jaminan layanan yang handal. Kecenderungan ini memperlihatkan perlunya suatu bentuk hubungan komunikasi dua arah yang mampu memberikan layanan tambahan namun tanpa adanya penambahan biaya.

Perkembangan dunia bisnis yang sangat pesat mendorong para pelaku bisnis berjuang untuk membuktikan, mempertahankan, atau bahkan meningkatkan nilai yang kompetitif. Dalam kondisi ini, sistem informasi muncul sebagai sebuah disiplin yang penting untuk menyelesaikan masalah dan pengambilan keputusan manajerial dalam sebuah infrastruktur yang terencana. Upaya strategis dalam melakukan retensi dan mempertahankan pelanggan, pihak manajemen harus segera menghasilkan sebuah sistem Customer Relationship Management (CRM) berbasis web, dimana sistem ini dapat menjembatani kebutuhan dan keinginan pelanggan sasaran secara tepat dan bersahabat tanpa batasan waktu dan tempat/asal pelanggan.

Kondisi yang demikian juga dihadapi oleh PD. Insis Computer dalam memasarkan produk dan jasa mereka. PD. Insis Computer merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan komputer dan peripheralnya untuk dalam dan luar kota. Selama ini perusahaan hanya fokus pada penjualan saja dan media untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan/masyarakat hanya menggunakan media cetak dan upaya umpan balik dalam memberikan layanan purna jual kepada pelanggan belum maksimal. Tidak adanya database pelanggan yang akurat dan kecenderungan frekuensi penjualan yang semakin menurun, pasar sasaran seringkali tidak terfokus dan kurangnya daya tanggap perusahaan terhadap keluhan pelanggan merupakan persoalan lainnya yang tidak bisa dihindari. Belum lagi dengan bertambahnya kompetitor yang lebih konsisten dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Banyaknya pelanggan beralih ke perusahaan kompetitor karena mereka dapat memahami dan membantu memecahkan permasalahan yang dihadapi pelanggan secara lebih personal. Oleh karena itu, CRM berbasis web sudah menjadi alternatif solusi yang perlu segera untuk ditindak lanjuti oleh manajemen perusahaan.

Tujuan penelitian adalah menghasilkan sebuah aplikasi CRM berbasis web untuk membantu perusahaan membina hubungan perusahaan dengan pelanggannya. Melalui aplikasi ini diharapkan hubungan pelanggan dan perusahaan tidak berakhir setelah transaksi pembelian, namun memiliki hubungan yang berkelanjutan untuk waktu yang akan datang, bahkan dapat menarik pelanggan baru lainnya. Manfaat penelitian bagi perusahaan dapat meningkatkan pelayanan kepada pelanggan sesuai kebutuhan dan membantu menciptakan hubungan yang terus menerus dengan pelanggan. Selain itu mudah mengetahui pelanggan yang akan ditindak lanjuti, mengetahui keadaan pelanggan dan dapat digunakan sebagai masukan dalam mempromosikan produk baru kepada pelanggannya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Customer Relationship Management (CRM) merupakan sebuah strategi bisnis menyeluruh dari suatu perusahaan yang memungkinkan perusahaan tersebut secara efektif dapat mengelola hubungan dengan para pelanggan. Pada hakekatnya CRM adalah sebuah konsep sederhana: mengumpulkan informasi mengenai prospek dari pelanggan, kemudian menggunakan informasi itu untuk menciptakan tawaran yang ditargetkan secara khusus (Griffin, 2002). Suatu strategi terintegrasi ke dalam budaya perusahaan dan dengan perjalanan waktu selalu diasah dan diperbaiki sesuai kebutuhan dan keinginan para pelanggannya. CRM adalah suatu strategi yang tiada hentinya untuk melayani pelanggan semakin lebih baik lagi. Sebuah CRM harus melibatkan seluruh aktivitas di dalam usaha untuk memperlakukan setiap pelanggan sedapat mungkin secara personal di setiap departemen di dalam perusahaan (Turban et al, 2008). Penerapan strategi CRM di semua tingkatan organisasi, unit kerja, dan titik kontak pelanggan dengan organisasi tersebut adalah sangat penting, untuk menjalin dan mengembangkan hubungan perusahaan dengan para pelanggannya, maupun dengan mitra bisnis lainnya (Haag, 2008).

Melalui penerapan strategi CRM, suatu perusahaan akan lebih mengenal pelanggannya dan lebih memusatkan penjualan produk, serta peningkatan pelayanan kepada pelanggan yang lebih memiliki prospek keuntungan jangka panjang. Memahami pelanggan atau segmen pelanggan secara lebih mendalam akan memudahkan perusahaan untuk mengoptimalkan keuntungan dan meminimalkan resiko bisnis. Sistem ini menelusuri semua cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggannya untuk memaksimalkan nilai hidup pelanggan tersebut bagi perusahaan.

Sistem CRM dapat membantu organisasi dalam berbagai hal berikut ini. Pertama, mengidentifikasi berbagai penjualan dari database pelanggan lama atau pelanggan potensial sehingga perusahaan memiliki pengetahuan pelanggan yang akurat mengenai keinginan dan kebutuhan secara personal. Kedua, membantu seluruh aspek penjualan seperti memberikan akses online pada status pesanan dan penelaahan status pelanggan ketika proses penjualan telah lengkap sehingga dapat menghindari terjadinya kekosongan produk. Ketiga, mengumpulkan informasi mengenai pelanggan dan penjualan yang mereka buat untuk segera diproses untuk menghindari terjadinya waktu tunggu yang tidak efektif. Keempat, dapat diintegrasikan dengan basis data yang relevan dan aplikasi manajemen rantai pasokan untuk membantu mengalokasikan berbagai sumberdaya. Kelima, memantau pola-pola tidak normal atau bila pelanggan mengurangi menggunakan produk yang ditawarkan agar kebutuhan yang ditawarkan selalu terkini (Cook, 2002).

Informasi-informasi yang dimiliki mengenai pelanggan dapat digunakan untuk meningkatkan pelayanan bila seluruh bagian yang berhubungan langsung dengan pelanggan dapat menerima informasi yang sama (O'Brien, 2007). Selain itu perusahaan dengan sistem CRM yang efektif dapat meraih berbagai keuntungan, termasuk meningkatkan kepuasan pelanggan, mengurangi biaya pemasaran langsung, pemasarannya lebih efektif, dan biaya untuk mendapatkan pelanggan dan mempertahankannya menjadi lebih rendah. Informasi dari sistem CRM meningkatkan pendapatan dari penjualan dengan cara mengidentifikasi pelanggan dan segmen yang paling menguntungkan. Pelanggan yang berhenti dapat dikurangi seiring membaiknya respons dari penjualan, layanan, dan pemasaran terhadap kebutuhan-kebutuhan konsumen (Laudon & Laudon, 2007).

Tingkat kegagalan CRM biasanya terkait dengan alasan-alasan budaya, seperti departemen internal tidak bersedia berbagi informasi (Cook, 2002). Bagi Perusahaan jasa, karyawan yang berhadapan langsung dengan pelanggan merupakan faktor kunci keberhasilan meningkatnya pelayanan terhadap pelanggan. Pelanggan yang tidak mendapatkan layanan yang baik tidak menyalahkan karyawan sebagai individu, tetapi menyalahkan perusahaan secara keseluruhan (Cook, 2002). Karyawan harus mendapatkan latihan dan perhatian yang memadai dari pihak manajemen perusahaan sebelum mereka berhadapan langsung dengan pelanggan. Oleh karena itu, perancangan sebuah CRM sangat ditentukan oleh tiga faktor utama, yaitu manusia, proses, dan teknologi. Manusia merupakan faktor utama, karena CRM sebenarnya adalah upaya untuk mengelola hubungan atau relasi antar manusia secara personal dan manusiawi. Proses merupakan suatu prosedur yang membantu manusia untuk lebih mengenali dan menjalin hubungan dekat dengan pelanggan. Sementara teknologi digunakan untuk lebih membantu mempercepat dan mengoptimalkan faktor manusia dan proses dalam aktivitas CRM sehari-hari.

Berhasilnya perancangan sistem CRM berbasis web juga harus memiliki beberapa alat inovatif seperti berikut ini Halaman web yang dipersonalisasi, artinya pelanggan bisa mendapatkan secara langsung informasi khusus yang dibutuhkan dan pihak perusahaan juga dapat memasukan informasi ke pelanggan. FAQ, merupakan fasilitas sederhana untuk menangani berbagai pertanyaan yang sama. E-Mail dan respons otomatis, dapat menjawab berbagai pertanyaan pelanggan secara otomatis, Ruang chatting, dimana pelanggan dapat mendiskusikan pengalaman mereka berbelanja, memiliki pusat panggilan, dan alat pemecahan masalah dapat membantu pelanggan mengatasi masalah yang dihadapi (Greenberg, 2002).

Untuk menghasilkan sebuah sistem CRM yang memiliki unsur solusi kreatif agar dapat meningkatkan kinerja perusahaan jasa, maka memerlukan beberapa fasilitas atau fungsi berikut ini. Adapun fasilitas-fasilitas tersebut adalah memiliki fasilitas untuk diskusi, pemeliharaan data pelanggan perusahaan, data alamat yang dapat dihubungi, daftar klien, katalog produk yang ditawarkan, memuat berita tentang perusahaan dan informasi mengenai produk-produk baru, fitur-fitur produk, profil perusahaan secara lengkap, memuat daftar harga yang terkini, memiliki form keluhan pelanggan, konfigurasi dan visualisasi produk, troli, konversi mata uang, fasilitas surat elektronik, memiliki fasilitas komunikasi dua arah secara langsung, dan statistik pengunjung yang melakukan transaksi (Patricia Seybold Group (2002).

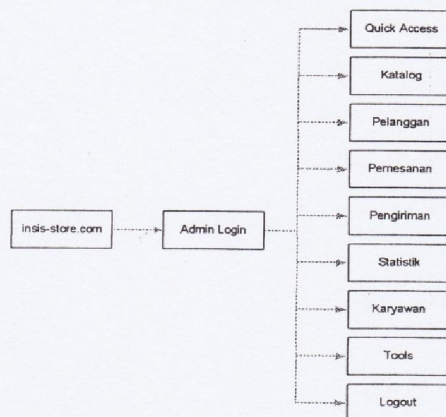
III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini berbentuk studi kasus dengan metode penelitian eksperimen semu pada PD-Insis Computer. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, daftar pertanyaan dan mempelajari dokumen-dokumen. Instrumen dan variabel penelitian terdiri dari aspek konten atau isi website, antarmuka, fungsionalitas dan fitur-fitur web, struktur navigasi dan pengendalian informasi. Sementara untuk perancangan aplikasi CRM menggunakan metode extreme programming (xp). Metode ini memiliki empat tahap penting yang harus dilakukan secara sistematis, yaitu tahap perencanaan xp, perancangan xp, pengkodean xp, dan pengujian xp. Semua tahap ini merupakan satu kesatuan untuk mendapatkan suatu model yang representatif dan setiap langkah ini dapat ditelusuri mengenai arsitektur dalam pembuatan aplikasi CRM berbasis web ini.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perancangan aplikasi CRM berbasis web dirancang untuk membantu karyawan dalam meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan, dengan cara membantu para salesman atau tenaga pemasaran mengelola waktu mereka untuk menghubungi sejumlah pelanggan yang dipercayakan kepada mereka untuk dilayani sehingga hubungan dengan pelanggan tidak berhenti sampai pada tahap penjualan saja. Sistem juga dirancang untuk memberikan kemudahan bagi salesman di dalam melihat historis transaksi yang telah/pemah dilakukan oleh pelanggan, serta dapat berfungsi untuk menawarkan produk kepada pelanggan baru atau pelanggan potensial.

Perancangan Halaman Administrator



Gambar 4.1 Tampilan Struktur Halaman Administrator

1. Halaman Login Admin

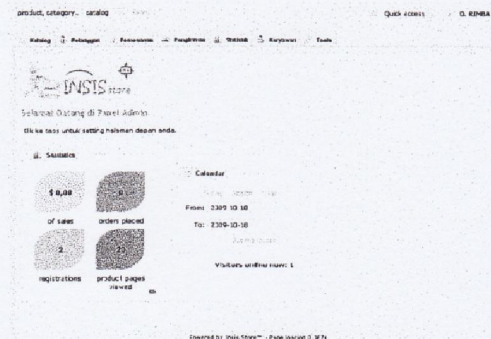
Halaman login admin adalah halaman pertama yang akan ditampilkan saat mengakses direktori admin di <http://insis-store.com/cp-admin/>. Pada halaman ini akan diminta untuk menginputkan username dan password yang diinput melalui sebuah form login. Saat tombol login diklik, maka proses login dan pembentukan session dilakukan. Jika tidak berhasil, maka halaman login akan ditampilkan kembali.



Gambar 4.2 Tampilan Halaman Login Admin

2. Halaman Admin

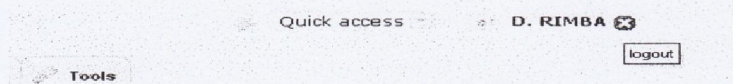
Halaman admin adalah halaman utama pada saat berhasil login sebagai admin. Halaman ini menampilkan history pelanggan dan pesanan yang masih dalam status pending dan processing, serta adanya pilihan bahasa yang ingin digunakan.



Gambar 4.3 Tampilan Halaman Admin

3. Halaman Logout

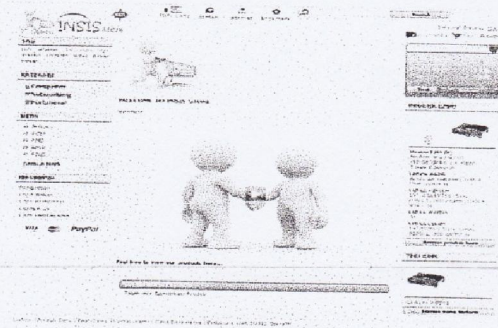
Halaman logout adalah halaman yang berisi informasi bahwa user admin sudah sukses logout dan dipersilahkan login kembali, bila ingin mengakses kembali. Pada kondisi ini, tombol back tidak dapat berfungsi lagi, karena session user admin sudah dihapus ketika menekan tombol logout.



Gambar 4.4 Tampilan Halaman Katalog

4. Halaman Katalog Online

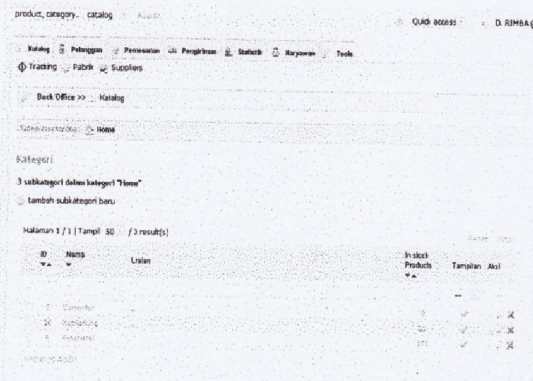
Halaman katalog online adalah halaman dari e-CRM pada PD. Insis Computer, dengan adanya halaman ini maka akan mempermudah pengguna untuk melihat hasil dari tambah, edit, hapus dari data oleh admin.



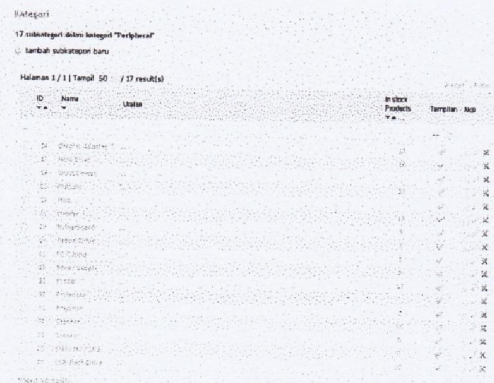
Gambar 4.5 Tampilan Halaman Katalog Online

5. Halaman Katalog

Halaman katalog adalah halaman yang berisi semua tentang produk yang ada di database. Halaman ini mengatur tentang kategori dari produk yang akan dijual. Halaman ini bisa menambah kategori-kategori yang ada di produk dan akan langsung di tampilkan di e-CRM.



Gambar 4.6 Tampilan Halaman Kategori



Gambar 4.7 Tampilan Halaman Sub-Kategori

Produk pada kategori ini

5 produk di kategori "Graphic Adapter"

[tambah produk baru](#)

Halaman 1 / 1 | Tampil 50 / 5 result(s)

ID	Foto	Nama	Referensi	Harga Dasar	Harga Final	Jumlah	Produk	Tampil	Aksi
13		ASUS G5500GT		1.124.000	1.024.000	1	✓	✗	✗
14		ASUS G5500GT		1.140.000	1.040.000	1	✓	✗	✗
15		ASUS G5500GT		1.120.000	1.020.000	1	✓	✗	✗
16		ASUS G5500GT		1.124.000	1.024.000	1	✓	✗	✗
17		ASUS G5500GT		1.124.000	1.024.000	1	✓	✗	✗

[tampilkan semua](#)

Gambar 4.8 Tampilan Halaman Produk

Back Office >> Katalog >> Produk

[tambah](#)

Halaman 1 / 1 | Tampil 20 / 30 result(s)

ID	Nama	Logo	Address	Produk	Aksi
1	ASUS		1	1	✗
2	ASUS		1	1	✗
3	ASUS		1	1	✗
4	ASUS		1	1	✗
5	ASUS		1	1	✗
6	ASUS		1	1	✗
7	ASUS		1	1	✗
8	ASUS		1	1	✗
9	ASUS		1	1	✗
10	ASUS		1	1	✗

Gambar 4.9 Tampilan Halaman

6. Halaman Modules

Halaman modules adalah halaman yang mengatur proses transaksi mengenai cara pembayaran, pengiriman barang, dan total pesanan dimana disetiap menu tersebut terdapat modul-modul yang bisa digunakan sesuai keperluan.

7. Halaman Pelanggan

Halaman pelanggan adalah halaman mengatur tentang data pelanggan, pemesanan, dan pembelian barang.

Back Office >> Pelanggan

Tambah

Halaman 1 / 1 | Tampil 50 / 4 result(s)

ID	Kelamin	Nama Belakang	Nama Depan	Alamat email	Age	Adm	News	Opt	Registration	Connection	Aksi
4	♂	ROSA	Savitri	saTerni@telkom.com	22	✓	✗	✗	2009-11-07	2009-11-07 02:34:50	✗
5	♂	KUNO	Fitri	fitri@kuno.net	20	✓	✓	✓	2009-11-17		✗
6	♂	NATHANIEL	Sey	seyn@nathanial.com	22	✓	✗	✗	2009-10-18	2009-11-18 19:15:51	✗
7	♂	DOB	John	john@nathanial.com	24	✓	✓	✓	2009-10-17	2009-11-18 19:04:42	✗

Hasilnya dapat

Gambar 4.10 Tampilan Halaman Pelanggan

Back Office >> Pelanggan >> Alamat

Tambah

Halaman 1 / 1 | Tampil 20 / 4 result(s)

ID	Nama Depan	Nama Belakang	Alamat	Kode Pos	Kota	Negara	Aksi
2	DOB	NATHANIEL	5. Pondok Gd. Kelapa Gd. RT	17131	Pondok Gd.	Indonesia	✗
3	DOB	JOHN	5. Pondok Gd. Kelapa Gd. RT	17131	Pondok Gd.	Indonesia	✗
4	DOB	JOHN	5. Pondok Gd. Kelapa Gd. RT	17131	Pondok Gd.	Indonesia	✗

Powered by Inks Store™ - Page loading 0.00s

Gambar 4.11 Tampilan Halaman Alamat Pelanggan

Back Office >> Pelanggan >> Trolis

Halaman 1 / 1 | Tampil 50 / 21 result(s)

ID	Customer	Total	Carrier	Date
21	S. NATHANIEL	Rp. 24	My carrier	2009-11-26 14:20:00
20	S. NATHANIEL	Rp. 20	My carrier	2009-11-26 14:20:00
19	S. NATHANIEL	Rp. 20	My carrier	2009-11-26 14:20:00
18	S. NATHANIEL	Rp. 63	My carrier	2009-11-26 14:20:00
17	S. NATHANIEL	Rp. 0.00	--	2009-11-26 14:20:00
16	S. NATHANIEL	Rp. 102	My carrier	2009-11-26 14:20:00
15	S. NATHANIEL	Rp. 4.100	My carrier	2009-11-17 02:35:00
14	S. NATHANIEL	Rp. 0	--	2009-11-06 14:11:37
13	S. NATHANIEL	Rp. 0.00	My carrier	2009-11-06 14:11:37
12	S. NATHANIEL	Rp. 0.00	My carrier	2009-11-06 14:11:37
11	--	Rp. 0.00	--	2009-11-06 14:11:37
10	S. NATHANIEL	Rp. 0	My carrier	2009-10-26 14:11:37
9	--	0	--	2009-10-26 14:11:37
8	S. NATHANIEL	0	--	2009-10-26 14:11:37
7	S. NATHANIEL	0	My carrier	2009-10-26 14:11:37
6	S. NATHANIEL	0	My carrier	2009-10-26 14:11:37
5	S. NATHANIEL	Rp. 0	--	2009-10-26 14:11:37
4	S. NATHANIEL	Rp. 0	--	2009-10-26 14:11:37
3	S. NATHANIEL	Rp. 0	--	2009-10-26 14:11:37
2	S. NATHANIEL	Rp. 0	My carrier	2009-10-26 14:11:37
1	--	0	--	2009-10-26 14:11:37

Gambar 4.12 Tampilan Halaman Trolis Pelanggan

8. Halaman Laporan

Halaman laporan adalah halaman yang berisi tentang produk yang sering di klik, produk yang paling banyak terjual, dan melihat pelanggan yang paling banyak membeli barang di e-CRM ini.

Back Office >> Pemesanan >> Faktur

Print PDF invoices

From: 2009-11-29
Format: 2009-11-29 (induslady)

To: 2009-11-29
Format: 2009-11-29 (induslady)

Generate PDF file

* Required fields

INSIS store

No.Faktur IN000005

Pengantaran
Dua
Sag NATHANIEL
Jl. Panjara Gg. Balok No. 99
78111 Pekanbaru
Indonesia

Pembuatan Faktur
Dua
Sag NATHANIEL
Jl. Panjara Gg. Balok No. 99
78111 Pekanbaru
Indonesia

No.FakturIN000005 Dan 2009-11-29		
Order #000010	Pengantar: My carrier	Metode Pembayaran: Cash on delivery (COD)

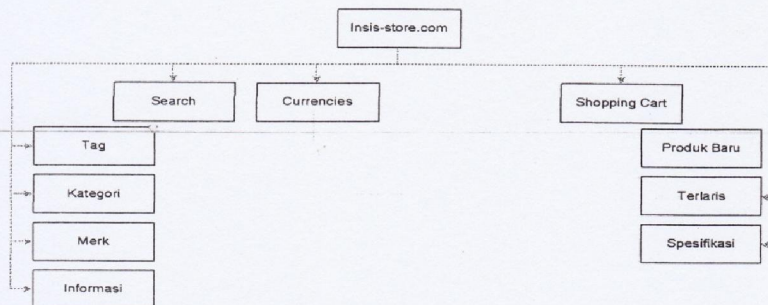
Urutan	Referensi	Hrg.Sat	Jumlah sebelum pajak	Total
Linksys AG241		Rp. 594.405	1	Rp. 594.405
Total products (tax excl.):				Rp. 594.405
Total products (tax incl.):				Rp. 594.405
Biaya Pengiriman:				Rp. 60.045
Jumlah + Pajak:				Rp. 650.450

Detail pajak	Pajak %	Jumlah sebelum pajak	Total Pajak	Jumlah + Pajak
No tag				

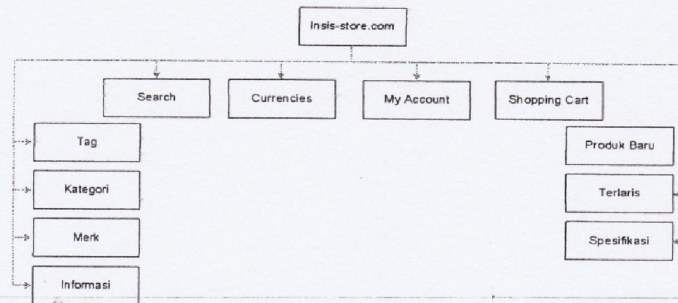
Gambar 4.13 Tampilan Halaman Laporan Penjualan

Perancangan Halaman Pengunjung

1. Struktur Navigasi Halaman Pengunjung



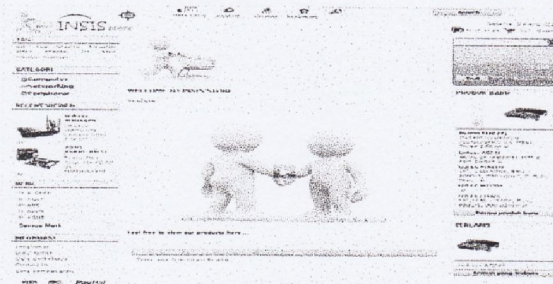
Gambar 4.14 Tampilan Struktur Halaman Pengunjung Sebelum Login



Gambar 4.15 Tampilan Struktur Halaman Pengunjung Setelah Login

2. Perancangan File Induk Halaman Pengunjung

Pada bagian header, ditampilkan nama PD. Insis Computer. Menu Home digunakan untuk kembali ke halaman awal dan menampilkan posisi alamat yang dikunjungi oleh pengunjung. Pada bagian header juga terdapat menu Akun Saya, Troli, dan Checkout. Pengunjung dapat melihat barang yang jual pada bagian kategori, di bagian ini terdapat menu-menu yang saat diklik akan memunculkan sub menu sesuai kategori. Selain itu, pengunjung juga dapat mengakses menu-menu lainnya yang terletak dibagian left sidebar dan right sidebar website.



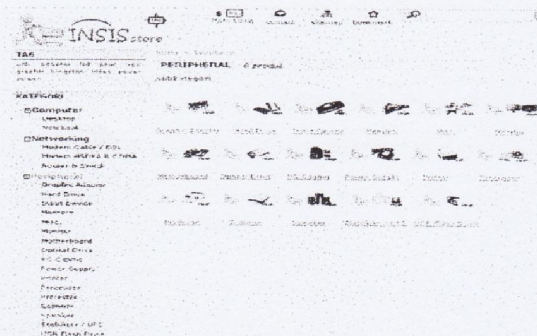
Gambar 4.16 Tampilan Halaman Pengunjung

3. Fitur-fitur Halaman Pengunjung

Berikut ini adalah penjelasan dari fitur-fitur yang muncul pada left sidebar, middle content, dan right sidebar pada halaman pengunjung.

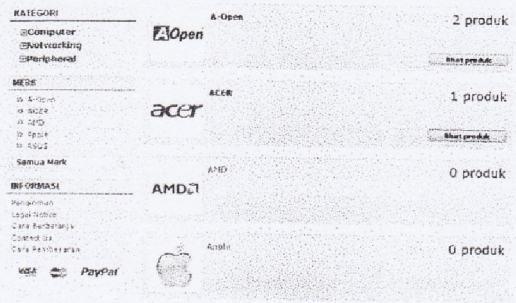
a. Kategori

Menu ini digunakan mencari barang yang diinginkan oleh pengunjung. Pada saat di klik salah satu kategori maka akan muncul tampilan baru di middle content.



Gambar 4.17 Tampilan Halaman Kategori

b. Merk



Gambar 4.18 Tampilan Halaman Merk

c. Produk baru



Gambar 4.19 Tampilan Halaman Produk Baru

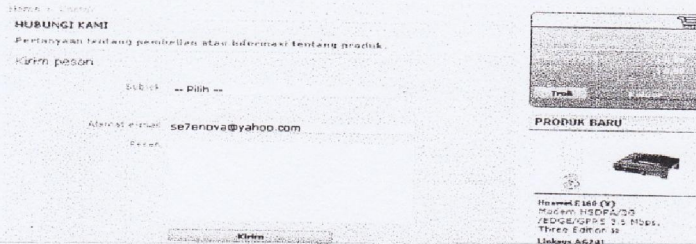
d. Search

Search menggunakan pencarian berdasarkan nama produk. Inputkan kata kunci produk yang ingin di cari. Kata kunci yang diinputkan akan dicocokkan dengan setiap item produk di database. Bila didapatkan kecocokan, maka dimunculkan hasil pencarian berupa daftar produk lengkap dengan gambar dan datanya.



Gambar 4.20 Tampilan Halaman Search

e. Kontak kami



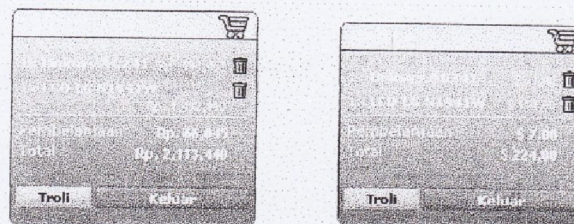
Gambar 4.21 Tampilan Halaman Kontak Kami

f. Trolley



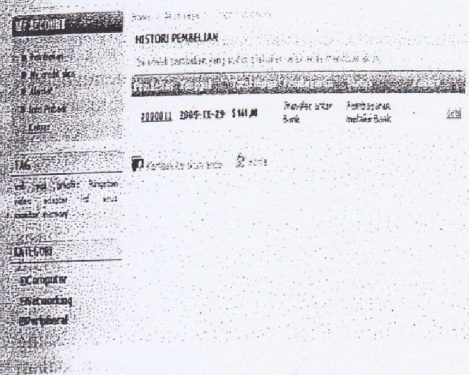
Gambar 4.22 Tampilan Halaman Trolley

g. Mata uang

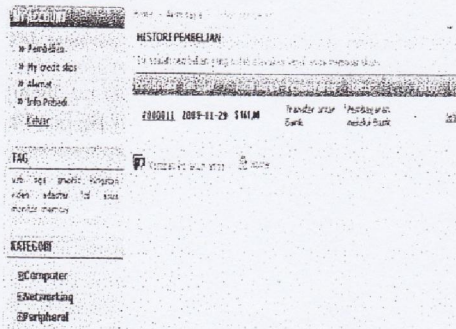


Gambar 4.23 Tampilan Metode Pembayaran

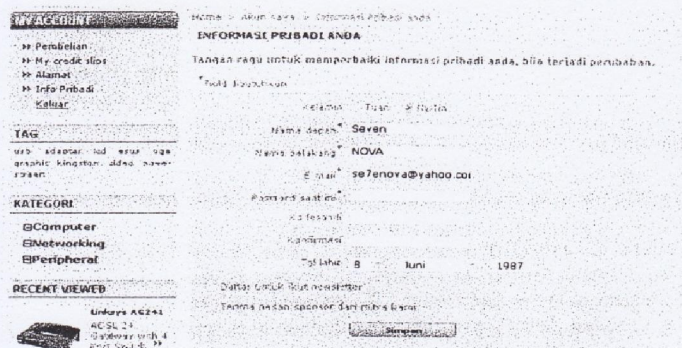
Menu ini digunakan untuk melihat histori pembelian dan mengubah pengaturan account pelanggan, serta bagi pelanggan yang ingin mengganti password bisa memasukkan password yang baru.



Gambar 4.24 Tampilan Histori Pembayaran



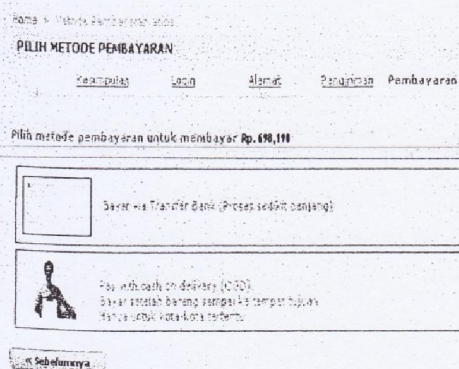
Gambar 4.25 Tampilan Alamat Pelanggan



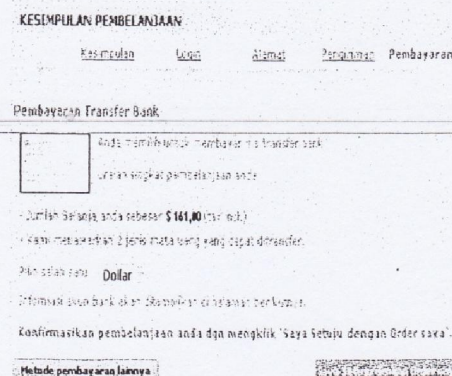
Gambar 4.26 Tampilan Informasi Pribadi Pelanggan

b. Checkout

Menu ini digunakan untuk proses pembayaran. Metode pembayaran ada tiga yaitu Transfer Bank dan Cash On Delivery. Pelanggan bisa memilih cara pembayaran yang mereka inginkan.



Gambar 4.27 Tampilan Metode Pembayaran



Gambar 4.28 Tampilan Persetujuan Pemesanan

VI. KESIMPULAN

Sistem CRM berbasis web pada perusahaan PD. Insis Computer memiliki kemampuan yang mudah digunakan dan bersahabat serta memiliki fasilitas interaktif yang sangat menarik sehingga memudahkan pengguna dalam mengakses sistem ini. Sistem ini digunakan oleh pengguna secara umum dan pelanggan yang menjadi alat bantu komunikasi dengan perusahaan. Sistem CRM berbasis web ini setiap saat bisa diakses oleh perusahaan dan pelanggan melalui jaringan internet. Manajemen perusahaan setiap saat dapat mengetahui berbagai informasi penting seperti pemesanan dan penjualan produk, komentar dan masukan dari pelanggan, sistem layanan prima jual yang ditawarkan, monitoring jadwal pengiriman, kondisi produk setelah diterima pelanggan dan memantau keluhan pelanggan serta menindak lanjuti permasalahan dari setiap pelanggan. Penerapan CRM berbasis web ini juga memudahkan pihak manajemen dalam melakukan koordinasi antar semua unit proses bisnis terkan sehingga pengambilan keputusan dapat menjadi lebih tepat dan sesuai dengan kebutuhan pasar.

Sistem CRM ini masih perlu dikembangkan lebih lanjut mengingat kondisi lingkungan dan pasar yang berkembang terus, karena perilaku pelanggan yang mudah berubah seiring dengan munculnya pesaing-pesaing potensial dalam produk sejenis. Perlunya memperhatikan dan mengawasi sistem keamanan pelanggan dalam melakukan transaksi dan melakukan pembayaran, karena kedua aspek ini sangat berpengaruh sekali pada sikap kepercayaan dan keyakinan dari setiap pelanggan. Resiko kegagalan melakukan transaksi dan terjadinya kecerobohan dalam menangani pembayaran serta pencurian data pelanggan dapat menyebabkan kerugian yang sangat fatal, dimana pelanggan akan beralih kepada perusahaan lain.

VII. DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Beck, Kent., *Extreme Programming Explained: Embrace Change*, Addison-Wesley, 1999.
- [2]. Cook, Sarah., *Customer Care Excellence*, Penerbit PPM, Jakarta, 2004.
- [3]. Griffin, Jill. *Customer Loyalty*, Erlangga, Jakarta, 2003.
- [4]. Greenberg, P., *CRM at the Speed of Light: Capturing and Keeping Customers in Internet Real Time*, Edisi 2, New York, McGraw-Hill, 2002.
- [5]. Haag, Baltzan, and Phillips., *Business Driven Technology*, 2th, McGraw-Hill Inc., 2008.
- [6]. Hoffer, G. et al., *Modern Systems Analysis and Design*, 5th, Pearson Education Inc., 2008.
- [7]. Kendall and Kendall., *System Analysis And Design*, 7th, Pearson Education Inc., 2008.
- [8]. Laudon, Kenneth C., and Laudon, Jane P., *Management Information Systems: Managing The Digital Firm*, 10th, Pearson Education International, 2007.
- [9]. Kurniawan, Yahya., *Aplikasi web Database dengan PHP dan MySQL*, Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Jakarta, 2002.
- [10]. Motiwalla and Thompson., *ES for Management*, Pearson Education, Inc., 2009.
- [11]. O'Brien, James A. and Marakas, George M., *Enterprise Information Systems*, 13th Edition, McGraw-Hill/Irwin International Edition, 2007.
- [12]. Patricia Seybold Group., *An Executive's Guide to CRM*, Boston, MA: Patricia Seybold Group, 2002.
- [13]. Sunyoto, Andi., *AJAX: Membangun Web dengan Teknologi Asynchronous JavaScript & XML*, Andi Yogyakarta, Yogyakarta, 2007.
- [14]. Turban, King, McKay, Marshall, Lee, and Viehland., *Electronic Commerce 2008: A Managerial Perspective*, Pearson Education Inc., 2008.