

Rancang Bangun *E-Commerce* Pada Apotek Jojo Dengan Menggunakan Metode *Customer Relationship Management* (CRM) Berbasis *Responsive Web*

Ricky Irmansyah¹, Zanial Mazalisa², Suyanto³
Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bina Darma
Jalan Jenderal Ahmad Yani No.12 Palembang
Email :Ricky.irmansyah@yahoo.com, suyanto@binadarma.ac.id, zanial@gmail.com

Abstrak.Toko Apotek Jojo adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan obat berbagai macam obat di jual disana yang beralamat di JL.RE Martadinata NO. 23 Lemabang Palembang Selama ini toko Apotek Jojo dalam penjualan obat sangat maju dan memiliki banyak pelanggan dan masih bersipat konvensional dan belum memiliki layanan penjualan online dan pelayanan pelanggan yang baik, Untuk itu diperlukan sebuah sistem informasi Customer Relationship Management (CRM) yang bisa memberikan informasi dan layanan yang diperlukan pelanggan dan data keinginan pelanggan sehingga dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian ini adalah sistem E-Commerce berbasis responsif web yang dapat mengelola data pelanggan, promosi produk, penjualan produk dan pengelolaan layanan pelanggan yang digunakan untuk menyimpan pertanyaan pelanggan dan keluhan.tersebut. Aplikasi ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi perusahaan khususnya pada hubungan dengan pelanggan atau mendapatkan pelanggan baru, yang akhirnya membawa judul penelitian ini yang dapat dipilih yaitu “**Rancang Bangun E-Commerce Pada Apotek Jojo Dengan Menggunakan Metode Customer Relationship Manajemen (CRM) Berbasis Responsif Web**”.

Kata kunci: apotek, *E-commerce*, *Customer Relationship Management*, *Responsive Web*..

1. Pendahuluan

Pada saat ini informasi sangat dibutuhkan terutama perkembangan teknologi khususnya teknologi informasi yang berkembang dengan sangat pesat sehingga banyak perusahaan ataupun instansi yang memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut, terutama yang berhubungan dengan kegiatan yang ada didalam perusahaan. Teknologi informasi yang dimanfaatkan terutama dalam hal untuk kegiatan perusahaan adalah internet. Internet telah banyak digunakan untuk dunia usaha dan telah memberikan banyak kelebihan didalam usaha yang meningkatkan kapabilitas dalam mencapai peningkatan untuk dapat menjual produk secara luas. Pemanfaatan internet dalam usaha merupakan cara yang inovatif bagi suatu perusahaan untuk memasuki pasar dalam dunia maya yang memanfaatkan berbagai kegiatan bisnis dilakukan secara elektronik yaitu melakukan suatu usaha dengan mudah dan kegiatan penjualan dapat dilakukan hanya dengan melalui sebuah *website* yang secara *online*.

Apotek Jojo merupakan sebuah toko yang bergerak di bidang penjualan obat berbagai macam obat dijual disana baik obat yang dijual secara umum maupun obat dari resep dokter. Apotek Jojo berlokasi di Jl. RE Martadinata No. 23 Lemabang Palembang. Dalam melakukan aktivitasnya, Apotek Jojo masih menggunakan penyampaian informasi yang belum secara sistematis dalam proses

pemasaran, promosi maupun memperkenalkan produk yang dijual ke masyarakat luas terutama pelanggan sehingga masih bersifat pasif dalam kegiatannya. Tapi dalam segi penjualan Apotek Jojo yang sebelumnya telah berjalan dengan baik dan telah banyak membawa pelanggan untuk membeli obat ke Apotek Jojo tersebut. Kebutuhan informasi pelanggan saat ini yang harus dimaksimalkan untuk menjaga pelanggan agar tidak berpindah ke apotek lain dan memperkenalkan produk apa saja yang dijual ke masyarakat luas untuk memperoleh informasi terbaru sehingga mampu meningkatkan penjualan apotek tersebut.

Solusi yang diajukan untuk mengatasi masalah pada Apotek Jojo mengembangkan penjualan dalam usahanya serta menjaga pelanggannya yaitu melalui *e-commerce* atau penjualan secara *online* dengan menyediakan media dalam mempromosikan produk yang dijual kepada pelanggan dan masyarakat luas. *E-commerce* adalah perdagangan elektronik dimana untuk transaksi perdagangan baik membeli maupun menjual dilakukan melalui elektronik pada jaringan internet. Ini dilakukan Karena semakin banyaknya persaingan antar perusahaan yang menawarkan produk sama seperti Apotek Jojo. Oleh karena itu, dengan adanya *e-commerce* dapat mengurangi biaya dalam hal pemasaran dan promosi dengan menggunakan brosur, pamflet dan sebagainya. Pada apotek lain dalam hal pemasaran hanya menggunakan brosur dan pamflet sehingga pada Apotek Jojo ini untuk menjaga persaingan dengan apotek lain dalam pemasaran dan promosi selain menggunakan brosur dan pamflet juga digunakan *e-commerce* sebagai pendukung untuk menjualnya secara luas tanpa harus menambah biaya lagi. Sangat penting bagi Apotek Jojo untuk menjaga pelanggannya dan mendapatkan pelanggan-pelanggan baru dengan berbagai macam strategi yang digunakan dalam bisnis penjualan ini melalui *website*. Strategi yang akan digunakan adalah konsep *Customer Relationship Management*(CRM). CRM adalah suatu aktivitas yang melibatkan seluruh sumber daya manusia untuk mempertahankan pelanggan yang ada, yaitu suatu strategi mengelola dan menjaga hubungan dengan pelanggan dan suatu usaha untuk memperoleh pelanggan serta meningkatkan pelayanan di Apotek. Pelanggan saat ini bukan hanya sebagai sumber pendapatan yang dimiliki perusahaan namun juga sebagai aset jangka panjang yang perlu dipertahankan dengan melalui CRM. Dengan memberikan layanan secara personal sehingga dapat memiliki kepuasan yang tinggi pada pelanggan yang diharapkan akan terjalin *value chain* yang kuat di antara mereka melalui *customer relationship*. *Web responsive* merupakan salah satu yang akan digunakan pada rancang bangun *e-commerce* yang menggunakan metode *Customer Relationship Management* dalam penerapannya agar desain yang akan dihasilkan dapat lebih baik lagi sehingga menarik perhatian dan mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi pembelian pada *website* tersebut.

2. Metodologi Penelitian

2.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini dimulai pada bulan Oktober 2015 sampai Januari 2016. Lokasi penelitian ini dilakukan di Apotek Jojo yang beralamat di Jl. RE Martadinata No. 23 Lemabang Palembang.

2.2 Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini termasuk dalam penelitian *Deskriptif*. Metode *Deskriptif* adalah penelitian yang dirancang untuk mendeskripsikan karakteristik dari sebuah populasi atau fenomena apa adanya. Hasil penelitian ini akan

mendeskripsikan mengenai CRM (*Customer Relationship Management*) dan tujuannya serta aplikasinya dalam industri manufaktur dan jasa.[1]

2.3 Metode Pengumpulan Data

Untuk pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah :

1. Observasi
Melakukan pengamatan secara langsung ke Apotek Jojo untuk pencatatan data dan informasi agar dapat mengetahui semua informasi yang dianggap penting untuk dijadikan bahan masukan pembuatan rancang bangun *E-commerce* pada Apotek Jojo dengan Metode *Customer Relationship Management*.
2. Wawancara
Untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan oleh penulis dalam metode wawancara ini kegiatan yang dilakukan adalah melakukan tanya jawab dengan bagian administrasi apotek yang berhubungan dengan data yang dibutuhkan.
3. Studi Pustaka
Untuk melengkapi data-data yang diperlukan dalam penelitian ini penulis melakukan pencarian lewat literature-literature seperti buku, artikel, jurnal yang berhubungan dengan penelitian.

2.4. Metode Pengembangan Sistem

Metode pengembangan sistem yang digunakan pada penelitian ini adalah *prototype*. *Prototype* digunakan untuk mendefinisikan spesifikasi kebutuhan perangkat lunak, tapi tidak untuk seluruh proses pengembangan seluruh sistem perangkat lunak. Model *prototype* cocok digunakan untuk menjabarkan kebutuhan pelanggan secara detail karena pelanggan sering kali kesulitan menyampaikan kebutuhannya secara detail tanpa melihat gambaran yang lebih jelas. Untuk mengantisipasi agar proyek dapat berjalan sesuai dengan target waktu dan biaya di awal, maka sebaiknya spesifikasi kebutuhan sistem harus sudah disepakati oleh pengembang dengan pelanggan secara tertulis.[2]

Tahapan-tahapan dalam model *prototype* yaitu.

Pendekatan *Prototyping* melewati tiga proses, yaitu pengumpulan kebutuhan, perancangan, dan evaluasi *Prototype*. Proses-proses tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengumpulan kebutuhan: *developer* dan klien bertemu dan menentukan tujuan umum, kebutuhan yang diketahui dan gambaran bagian-bagian yang akan dibutuhkan berikutnya
2. Perancangan: perancangan dilakukan cepat dan rancangan mewakili semua aspek *software* yang diketahui, dan rancangan ini menjadi dasar pembuatan *prototype*;
3. Evaluasi *Prototype*: klien mengevaluasi *prototype* yang dibuat dan digunakan untuk memperjelas kebutuhan *software*.

Perulangan ketiga proses ini terus berlangsung hingga semua kebutuhan terpenuhi. *prototype-prototype* dibuat untuk memuaskan kebutuhan klien dan untuk memahami kebutuhan klien lebih baik.[3]

3. HASIL

3.1 Halaman Produk/Halaman Depan

Halaman depan/produk merupakan sebuah yang menampilkan informasi mengenai produk yang tersedia kepada pelanggan



Gambar 1 Halaman Depan/Produk

3.2 Halaman Data Pemesanan

Halaman data pemesanan merupakan sebuah halaman dimana semua data obat di inputkan oleh admin. Semua data pemesanan yang diinputkan akan di simpan di dalam database yang kemudian data nya akan di gunakan untuk menampilkan data pemesanan pelanggan.



Gambar 2 Halaman Data Pemesanan

3.3 Halaman Laporan Barang Perkategori

Halaman laporan barang perkategori merupakan sebuah halaman yang menampilkan kategori obat apa yang tersedia.



Gambar 3 Halaman Laporan Barang Perkategori

4. SIMPULAN

Berdasarkan uraian pembahasan analisis dan pengujian yang telah dilakukan, maka dapat di ambil kesimpulan terhadap Rancang Bangun *E-Commerce* sebagai berikut :

1. Rancang Bangun *E-Commerce* ini dibangun dengan menggunakan metode *Prototype*. Metode *Prototype* memiliki tahapan-tahapan sebagai berikut, yaitu yaitu tahapan pengumpulan kebutuhan, tahapan perancangan, dan tahapan evaluasi *Prototype*.
2. Rancang Bangun *E-Commerce* ini dibangun dengan menggunakan metode *Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Responsive Web*, yaitu sebagai metode dalam mempertahankan pelanggan yang ada, suatu strategi mengelola dan menjaga hubungan dengan pelanggan, suatu usaha untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan
3. Rancang Bangun *E-Commerce* yang dibangun ini memberikan kemudahan dalam proses promosi pemasaran di Apotek Jojo.
4. Penelitian ini menghasilkan sebuah Rancang Bangun E-commerce untuk membantu proses pemasaran produk yang ada di Apotek Jojo
5. Implementasi strategi e-CRM ini diharapkan Apotek Jojo dapat mengenal pelanggannya dengan baik dan dapat memusatkan penjualan produk pada selera pelanggan serta meningkatkan pelayanan pada pelanggannya

Referensi

- [1] Pressman RS. 1997. *Rekayasa Perangkat Lunak*. Edisi ke-2. LN Harnaningrum, penerjemah: Yogyakarta: Andi. Terjemahan dari: *Software Engineering, a Practitioner's Approach, Edisi ke-4. McGraw-Hill Companies, Inc.*
- [2] Rosa, A.S, M. Shalahuddin, 2011. *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek Informatika* : Bandung
- [3] Zikmund, W.G., (2003), *Customer Relationship Management: Integrating Marketing Strategy and Information Technology*, US: John Willey & Sons, Inc.