

Jurnal Sistem Informasi

Volume 9 Nomor 1 Maret 2014

Pelindung:

Rektor Universitas Kristen Maranatha

Penasehat:

Pembantu Rektor Universitas Kristen Maranatha

Pembina:

Dekan Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Maranatha

Ketua Tim Redaksi:

Tanti Kristanti, S.T, M.T

Penyunting:

Ir. Teddy Marcus Zakaria, M.T

Hapnes Toba, M.Sc

Radiant Victor Imbar, S.Kom, M.T

Doro Edi, S.T, M.Kom

Penyunting Ahli:

Ir. Budi Rahardjo, M.Sc, Ph.D

Prof. Jazi Eko Istiyanto, Ph.D

Yudho Giri Sucahyo, Ph.D

Pelaksana Teknis:

Teddy Yusnandar

Perapih:

Dr. Andi Wahyu R.E, MSSE

PENERBIT (PUBLISHER)

Maranatha University Press

ALAMAT PENYUNTING

Sekretariat Jurnal Sistem Informasi

Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi

Universitas Kristen Maranatha

Jl. Prof. drg. Suria Sumantri, MPH, No. 65 Bandung 40164

Telp (022) 70753665, Fax (022) 2005915

Email: jurnal.si@itmaranatha.org

Website: <http://www.itmaranatha.org/jurnal/jurnal.sistem-informasi>

Jurnal Sistem Informasi merupakan jurnal ilmiah sebagai bentuk pengabdian dalam hal pengembangan bidang Sistem Informasi dan bidang terkait lainnya.

Jurnal Sistem Informasi diterbitkan oleh Jurusan Sistem Informasi Universitas Kristen Maranatha. Redaksi mengundang para professional dari dunia usaha, pendidikan dan peneliti untuk menulis mengenai perkembangan ilmu di bidang yang berkaitan dengan Sistem Informasi.

Jurnal Informatika diterbitkan 2 (dua) kali dalam 1 tahun pada bulan **Maret** dan **September**. Edisi pertama terbit Maret 2006. Harga berlangganan Rp 50.000.- / eksemplar.

Jurnal Sistem Informasi

Volume 9 Nomor 1 Maret 2014

DAFTAR ISI

Volume 9 Nomor 1

- | | | |
|---|--|---------|
| 1 | Pembuatan Aplikasi Perencanaan Program Model Idola di Pusat Kebugaran X
Arvin Kurniawan, Yenni Merlin Djajalaksana | 1 - 19 |
| 2 | Sistem Pengelolaan Rekrutmen Staf Laboratorium Komputer
Christian Michael Unamo, Tanti Kristanti | 21 - 33 |
| 3 | Sistem Informasi Akademik Terpadu dengan Integrasi Ujian Online (Studi Kasus SMP Negeri 1 Bandung)
Christianto Eko Harry Prasetyo, Daniel Jahja Surjawan | 35 - 51 |
| 4 | Pengembangan Sistem Content Management System pada Website <i>E-Commerce</i> Distro Pakaian
Eva Charismanty, Diana Trivena Yulianti | 53 - 62 |
| 5 | Aplikasi Laboratorium Komputer Kontrol Berbasis <i>Client-Server</i>
Frizal Luthfi Hadyan, Doro Edi | 63 - 71 |
| 6 | Sistem Informasi Manajemen Konsumen untuk Pemasaran Produk Kue (Studi Kasus <i>Olives Bakery</i>)
Malkia Alberto, Meliana Christianti J. | 73 - 81 |
| 7 | Penerapan Algoritma <i>Greedy Knapsack</i> untuk Optimalisasi Poin pada Situs Anggota <i>Direct Selling Oriflame</i>
Vaxtra Maendhapaskha, Andi Wahyu Rahardjo Emanuel | 83 - 92 |

Ucapan Terima Kasih

Redaksi Jurnal Sistem Informasi mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada mitra bestari yang membantu terwujudnya penerbitan Jurnal Sistem Informasi Volume 9 Nomor 1 Maret 2014:

1. Dr. Ir. Veronica S. Moertini (Universitas Katholik Parahyangan, Bandung)
2. Kristoko Dwi Hartomo, M.Kom (Universitas Satya Wacana, Salatiga).

Sistem Informasi Manajemen Konsumen untuk Pemasaran Produk Kue (Studi Kasus *Olives Bakery*)

Malkia Alberto, Meliana Christianti J.

Jurusan Teknik Informatika
Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Maranatha
Jl. Prof. Drg. Suria Sumantri no. 65, Bandung 40164
email: malkia.alberto@gmail.com, meliana.christianti@it.maranatha.edu

ABSTRACT

Olives Bakery is a bread and pastry shop that was established in 2005. This bakery has implemented open kitchen concept in its outlets. In the past, Olives Bakery experienced difficulties in managing its marketing of products because customers must come physically to the bakery to order and to obtain information about the products and prices. In this research, a web based application with selected features will be built to assist its sales and marketing department by providing access to customers via the Internet. The application requires customers to register in order to order and purchase products online. By using email gateway feature, the baker can also maintain its relationship with customers by sending periodic informations about new products, best selling products, and other relevant marketing information. This application implements customer relationship management concept. The data were obtained from interviews with relevant parties in the bakery and utilized related information media in Internet.

Keywords: *marketing, web based application, customer relationship management, email gateway.*

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Saat ini, bidang komputer dan teknologi telah memacu pertumbuhan dan perkembangan bidang ekonomi. Persaingan di dunia usaha memacu para pebisnis untuk menemukan dan menggunakan strategi-strategi yang dapat meningkatkan pendapatan dari usahanya. Strategi yang digunakan berbeda-beda sesuai dengan jenis usahanya. Kemajuan teknologi informasi menjadi dasar dalam menemukan dan menggunakan strategi pemasaran melalui website.

Olives Bakery adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang produksi dan penjualan roti, kue, snack (makanan ringan), dan minuman yang menjual

produk-produknya secara langsung kepada pelanggan. Perusahaan ini belum menggunakan strategi pemasaran melalui *website*. Untuk melakukan pemesanan serta memperoleh informasi mengenai produk dan harganya, pelanggan harus datang langsung ke tempat produksi atau toko. Untuk produk baru, pemasaran dilakukan saat pelanggan datang langsung ke tempat produksi atau toko. Waktu pelanggan sangat tersita karena harus datang langsung ke tempat produksi untuk pemesanan, dan harus kembali lagi ke toko untuk pengambilan barang pesannya. Pemasaran kurang dapat menjangkau pasar, karena hanya terbatas pada pelanggan yang datang untuk melakukan pembelian produk secara langsung. Tidak adanya sistem yang mencatat data penjualan secara terkomputerisasi akan menambah kemungkinan pegawai untuk melakukan kesalahan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana membuat aplikasi untuk menangani transaksi pemesanan dan pembelian produk Olives Bakery?
2. Bagaimana membuat aplikasi yang dapat memberikan informasi kepada pelanggan mengenai produk dan harga, promo, serta adanya produk yang baru?
3. Bagaimana membuat aplikasi untuk tetap menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan?

1.3 Tujuan Pembahasan

Beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam pembuatan aplikasi ini adalah:

1. Untuk menangani pemesanan dan pembelian produk sehingga dapat menangani transaksi antara pelanggan dan perusahaan Olives Bakery.
2. Untuk memberikan informasi kepada pelanggan mengenai produk dan harganya, promo, serta adanya produk yang baru.
3. Untuk tetap menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan dengan mengimplementasikan *Customer Relationship Management (CRM)* *Cross-Selling* dan *Up-Selling*.

2. Kajian Teori

2.1 Customer Relationship Management (CRM)

Ketika CRM diimplementasikan secara benar, CRM akan menunjukkan umpan balik yang positif dari konsumen dan juga peningkatan keuntungan perusahaan. Memahami konsumen akan menuntun perusahaan pada kebijakan pemasaran yang tepat dan efisien. Dengan adanya fokus, maka biaya yang dikeluarkan untuk promosi akan lebih murah dan tepat sasaran.

Perkembangan perdagangan saat ini menunjukkan bahwa lebih banyak produk yang ditawarkan daripada permintaan. Kelebihan penawaran ini menyebabkan banyak produk yang tidak terjual atau tidak dikonsumsi oleh konsumen. Kelebihan penawaran tersebut bisa disebabkan oleh faktor seperti kualitas barang tidak layak, tidak memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, atau mungkin juga karena konsumen tidak mengetahui keberadaan produk tersebut [1].

2.2 Cross-Selling dan Up-Selling

Cross-selling adalah suatu konsep penjualan yang selalu memanfaatkan penjualan produk pertama untuk masuk pada penjualan produk lainnya kepada pelanggan yang sama ataupun pelanggan terkait. Dengan demikian maka produk pertama yang sudah dimanfaatkan oleh nasabah hanya dijadikan sebagai *entry point*. Konsep *cross-selling* ini dapat dimanfaatkan oleh berbagai perusahaan yang menjual berbagai produk seperti bank, asuransi, produk kosmetik, elektronik dan lain sebagainya. Salah satu prinsip dari *cross-selling* adalah jauh lebih mudah menjual suatu produk kepada nasabah yang sudah dikenal/sudah ada, dibandingkan dengan harus menjual kepada pasar bebas [1].

Up-selling adalah suatu konsep penjualan yang selalu memanfaatkan penjualan produk pertama untuk masuk pada penjualan produk lain yang lebih menguntungkan perusahaan kepada pelanggan yang sama ataupun pelanggan terkait. Dengan demikian maka produk pertama hanya dijadikan sebagai pembanding untuk produk yang akan ditawarkan berikutnya yang lebih menguntungkan bagi perusahaan. Selanjutnya salesforce berupaya semaksimal mungkin agar nasabah memilih produk yang lebih menguntungkan perusahaan daripada yang semula pelanggan ingin dapatkan [1].

2.3 Marketing Automation

Marketing automation adalah sebuah istilah yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah teknologi yang mengintegrasikan dan mengotomasi proses pemasaran. Beberapa kegunaan dari *marketing automation* adalah membuat perusahaan lebih efektif, mengorganisasi data konsumen secara akurat, mengoptimasi kontak dari konsumen, menghitung hasil dari seluruh proses marketing [2].

3. Analisis dan Rancangan Sistem

3.1 Company Profile

Olives Bakery adalah perusahaan yang menjual roti, aneka jajanan/*snack* dan kue sejak tahun 2005. Olives Bakery memproduksi produk-produknya dan

berada di kota Bandung. Perusahaan ini menerapkan penjualan dengan konsep dapur terbuka (*open kitchen concept*) yang dapat dilihat langsung oleh konsumen.

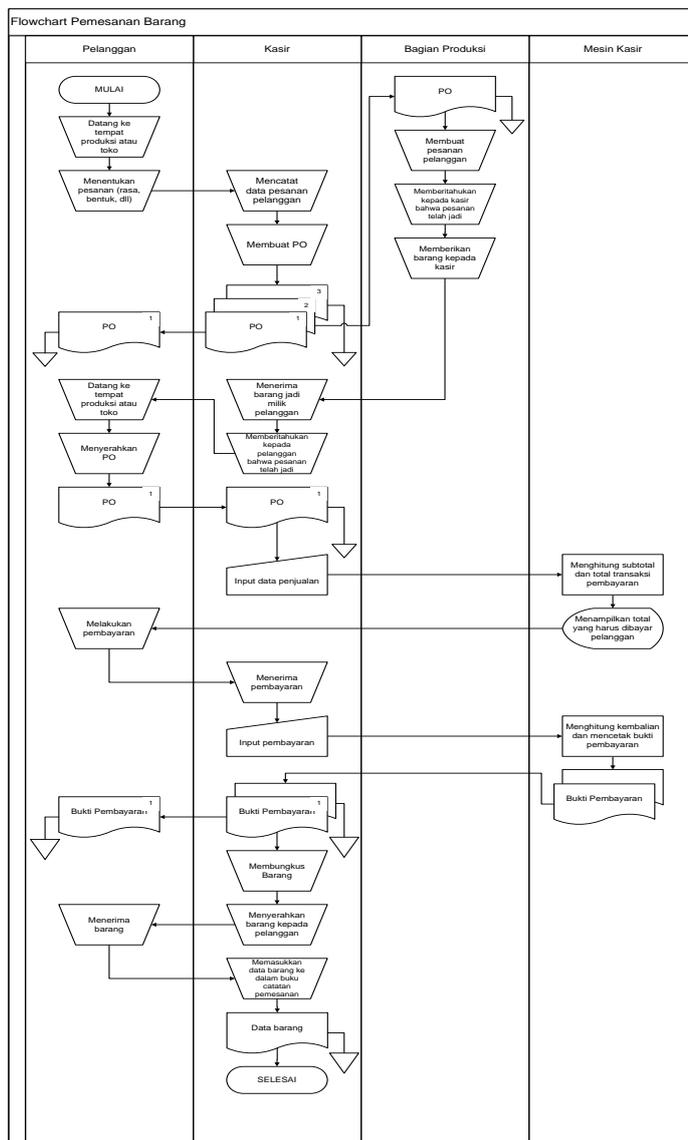
Olives Bakery memasarkan produknya ke beberapa kota terutama yang berada di sekitar Jawa Barat dan Jabodetabek serta berencana menawarkan kerjasama untuk menjadi pemasok aneka roti dan kue ke beberapa perusahaan di kota-kota besar di Indonesia. Perusahaan ini telah memperoleh sertifikasi produk dari Dinas Kesehatan RI yang terdaftar dengan nomor: DINKES PIRT 206 327 301 871, dan memperoleh sertifikasi produk halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang terdaftar dengan nomor 0110 1030 990 608.

Olives Bakery telah melakukan kerjasama dengan beberapa toko makanan, toko oleh-oleh khas kota Bandung, Jakarta, Bogor, Bekasi, Cirebon, Garut, Tasik, dan Kuningan. Kerjasama yang dibangun antara lain dengan: Primarasa, Batagor Riri, Amanda Antapani, Amanda Cikao, Amanda Cimahi, Aa Snack, Oncom Wendys, dan Supermarket Borma.

3.2 Proses Bisnis Pemesanan Barang

Proses bisnis pemesanan barang dari konsumen ke Olives Bakery dapat dilihat pada Gambar 1.

*Sistem Informasi Manajemen Konsumen untuk Pemasaran Produk Kue (Studi Kasus
Olive Bakery)
(Malkia Alberto, Meliana Christiani J.)*



Gambar 3. Proses Pemesanan Barang Olive Bakery

Gambar 4. Entity Relationship Diagram

4. Hasil Penelitian

4.1 Home (Guest)

Tampilan pertama pada website Olives Bakery dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 5. Tampilan Halaman "GuestHome"

Pada halaman "GuestHome", bagi *user* yang sudah menjadi *member* dapat langsung melakukan login dengan cara memasukkan *email* dan *password* ke dalam *textbox* yang terletak di sebelah kanan atas dari halaman home.

4.2 Registrasi Member

Bagi *user* yang belum terdaftar dapat melakukan registrasi dengan cara menekan label *buat akun* agar membuka halaman "Register" seperti pada Gambar 4. Dengan menggunakan aplikasi ini, data konsumen dapat disimpan dengan baik sehingga dapat membantu proses pencarian data dan pengelolaan data pelanggan.



Gambar 6. Tampilan Halaman "Register"

4.3 Home (Member)

Bagi user yang sudah terdaftar dan melakukan login, akan diarahkan ke halaman "MemberTart" seperti pada Gambar 5, dan sudah bisa langsung melakukan tambah barang yang diinginkan ke dalam keranjang belanja. Tampilan home pada *member* sama dengan tampilan home pada *guest*.



Gambar 7. Tampilan Halaman "MemberTart"

~~5.~~

6.5. Simpuln dan Saran

5.1 Simpuln

Berikut ini merupakan kesimpulan dari aplikasi yang dihasilkan:

1. Aplikasi pemesanan kue dengan mengimplementasikan CRM dapat membantu untuk menangani proses pemesanan dan pembelian produk sehingga dapat menangani transaksi antara pelanggan dan perusahaan Olives Bakery.
2. Aplikasi pemesanan kue dengan mengimplementasikan CRM dapat membantu untuk memberikan informasi kepada pelanggan mengenai produk dan harganya, promo, serta adanya produk yang baru.
3. Aplikasi pemesanan kue dengan mengimplementasikan CRM dapat membantu untuk tetap menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan melalui fitur CRM *Cross-Selling* dan *Up-Selling*.

5.2 Saran

Untuk pengembangan selanjutnya, aplikasi yang telah dihasilkan dapat dikembangkan menjadi lebih baik dengan membuat aplikasi *mobile* sehingga lebih menarik minat konsumen yang menggunakan *smartphone*. Selain itu dapat ditambahkan fitur *rating* untuk mengetahui produk – produk Olives Bakery yang banyak diminati sehingga dapat bermanfaat untuk memprediksi jumlah produk kue yang harus diproduksi atau dikembangkan lebih lanjut.

Daftar Pustaka

- [1] J. M. Gosney and P. B. Thomas, Customer Relationship Management Essentials, New Delhi: Prentice Hall of India, 2001.
- [2] J. LeSueur, Marketing Automation Practical Steps to More Effective Direct Marketing, Hoboken, New Jersey: John Wiley, 2007.
- [3] M. Alberto, "Pembuatan Aplikasi Pemesanan Kue Dengan Mengimplementasikan CRM pada Olives Bakery," -, Bandung, 2014