

Perancangan dan Implementasi Aplikasi Point of Sales Mz Comunica Berbasis Customer Relationship Management (Studi Kasus Perusahaan Perseorangan Mz Comunica)

Budi Sukmawan¹ Iwan Ridwan² Rizal Hasan³

Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer
Dharma Negara Business & Informatics School
Jl. Babakan Sari No.68 Kiaracandong-Bandung

¹budskman@gmail.com; ²ir.vegassus75@gmail.com

Abstract: Perkembangan dunia bisnis mendorong perusahaan untuk selalu berusaha meningkatkan kualitas produk dan pelayanan kepada pelanggan. Customer Relationship Management atau disingkat CRM merupakan salah satu cara dalam meningkatkan keunggulan kompetitif pelanggan korporatnya dalam hal efisiensi, efektivitas, kinerja, serta pengembangan bisnis sehingga terciptanya pelanggan yang loyal terhadap produk. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu melakukan analisis dan perancangan aplikasi Point Of Sales MZ Comunica berbasis Customer Relationship Management untuk mendukung sistem layanan dalam transaksi penjualan yang dapat membantu perusahaan perseorangan MZ Comunica dalam pengelolaan data. Pembuatan aplikasi Point Of Sales MZ Comunica ini dimulai dari pengumpulan seluruh data-data yang dibutuhkan dengan menggunakan metode observasi dan wawancara, perancangan model aplikasi dengan pendekatan diagram berbasis obyek dengan alat bantu perancangan aplikasi berupa diagram alir / flowchart dan Unified Modeling Language (UML) hingga diimplementasikannya aplikasi Point Of Sales MZ Comunica.

Keyword: Customer Relationship Management, Point Of Sales, Flowchart, Unified Modeling Language

I. PENDAHULUAN

Dalam dunia Information Technology (IT), sudah bukan hal yang aneh lagi jika perkembangan teknologi informasi saat ini sangatlah pesat. Perkembangan tersebut akan menyebabkan persaingan di dunia bisnis menjadi semakin ketat, di mana perusahaan-perusahaan yang telah menerapkan komputerisasi di dalam segala kegiatan bisnisnya tentu lebih maju dan berkompetitif, dibandingkan dengan perusahaan yang belum menerapkan komputerisasi.

Dengan komputerisasi itulah, sebuah perusahaan dapat memproses segala informasi secara cepat dan mudah. Kemudahan dan kecepatan inilah yang dapat membuat seorang pelanggan menjadi loyal atau setia pada perusahaan. Dewasa ini, hubungan suatu perusahaan dengan pelanggannya mulai masuk dalam daftar masalah utama yang harus diperhatikan. Oleh karena itu, Customer Relationship Management (CRM) mulai memperlihatkan peran pentingnya dalam dunia bisnis.

Dengan didukung oleh sistem komputerisasi yang tepat dan cepat, CRM akan dapat membantu terciptanya relasi yang baik antara suatu perusahaan dengan pelanggannya untuk semakin memajukan perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut, maka dirancanglah suatu sistem CRM yang terkomputerisasi untuk mempermudah perusahaan dalam mengelola pelanggannya, sekaligus mendukung kegiatan point of sales dan penyetokan barang. Aplikasi ini akan diimplementasikan pada Perusahaan Perseorangan MZ Comunica, sebuah perusahaan retail yang bergerak di bidang penjualan aksesoris handphone.

Dalam proses pencatatan pembelian dan penjualan barang, Perusahaan Perseorangan MZ Comunica masih dilakukan secara manual, yaitu dicatat dalam buku. Cara seperti itu mengakibatkan proses pencarian data pelanggan menjadi lama dan sering terjadi duplikasi data serta resiko kehilangan data sangat tinggi.

Untuk membantu Perusahaan Perseorangan MZ Comunica, maka dirancanglah sebuah aplikasi sistem CRM pada point of sales perusahaan tersebut. Dengan demikian, diharapkan Perusahaan Perseorangan MZ Comunica dapat berkembang pesat dengan bertambahnya jumlah pelanggan yang memiliki kepercayaan, serta loyalitas yang tinggi karena merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Perusahaan Perseorangan MZ Comunica.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengembangan Point of Sales

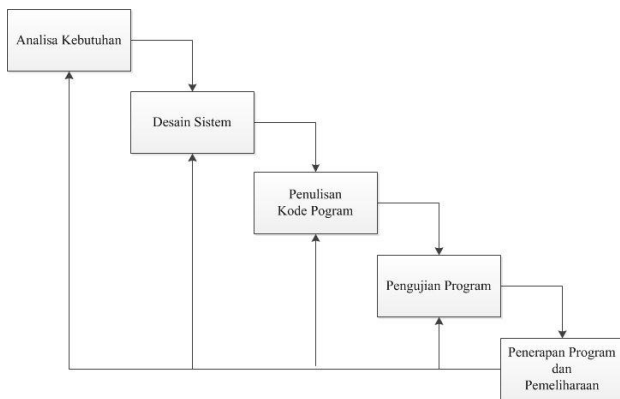
Seiring dengan kemajuan dalam dunia teknologi informasi, penggunaan *hardware* seperti komputer dengan berbagai aplikasi yang mendukung kinerja komputer. Ini juga berpengaruh pada bisnis *retail* yang secara fungsinya mesin kasir atau *cash register* sebagai media *point of sales*. Dalam perkembangannya, mesin kasir yang menjadi *point of sales* ini sudah dilengkapi dengan aplikasi *point of sales* yang bertujuan mempermudah dan mempercepat transaksi jual beli dengan sistem yang mudah untuk digunakan.

B. Manfaat Point of Sales

Dengan menggunakan aplikasi *point of sales* kita bisa memperoleh beberapa keuntungan dengan adanya nilai tambah (*added value*) yang bisa diberikan, antara lain :

1. Peningkatan Kualitas Layanan
Dengan menggunakan aplikasi *point of sales* dapat dengan mudah menjalankan proses transaksi dengan cepat dan sistematis tentu sangat mendukung orientasi pelayanan usaha terhadap konsumen serta meningkatkan *market interest*.
2. Peningkatan Citra Usaha
Setiap konsumen dan *stakeholder* yang terlibat akan memandang usaha yang dijalani sebagai sebuah *computerized enterprise* yang dikelola dengan baik dan profesional.
3. *Competitive Advantage*
Penerapan teknologi informasi (TI) dapat meningkatkan daya saing usaha dalam kancah bisnis yang memang sangat ketat dan mengutamakan efisiensi waktu, terutama menghadapi era *global market*.
4. Kemudahan Proses *Controlling* dan Pengambilan Keputusan
Proses *controlling* mudah dilakukan karena semua laporan dapat disediakan dengan cepat, sehingga mempermudah proses pengambilan keputusan baik secara kolektif maupun personal.

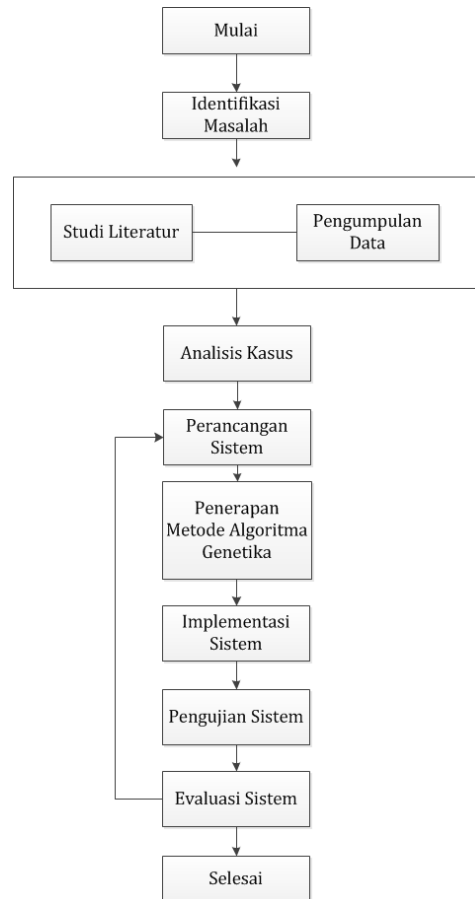
C. Metode Waterfall



Gambar 1 Waterfall Model (Budi Hermawan 2009)

III. METODE PENELITIAN

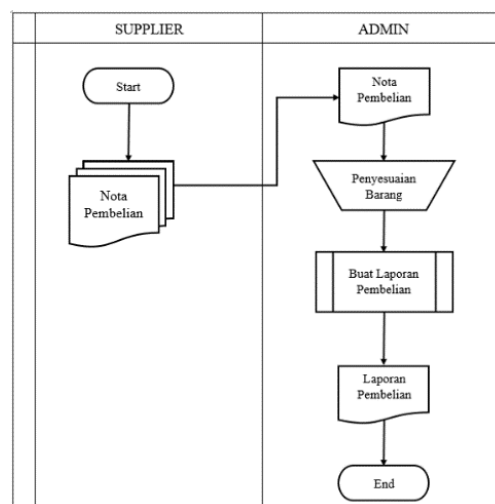
Gambaran umum dari penelitian yang dilakukan bermanfaat sebagai panduan mengenai hal apa saja yang harus dilakukan ketika sedang melaksanakan penelitian, serta berguna bagi pembaca agar lebih memahami alur dari penelitian yang telah dilakukan. Adapun tahapan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:



Gambar 2 Gambaran Umum Penelitian

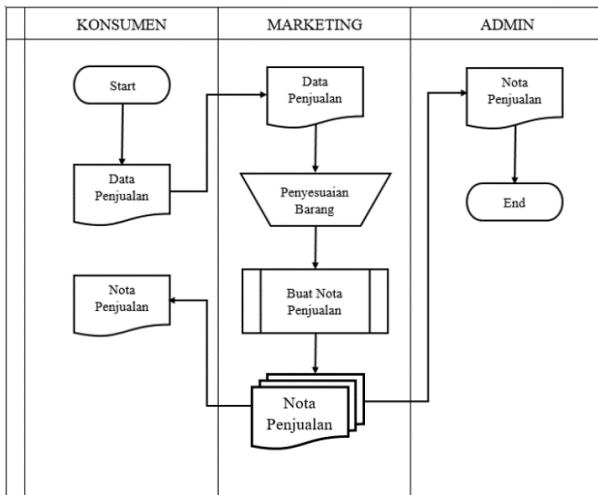
Berikut ini diagram prosedur kerja pembelian dan penjualan barang yang terdapat pada perusahaan perseorangan MZ Comunica

a. Digram Prosedur Kerja Pembelian Baranag

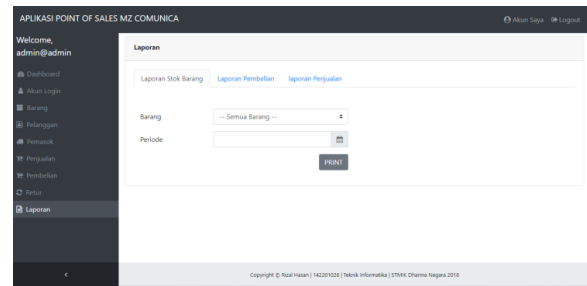


Gambar 3 Flowmap Pembelian Barang

b. Diagram Prosedur Kerja Penjualan Barang



Gambar 4 Flowmap Penjualan Barang



Gambar 7 Halaman Laporan

IV. IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

A. Implementasi

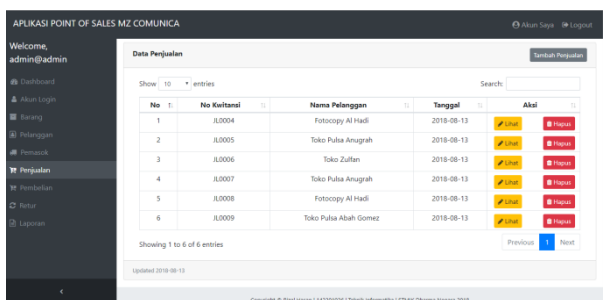
Implementasi sistem merupakan tahap meletakkan sistem sehingga siap untuk dioperasikan. Implementasi bertujuan untuk mengkonfirmasi modul-modul perancangan, sehingga pengguna dapat memberikan masukan kepada pengembang sistem. Dari hasil implementasi ini dihasilkanlah sebuah aplikasi *Point Of Sales* MZ Comunica. Implementasi antarmuka dari aplikasi *Point Of Sales* MZ Comunica dibuat dengan menggunakan bahasa program PHP.

Berdasarkan metode yang telah dilakukan, maka diperoleh

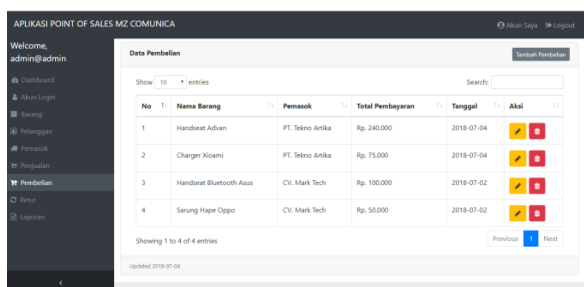
B. Pengujian

Pendekatan yang dilakukan pada proses pengujian aplikasi ini menggunakan *black-box testing*. Metode uji coba *blackbox* memfokuskan pada keperluan fungsional dari *software*. *Blackbox testing* mencoba menemukan kesalahan dalam fungsi-fungsi yang kurang tepat atau hilang, dan kesalahan dalam struktur data.

Tabel 1 Pengujian



Gambar 5 Daftar Penjualan



Gambar 6 Daftar Pembelian

No.	Rancangan Proses	Hasil yang diharapkan	Hasil yang diperoleh	Status
1	Memilih dan menekan menu laporan	Menampilkan Halaman pilih jenis laporan	Menampilkan Halaman pilih jenis laporan	Berhasil
2	Memilih jenis laporan stok barang, memilih barang dan memilih periode waktu lalu menekan tombol <i>print</i>	Menampilkan halaman laporan data stok barang	Menampilkan halaman laporan data stok barang	Berhasil
3	Memilih jenis laporan pembelian, memilih barang dan memilih periode	Menampilkan halaman laporan data pembelian	Menampilkan halaman laporan data pembelian	Berhasil

	waktu lalu menekan tombol <i>print</i>			
4	Memilih jenis laporan penjualan, memilih barang dan memilih periode waktu lalu menekan tombol <i>print</i>	Menampilkan halaman laporan data penjualan	Menampilkan halaman laporan data penjualan	Berhasil

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perancangan dan implementasi rancangan bangun aplikasi *Point Of Sales MZ Comunica* berbasis *Customer Relationship Management* yang telah dibuat, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dengan adanya aplikasi *Point Of Sales MZ Comunica* berbasis *Customer Relationship Management* ini dapat mempercepat dalam pencarian data pelanggan dan dapat meminimalkan terjadinya kesalahan pada pencatatan data pelanggan.
2. Dengan adanya aplikasi *Point Of Sales MZ Comunica* berbasis *Customer Relationship Management* ini dapat meminimalkan terjadinya kesalahan dalam perhitungan jumlah biaya pembayaran dalam transaksi penjualan.
3. Dengan adanya aplikasi *Point Of Sales MZ Comunica* berbasis *Customer Relationship Management* ini dapat meminimalkan resiko kehilangan data pada media penyimpanan data.

REFERENSI

- [1] Nore, Victor Nocolas, *Perancangan Sistem Informasi Penjualan dan Pemasaran Produk Berbasis Web*. Bandung: Program Studi Sistem Informasi Fakultas Teknik Universitas Widyatama. 2013.
- [2] Wahono, R.S., & Dharwiyanti, S. *Pengantar Unified Modeling Language (UML)*, Ilmukomputer.com, 2003.
- [3] Widiyanto, 2013. “ *Perancangan Sistem Point of Sales (POS) Pada Toko Koperasi Jasa Pakarti Semarang (PT. Jasa Marga Tbk Cabang Semarang)*”. Laporan karya ilmiah Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Dian Nuswantoro Semarang. 2013.