

PERANCANGAN SISTEM PEMESANAN MAKANAN DENGAN KONSEP CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) BERBASIS WEB

Diki Herliansyah¹; Giri Purnama²

Teknik Informatika
Universitas Mercu Buana
<http://www.mercubuana.ac.id>
41515310032@student.mercubuana.ac.id, giri@mercubuana.ac.id

Abstract— Many cafe food orders are usually done by hand, which are considered unoptimal because when a customer wants to order a meal, customers are required to come to the place of the restaurant or cafe, where customers will have to wait for the service. The purpose of this study was to create applications based on food reservations. It also implemented web based concept of customer relationship management strategy (CRM) that would make it easier to manage customer data during the bookings at the cafe. One application to customer relationship management is to get a discount from the cafe. Other features may order through the web and register, food reservations are given options are sent to customer's address or taken order without having to wait in line at the cafe. The application is shown in website form using PHP programming with the framework code igniter and the mysql database.

Keywords: Customer Relationship Management, Reservation, Code Igniter

Intisari— Banyak pemesanan makanan di cafe biasanya dilakukan secara manual, hal itu dianggap tidak optimal karena disaat pelanggan ingin memesan makanan, pelanggan diharuskan datang ke tempat restaurant atau cafe yang dituju, dimana nantinya pelanggan harus menunggu proses pemesanannya. Tujuan dilakukan penelitian ini untuk dapat membuat aplikasi berbasis website pemesanan makanan. Penelitian ini juga menerapkan strategi konsep Customer Relationship Management (CRM) berbasis web yang dapat mempermudah pengelolaan data pelanggan selama proses pemesanan di Cafe. Salah satu penerapan dalam Customer Relationship Management adalah dengan diberikannya diskon oleh pihak Cafe tersebut. fitur lainnya pelanggan dapat memesan melalui web dan melakukan registrasi, pemesanan makanan diberikan pilihan dikirim ke alamat pelanggan atau diambil pesanannya tanpa harus mengantri di cafe. Aplikasi ditampilkan dalam bentuk website menggunakan pemrograman PHP dengan Framework Code Igniter dan database MySQL.

Kata Kunci: Customer Relationship Management, Pemesanan, Code Igniter.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah menjadi suatu jembatan untuk menghubungkan berbagai macam kebutuhan manusia. Semua keterbatasan sarana, jarak dan waktu menjadi permasalahan yang paling sering ditemukan. sehingga pekerjaan manusia pun sangat terbantu dengan kehadirannya. Tak terkecuali bisnis dibidang pemesanan makanan. Adanya internet membuat bisnis pemesanan makanan menjadi semakin berkembang pesat karena mampu menghubungkan kebutuhan pengunjung & pelanggan dengan cafe atau restaurant. Persaingan bisnis sekarang yang semakin sulit, banyak sekali muncul kompetitor yang membawa ide-ide baru dan inovasi tercanggih setiap saat. jika customer tidak puas dengan layanan suatu perusahaan, maka ia akan dengan mudah berpindah ke perusahaan yang lain. Proses CRM dapat memberikan pelayanan lebih baik dengan pelanggan jika kebutuhan yang diharapkan pelanggan dapat diketahui dengan jelas. Sehingga hal tersebut dapat membuat pengunjung & pelanggan merasa memiliki kepuasan sendiri saat memesan makanan di cafe atau restaurant, sehingga loyalitas terhadap perusahaan tersebut semakin tumbuh dan berkembang, dengan itu maka cafe atau restaurant akan memperoleh manfaat dari konsep CRM tersebut. (Imam & Nur, 2015).

Dalam perkembangannya, CRM merupakan sebuah strategi pendekatan dalam mengelola hubungan baik dengan pelanggan pada level bisnis sehingga dapat memaksimalkan komunikasi dan pemasaran melalui pengelolaan berbagai kalangan (Mardison & Angga, 2015). Bisnis yang dilakukan secara elektronik memerlukan pengunjung & pelanggan sebagai sumber pendapatan perusahaan. Keberadaan pengunjung & pelanggan saat ini bukan hanya sebagai sumber pendapatan perusahaan saja, melainkan juga sebuah aset jangka panjang yang perlu dikelola oleh pihak cafe melalui Customer

Relationship Management (CRM) (Evans, Ridi & Selo, 2014).

Banyak pemesanan makanan di cafe biasanya dilakukan secara manual, hal itu dianggap tidak optimal karena disaat pelanggan ingin memesan makanan, pelanggan diharuskan datang ke tempat restaurant atau cafe yang dituju, dimana nantinya pelanggan harus menunggu proses pemesanannya.

Dengan memanfaatkan konsep Customer Relationship Management ini maka peneliti menerapkan konsep Customer Relationship Management dengan diberikannya diskon untuk pelanggan oleh pihak Cafe tersebut. fitur lainnya pelanggan dapat memesan melalui web dan melakukan registrasi, pemesanan makanan diberikan pilihan dikirim ke alamat pelanggan atau diambil pesanannya tanpa harus mengantri di cafe.

BAHAN DAN METODE

Metode penelitian yang dilakukan dengan melakukan observasi dan studi lapangan melihat secara langsung proses pemesanan di beberapa cafe. Model pengembangan sistem dilakukan dengan menggunakan model waterfall yang terbagi menjadi 4 tahapan seperti berikut ini:

1. Analisis Kebutuhan Sistem

Proses pencarian kebutuhan difokuskan pada software, dilakukan dengan cara menganalisa data kunjungan customer di cafe, serta mencari solusi terbaik untuk menangani hambatan-hambatan yang dialami oleh administrator terkait sistem yang baru.

2. System Design

Pada tahapan ini membuat design menggunakan pemodelan Unified Modeling Language (UML) sebelum memulai dengan coding.

3. Implementasi

Pada tahap ini, sistem dibuat dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dengan framework CODE IGNITER dengan database MYSQL.

4. Testing

Pada tahap ini program diuji untuk memastikan apakah bahwa program sudah berjalan dengan kebutuhan perangkat lunak.

Tahapan pengembangan Customer Relationship Management (CRM) dapat dilakukan dengan 3 tahap sebagai berikut:

1. Mendapatkan promo atau diskon untuk mendapatkan pelanggan baru (Acquire).
2. Meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang telah ada (Expansion).
3. Mempertahankan pelanggan (Retain).

Acquire	Retain	Expansion
Memberikan diskon produk kepada pelanggan	Memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam memilih produk	Mempertahankan harga produk dan kualitas produk
Memberikan informasi yang baik kepada pelanggan	Mempromosikan produk secara detail	Memberikan informasi tentang produk perusahaan

Sumber (Herliansyah, Purnama, 2019)

Tabel 1. Strategi Pemasaran Pemesanan Makanan

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisa Kebutuhan Sistem

1. Analisa kebutuhan pengunjung dapat:
 - a) Pengunjung dapat melakukan pemesanan.
 - b) Pengunjung dapat melakukan pembayaran pemesanan makanan yang mereka pesan.
 - c) Pengunjung dapat mencetak struk pemesanan.
2. Analisa kebutuhan pelanggan dapat:
 - a) Pelanggan terlebih dahulu melakukan login sebelum melakukan pemesanan apa saja.
 - b) Pelanggan mendapatkan diskon sesuai denan hari besar dan tanggal lahir pelanggan.
 - c) Pelanggan dapat melakukan pemesanan makanan.
 - d) Pelanggan dapat melakukan pembayaran pemesanan makanan yang dipesan.
 - e) Pelanggan dapat mengecek struk pemesanan.
3. Analisa kebutuhan administrator dapat:
 - a) Admin dapat mengelola data pemesanan.
 - b) Admin dapat memberikan konfirmasi pemesanan.
 - c) Membuat diskon kepada pelanggan.

B. Strategi Penerapan Customer Relationship Management

Strategi yang dirancang dalam penelitian ini adalah lebih mengedepankan promo-promo atau

diskon untuk pelanggan. Dimana nantinya promo atau diskon tersebut akan diaktifkan oleh administrator sesuai dengan kriteria dari pelanggan yang bersangkutan.

Model strategi yang dirancang adalah:

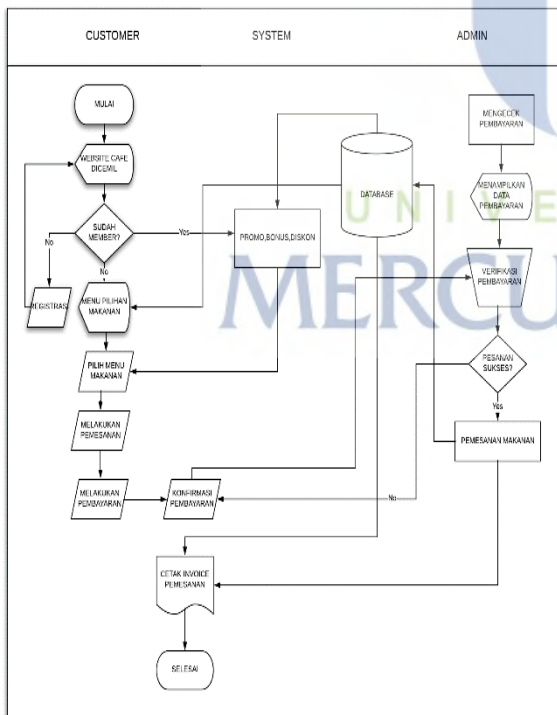
- a) Promo hari ibu: promo yang berlaku untuk pelanggan wanita yang diaktifkan sesuai dari gender yang pelanggan isi pada saat registrasi.
- b) Promo hari lahir : promo yang berlaku untuk perorangan yang diaktifkan sesuai dari tanggal lahir yang pelanggan isi pada saat registrasi.

C. Desain

Dalam penelitian ini desain sistem menggunakan flowchart dan UML dimana meliputi use case diagram, activity diagram. Dan desain user interface dari proses mengaktifkan diskon dari admin sampai proses pemesanan dengan mendapatkan diskon untuk pelanggan.

1. Desain Sistem

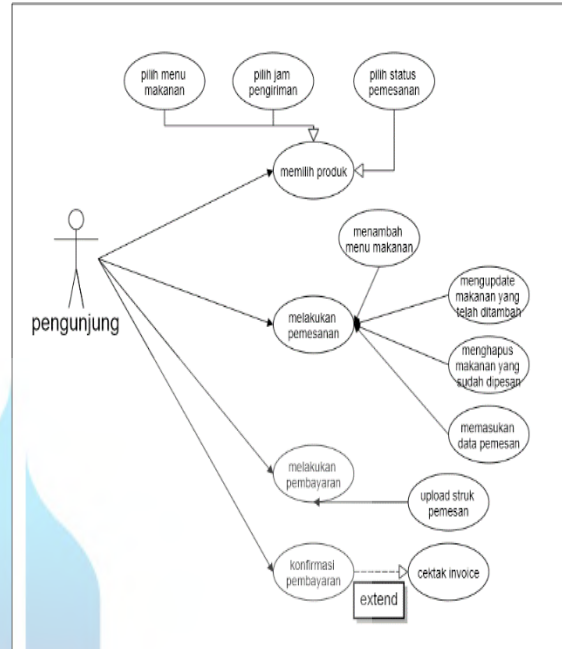
a. Flowchart Diagram



Sumber (Herliansyah, Purnama, 2019)
Gambar 1. Flowchart Sistem Pemesanan Makanan

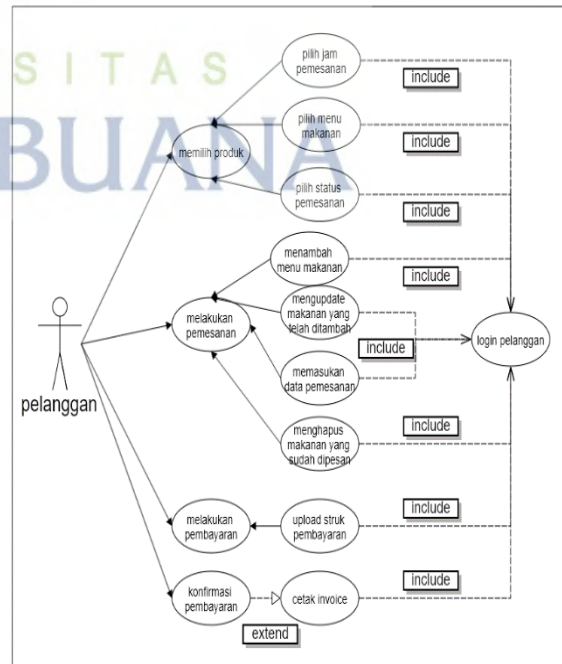
Pada gambar 1. Adalah menunjukkan alur sistem pemesanan makanan oleh pengunjung, pelanggan dan alur konfirmasi pemesanan yang dilakukan oleh admin.

b. Use case Pengunjung



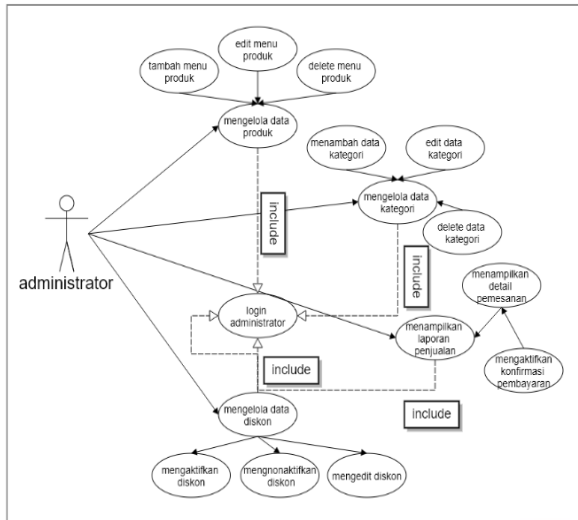
Sumber (Herliansyah, Purnama, 2019)
Gambar 2. Use case Diagram Pengunjung

c. Use case Diagram Pelanggan



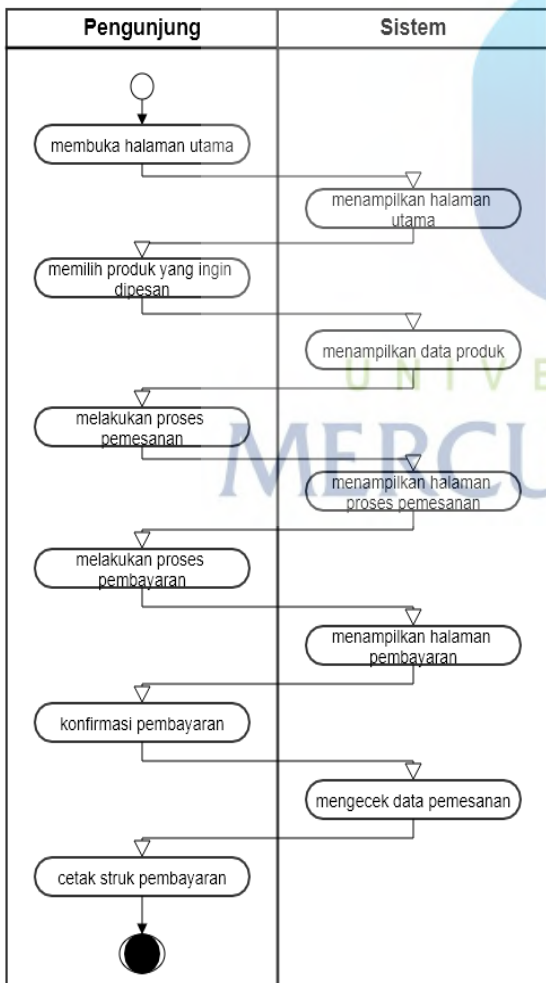
Sumber (Herliansyah, Purnama, 2019)
Gambar 3. Use case Diagram Pelanggan

d. Use case Admin



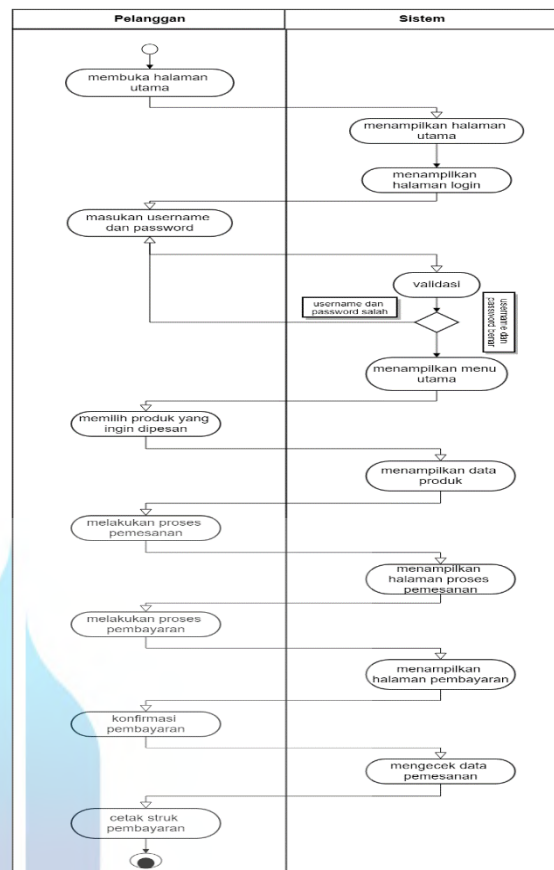
Sumber (Herliansyah, Purnama, 2019)
Gambar 4. Use case Diagram Admin

e. Activity Diagram Pengunjung



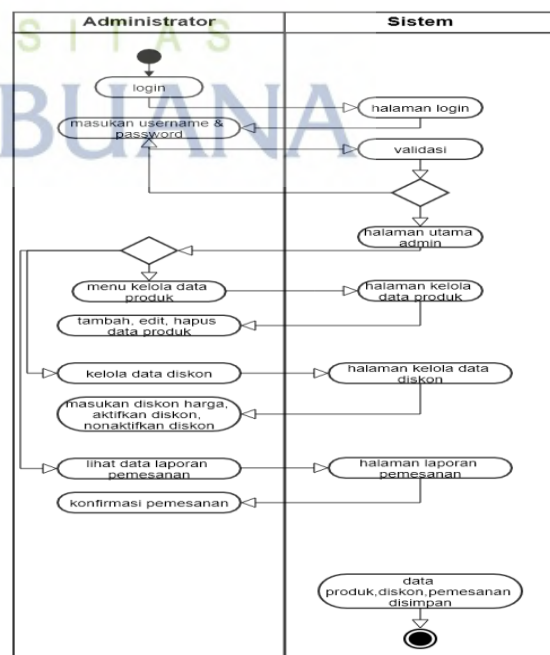
Sumber (Herliansyah, Purnama, 2019)
Gambar 5. Activity Diagram Pengunjung

f. Activity Diagram Pelanggan



Sumber (Herliansyah, Purnama, 2019)
Gambar 6. Activity Diagram Pelanggan

g. Activity Diagram Admin

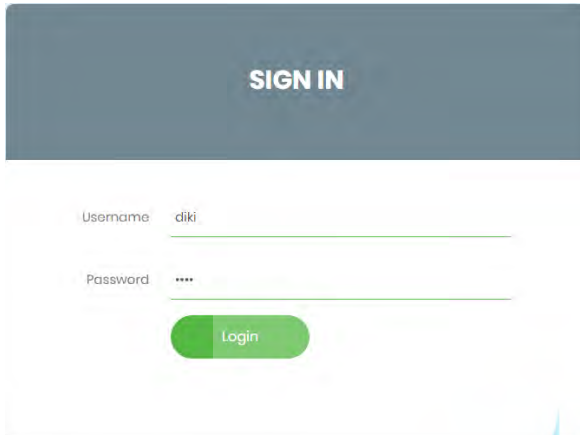


Sumber (Herliansyah, Purnama, 2019)
Gambar 7. Activity Diagram Admin

2. User Interview

1. Halaman Login Admin

Halaman Login merupakan syarat untuk akses ke halaman admin, pada halaman ini disediakan form untuk mengisi username dan password yang sesuai.



Sumber (Herliansyah, Purnama, 2019)
Gambar 8. Halaman Login Admin

2. Halaman Utama Admin

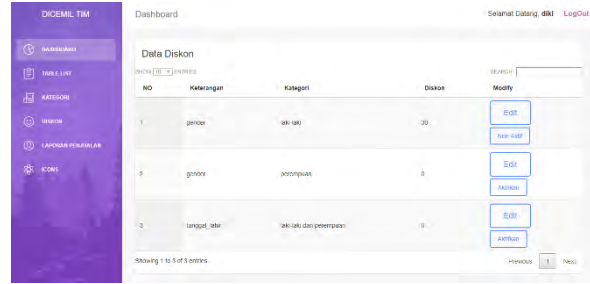
Halaman menu utama ini adalah halaman yang ditampilkan setelah berhasil login admin. halaman yang ditampilkan langsung merujuk kearah table atau kumpulan produk yang dijual. Implementasi halaman admin dapat dilihat pada gambar 7.



Sumber (Herliansyah, Purnama, 2019)
Gambar 9. Halaman Utama Admin

3. Halaman Diskon Admin

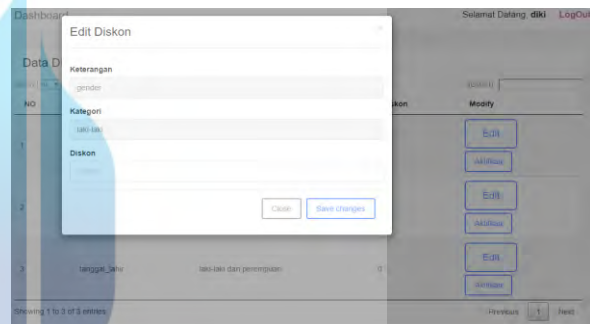
Halaman diskon admin adalah halaman dimana admin dapat membuat diskon sesuai dengan parameter gender atau tanggal lahir sesuai dengan data pelanggan. Pada hal ini diskon akan dibuat 30% untuk gender laki-laki. Implementasi halaman diskon dapat dilihat pada gambar 8.



Sumber (Herliansyah, Purnama, 2019)
Gambar 10. Halaman Diskon Admin

4. Halaman Edit Diskon Admin

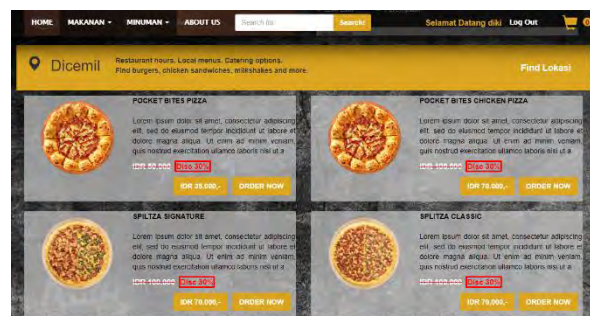
Halaman diskon admin adalah halaman dimana admin dapat mengelola berapa diskon yang akan di kasih oleh pihak admin kepada pelanggan. Implementasi halaman edit diskon dapat dilihat pada gambar 9.



Sumber (Herliansyah, Purnama, 2019)
Gambar 9. Halaman Edit Diskon Admin

5. Halaman Pemesanan Pelanggan

Halaman website utama pelanggan adalah halaman dimana pelanggan dapat memesan makanan. Pada tampilan ini pelanggan yang login adalah pelanggan laki-laki dimana diskon akan aktif secara otomatis. Implementasi halaman pemesanan pelanggan dapat dilihat pada gambar 10.



Sumber (Herliansyah, Purnama, 2019)
Gambar 11. Halaman Pemesanan Pelanggan

KESIMPULAN

Dengan adanya sistem pemesanan berbasis web untuk cafe atau restaurant yang tidak optimal dan masih melakukan pemesanan secara manual dan tidak ada pemesanan secara komputerisasi. Diharapkan permasalahan-permasalahan yang telah dibahas dapat terselesaikan. dan penggunaan hasil perancangan ini juga membutuhkan pihak-pihak dari cafe atau restaurant terkait. Beberapa keuntungan dari sistem pemesanan berbasis web ini antara lain: pengunjung dan pelanggan dapat memesan makanan secara sistem dan tidak lagi harus memesan makanan secara manual; bagi pelanggan akan mendapatkan informasi dan promo atau diskon dari pihak admin; pemesanan makanan akan diberikan pilihan dikirim ke alamat pelanggan atau diambil pesannya tanpa harus mengantri di cafe; admin dapat mengelola data pengunjung dan pelanggan.

REFERENSI

- Agunta, N., Mulyanto, A., & Suhada, S. 2017. Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web Mobile Pada Coffe Toffe. Universitas Negeri Gorontalo, 18 Oktober 2017.
- Amin, I., H., A., & Hasan, N. (2015). Implementasi CRM Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Layanan Catering. *Jurnal Dinamika Teknik*, 9(1), 11-27.
- Bahri, S., & Dalis, S. (2018). Rancang Bangun E-Enrollment Berbasis Web Menggunakan Customer Relationship Management (CRM) Pada Sekolah Dasar Terpadu. *Jurnal Teknik Komputer*, 4(1), 205-211.
- Farida, T. (2016). Pengaruh Customer Relationship Management Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Investor PT. Dana Reksa Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 17(1), 101-123.
- Fuad, E., Ferdiana, R., & Selo. 2014. Perancangan Fitur E-Commerce Berdasarkan Konsep Customer Relationship Management Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Hananto, V., R., Churniawan, A., D., & Whardanie, A., P. (2017). Perancangan Analytical CRM Untuk Mendukung Segmentasi Pelanggan Di Institusi Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Teknologi dan Informasi Asia*, 11(1), 79-88.
- Mardison, & Pramudia, A. (2013). Perancangan Dan Pembuatan Aplikasi Customer Relationship Management Pada Koperasi Pembangunan Usaha Sumbar Berbasis Web. *Jurnal KomTekInfo Fakultas Ilmu Komputer*, 2(1), 6-9.
- Noorhansyah, M., Pratomo, A. (2016). Penerapan Model Customer Relationship Management Pada Metodologi Fast (Studi Kasus: Pengembangan Portal Akademik Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin). *Jurnal POSITIF*, 1(2), 25-32.
- Rumiarti, C., D., & Budi, I. (2017). Segmentasi Pelanggan Pada Customer Relationship Management Di Perusahaan Ritel: Studi Kasus PT. Gramedia Asri Media. *Jurnal Sistem Informasi (Journal of Information System)*, 13(1), 1-10.
- Sutrisno. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, dan Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Pasien Dan Loyalitas Pasien Di Rumah Sakit Tingkat II Tentara Nasional Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 2(2), 27-41.