

Penerapan Teknologi Marketplace Penjualan dan Layanan Hewan Peliharaan di Kotawaringin Timur Menggunakan Metode CRM

Sultan Fauzi Utama¹, Minarni²

^{1,2}Program Studi : Sistem Informasi, Universitas Darwan Ali

Email : sultan9748@gmail.com¹, minarnifikom2512@gmail.com²

ABSTRACT— *Petshop business is a business engaged in the sale and service of pet needs. Animal lovers or those who have a hobby of caring for and caring for animals will open up a gap in the Petshop business. The existence of this Petshop business helps pet lovers in caring for and caring for their beloved pets such as buying food, toys, and care such as; grooming, giving vaccines, and treatment when pets are sick. The high mobility and activity of pet owners makes pets not well cared for. Sometimes Petshop shops that do not open their business in the city center tend to rarely be seen or visited by customers because customers do not know about the existence of a Petshop shop on the outskirts of town. The problems faced by the Petshop business can be overcome by creating a Marketplace system. Marketplace is an intermediary between sellers and buyers in cyberspace. Marketplace sites act as third parties in online transactions by providing places to sell and payment facilities (Mubarok, 2019). With this Marketplace system, customers can buy various kinds of pet needs, this service will help pet owners take care of their favorite pets. Where pet owners no longer need to come to the shop first and look for the desired items because they can just do it at home. And pet owners don't have to bother anymore in checking the availability of goods in the shop they want, they can be seen only on one website, namely Marketplace Petshop, because on this one website there is a collection of petshop shops in the city of Sampit. The service concept in the Marketplace that is built is that the customer has made a booking and paid in advance on the Marketplace and after that the customer brings his pet to the Petshop.*

Keywords—Website, Petshop, Marketplace.

ABSTRAK— *Bisnis Petshop adalah bisnis yang bergerak di bidang penjualan dan pelayanan kebutuhan hewan peliharaan. Pecinta hewan atau mereka yang memiliki hobi merawat dan memelihara hewan akan membuka celah pada bisnis Petshop[1]. Adanya bisnis Petshop ini membantu pecinta hewan peliharaan dalam merawat dan memelihara hewan kesayangannya seperti pembelian makanan, mainan, dan perawatan seperti; grooming, pemberian vaksin, dan pengobatan apabila hewan peliharaan sakit. Tingginya mobilitas dan aktivitas pemilik hewan peliharaan, membuat hewan peliharaan menjadi tidak terpelihara dengan baik. Terkadang toko Petshop yang tidak membuka bisnisnya di tengah kota cenderung jarang terlihat ataupun di kunjungi pelanggan karena tidak menahunya pelanggan akan keberadaan toko Petshop yang berada dipinggiran kota. Permasalahan yang dihadapi oleh bisnis Petshop tersebut dapat diatasi dengan dibuatkannya sistem Marketplace. Marketplace adalah perantara antara penjual dan pembeli di dunia maya. Situs Marketplace bertindak sebagai pihak ketiga dalam transaksi online dengan menyediakan tempat berjualan dan fasilitas pembayaran. Dengan adanya sistem Marketplace ini pelanggan bisa membeli berbagai macam kebutuhan hewan peliharaan, dengan adanya layanan tersebut akan membantu pemilik hewan peliharaan dalam merawat hewan peliharaan kesayangannya[2]. Dimana pemilik hewan peliharaan tidak perlu lagi datang ketoko terlebih dahulu dan mencari barang yang diinginkan karena sudah bisa dilakukan dirumah saja. Serta pemilik hewan peliharaan tidak perlu repot lagi dalam mengecek ketersediaan barang di toko yang diinginkan bisa dilihat hanya dalam satu website saja yaitu Marketplace Petshop ini, karena di dalam satu website ini terdapat kumpulan toko-toko Petshop yang ada dikota Sampit. Konsep pelayanan jasa pada Marketplace yang dibangun yaitu, pelanggan telah melakukan booking dan pembayaran terlebih dahulu di Marketplace dan setelah itu pelanggan membawa hewan peliharaannya ke Petshop.*

Kata Kunci—Website, Petshop, Marketplace.

I. PENDAHULUAN

Pada era sekarang ini kemajuan teknologi sangat pesat, kemajuan teknologi selalu berhubungan dengan komputer. Komputer merupakan sarana komunikasi yang sangat dibutuhkan bagi setiap manusia, dan peranan sebuah teknologi informasi sudah menjadi salah satu bagian penting dalam meningkatkan kualitas dari sebuah perusahaan baik skala kecil maupun besar yang digunakan untuk memproses suatu data baik yang digunakan secara sistem yang belum terkomputerisasi

maupun dengan menggunakan sistem yang sudah terkomputerisasi. Ketepatan dan keakuratan suatu sumber informasi sebagai masukan penentu kebijakan sangatlah penting mengingat persaingan bisnis yang semakin banyak, dan tentunya sebuah teknologi informasi mampu menjawab dan membantu kebutuhan pokok sumber input informasi untuk diolah menjadi bahan pertimbangan, sehingga diharapkan sebuah hasil output yang maksimal.

Dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan semakin pesatnya persaingan bisnis, terutama

dibidang dagang dan jasa, pertumbuhan pengguna internet saat ini juga semakin tinggi sehingga membuat beberapa perusahaan memanfaatkan fenomena tersebut sebagai lahan bisnis baru, dan merupakan upaya membuat pemasaran yang lebih efektif. Pasar internet telah mengubah tatacara bagaimana berjalannya suatu proses bisnis dan model bisnis.

Bisnis *Petshop* adalah bisnis yang bergerak di bidang penjualan dan pelayanan kebutuhan hewan peliharaan. Pecinta hewan atau mereka yang memiliki hobi merawat dan memelihara hewan akan membuka celah pada bisnis *Petshop*[1]. Adanya bisnis *Petshop* ini membantu pecinta hewan peliharaan dalam merawat dan memelihara hewan kesayangannya seperti pembelian makanan, mainan, dan perawatan seperti; grooming, pemberian vaksin, dan pengobatan apabila hewan peliharaan sakit. Tingginya mobilitas dan aktivitas pemilik hewan peliharaan, membuat hewan peliharaan menjadi tidak terpelihara dengan baik. Terkadang toko *Petshop* yang tidak membuka bisnisnya di tengah kota cenderung jarang terlihat ataupun di kunjungi pelanggan karena tidak menahunya pelanggan akan keberadaan toko *Petshop* yang berada dipinggiran kota.

Permasalahan yang dihadapi oleh bisnis *Petshop* tersebut dapat diatasi dengan dibuatkannya sistem *Marketplace*. *Marketplace* adalah perantara antara penjual dan pembeli di dunia maya. Situs *Marketplace* bertindak sebagai pihak ketiga dalam transaksi *online* dengan menyediakan tempat berjualan dan fasilitas pembayaran[2]. Dengan adanya sistem *Marketplace* ini pelanggan bisa membeli berbagai macam kebutuhan hewan peliharaan, dengan adanya layanan tersebut akan membantu pemilik hewan peliharaan dalam merawat hewan peliharaan kesayangannya. Dimana pemilik hewan peliharaan tidak perlu lagi datang ketoko terlebih dahulu dan mencari barang yang diinginkan karena sudah bisa dilakukan dirumah saja. Serta pemilik hewan peliharaan tidak perlu repot lagi dalam mengecek ketersediaan barang di toko yang diinginkan bisa dilihat hanya dalam satu website saja yaitu *Marketplace Petshop* ini, karena di dalam satu *website* ini terdapat kumpulan toko-toko *Petshop* yang ada dikota Sampit. Konsep pelayanan jasa pada *Marketplace* yang dibangun yaitu, pelanggan telah melakukan *booking* dan pembayaran terlebih dahulu di *Marketplace* dan setelah itu pelanggan membawa hewan peliharaannya ke *Petshop*.

Adapun metode yang penulis ambil disini adalah mengadopsi Customer Relationship Management (CRM) yang fokus terhadap analisis Sales Marketing untuk meningkatkan penjualan[3].

Metode ini cocok dengan sistem yang akan dibangun sebab dengan adanya metode CRM di *marketplace* ini, pendataan tentang apa yang diinginkan pelanggan atau pelanggan yang menggunakan jasa pada *marketplace* ini akan lebih mudah diketahui serta terdata, dengan demikian target marketshare akan lebih mudah dicari sehingga *Sales Marketing* akan meningkat.

Marketplace adalah perantara antara penjual dan pembeli di dunia maya. Situs *marketplace* bertindak

sebagai pihak ketiga pada transaksi online dengan menyediakan tempat berjualan serta fasilitas pembayaran. mampu dikatakan *marketplace* adalah departement toko online. pada umumnya terdapat dua jenis kolaborasi di situs *marketplace* Indonesia, yaitu *marketplace* murni serta konsinyasi[4].

Marketplace murni adalah saat situs *marketplace* hanya menyediakan lapak untuk berjualan dan fasilitas pembayaran. Penjual yang melakukan kerjasama *marketplace* diberikan keleluasaan lebih banyak dibandingkan kerjasama konsinyasi. Penjual berkewajiban untuk menyediakan deskripsi dan foto produk secara berdikari. Selain itu, penjual juga dapat menerima penawaran harga dari pembeli. Jadi sebelum melakukan pembayaran, pembeli bisa melakukan penawaran harga pada penjual. setelah menerima harga yang disepakati oleh kedua belah pihak, pembeli bisa mengirimkan sejumlah uang ke rekening yang disediakan *marketplace*[5].

Marketplace konsinyasi atau kata mudahnya adalah titip barang. Jika penjual melakukan kerjasama konsinyasi menggunakan situs *marketplace*, ia hanya perlu menyediakan produk serta lebih jelasnya informasi ke pihak *marketplace*. salah satu contoh *marketplace* yang menyediakan kerjasama konsinyasi adalah Zalora. contoh *marketplace* lain yang memakai jenis kerjasama ini ialah Berrybenka. Pihak situs *marketplace* akan mengurus penjualan dari foto produk, gudang, pengiriman barang, hingga fasilitas pembayaran. tidak selaras dari jenis kerjasama sebelumnya, di jenis kerjasama ini pembeli tak mampu melakukan penawaran harga karena alur semua alur transaksi ditangani oleh situs *marketplace*. Perbedaan mendasarnya terletak di tanggung jawab penjual serta alur transaksinya. Alur transaksi di *marketplace* terjadi langsung antara penjual serta pembeli, sedangkan kerjasama konsinyasi seluruh alur transaksi eksklusif ditangani situs *marketplace*[6].

Petshop adalah bisnis ritel yang menjual berbagai jenis hewan untuk umum. Berbagai perlengkapan hewan dan aksesoris hewan peliharaan juga dijual di toko hewan peliharaan. Produk yang dijual antara lain: makanan, camilan, mainan, kalung, kalung anjing, kotoran kucing, kandang dan akuarium. Beberapa toko hewan menyediakan layanan pengukiran tanda hewan peliharaan, yang memiliki informasi kontak pemiliknya jika hewan peliharaan tersebut hilang. Di Inggris Raya, Amerika Serikat, dan Kanada, toko hewan peliharaan sering kali menawarkan perawatan higienis (seperti pembersihan hewan peliharaan) dan layanan estetika (seperti perawatan kucing dan anjing). Beberapa toko hewan peliharaan juga memberikan tips tentang

pelatihan dan perilaku, serta saran tentang nutrisi hewan peliharaan[7].

CRM (Customer Relationship Management) adalah strategi bisnis yang memadukan proses, manusia dan teknologi. Membantu menarik prospek penjualan, mengkonfersi mereka menjadi pelanggan, dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, pelanggan yang puas dan loyal[8].

II. METODOLOGI PENELITIAN

Pengumpulan data penulis menggunakan metode sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung dengan beberapa pemilik toko *Petshop* yang berada di kota Sampit agar sistem yang dibuat sesuai dengan kebutuhan.

2. Pengamatan/Observasi

Dilakukan dengan mengamati langsung berbagai kegiatan layanan penjual kepada pelanggan, dan bagaimana kegiatan pelanggan pada saat mengunjungi *Petshop* apakah perlu adanya sistem *Marketplace Petshop* ini, agar dapat memahami membangun sistem yang lebih baik.

3. Studi Pustaka

Pengumpulan data dengan mempelajari metode yang berhubungan dengan *Marketplace* yang berkembang saat ini, juga mempelajari aplikasi-aplikasi yang dipakai dalam sistem *Marketplace*, maka penulis banyak mengutip dan mempelajari dari jurnal *online* dan website yang berhubungan dengan masalah diatas.

Gambar diatas menunjukkan bagaimana sistem yang sudah berjalan sebelumnya, dimana pelanggan masih harus mengunjungi toko petshop secara langsung untuk mencari keperluan perawatan hewan peliharaan. Pelanggan datang kel toko, pelanggan mendatangi pemilik toko Petshop, pelanggan menanyakan ketersediaan barang (makanan, kandang, tempat makan) yang dicari tersedia apa tidak, pemilik toko menawarkan barang yang tersedia, Apabila barang yang di cari tersedia maka selanjutnya pelanggan, pelanggan kembali ke pemilik toko Petshop dan meminta pembuatan nota, pemilik toko Petshop membulatkan nota dan pelanggan melakukan transaksi pembayaran, Atau pelanggan mencari layanan perawatan (shampo, vitamin, memandikan hewan) hewan peliharaan tersedia apa tidak, pemilik toko menawarkan perawatan yang tersedia, apabila perawatan yang di cari tersedia maka selanjutnya, pelanggan kembali ke pemilik toko Petshop dan meminta pembuatan nota, pemilik toko Petshop membuat nota dan pelanggan melakukan transaksi, apabila pelanggan mencari perawatan dan perawatan yang di cari tersedia maka selanjutnya pelanggan melakukan transaksi pembayaran, ketika barang atau pelayanan tidak tersedia di toko tersebut maka pelanggan akan mencari di toko lain.

Desain Sistem

Desain sistem adalah proses menyusun atau mengembangkan sistem informasi yang baru. Adapun aktor-aktor yang terlibat dalam desain sistem yang akan dibangun ialah:

1. Admin

Admin sebagai pihak ketiga berfungsi untuk mendaftarkan penjual atau pemilik toko *petshop* agar bisa masuk kedalam sistem dan melakukan transaksi penjualan kepada pelanggan.

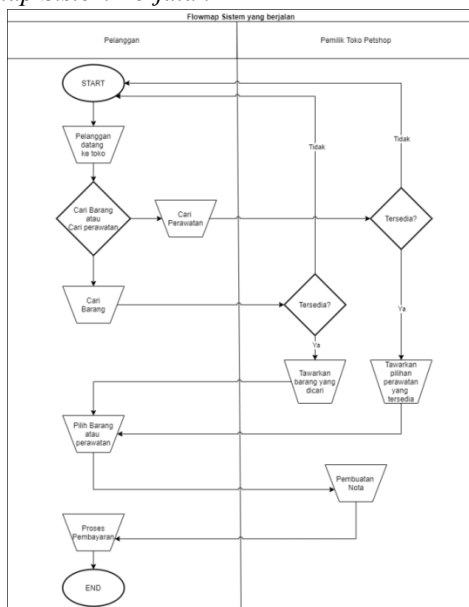
2. Pemilik toko *petshop*

Pemilik toko *petshop* mempunyai peran sebagai penjual barang atau jasa yang diinginkan pelanggan, serta apabila pelanggan telah melakukan transaksi pembayaran atas barang atau jasa yang di inginkannya maka tugas pemilik toko *petshop* mengkonfirmasi atas pembeliannya dan mengirimkan barang atau jasa ke pelanggan.

3. Pelanggan

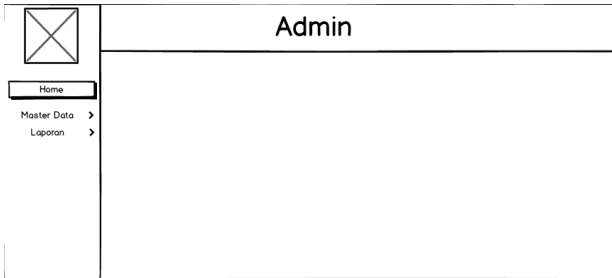
Pelanggan berperan sebagai pembeli barang atau jasa. ketika pelanggan menginginkan suatu barang maka pelanggan harus memasukkannya kedalam keranjang lalu melakukan transaksi pembayaran.

Flowmap Sistem Berjalan



Gambar 1. Flowmap Sistem Berjalan

Gambaran diatas adalah halaman *login* admin yang dimana datanya telah dibuat khusus oleh pembuat website untuk admin. Admin tidak perlu mendaftarkan diri seperti pelanggan dikarenakan admin adalah pembuat website untuk *username* dan *password* admin sudah dibuat khusus oleh *programer*.



Gambar 8 Desain Halaman Menu Admin

Gambaran diatas merupakan tampilan setelah admin *login* yang berisi menu-menu master data serta seperti laporan penjualan bulanan data pelanggan dan data penjual serta memmanagement tampilan interface.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Perangkat Keras

Perangkat keras yang digunakan dalam pengolahan Penerapan Teknologi E-Marketplace Penjualan & Layanan Hewan Peliharaan Di Kotim Menggunakan Metode CRM yaitu :

1. Processor : AMD A9-9400 RADEON R5, 5 COMPUTE CORES 2C+3G 2.40 GHZ
2. Installed Memory (RAM) : 4 GB
3. System type : Sistem operasi 64-bit, prosesor berbasis x64
4. Hard Disk : 1 terabyte
5. Mouse

Implementasi Perangkat Lunak

Perangkat lunak yang digunakan dalam Penerapan Teknologi E-Marketplace Penjualan & Layanan Hewan Peliharaan Di Kotim Menggunakan Metode CRM yaitu :

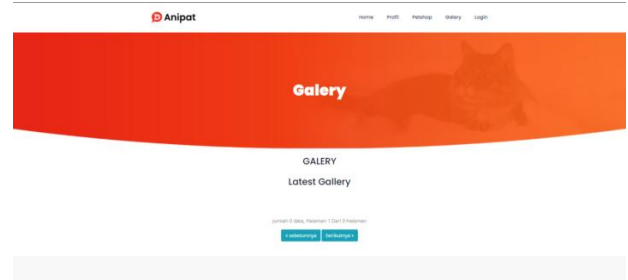
1. Sistem Operasi : Windows 10 Pro
2. Bahasa Pemrograman : PHP & Java Script.
Web Browser : Google Chrome
75.0.3770.100
3. Database : MySQL
4. WebEditor : Sublime Text
5. Web Server : XAMPP

Implementasi penerapan teknologi Marketplace penjualan & layanan hewan peliharaan di Kotim menggunakan metode CRM

Implementasi penerapan teknologi Marketplace penjualan & layanan hewan peliharaan di Kotim menggunakan metode CRM merupakan cara penerapan suatu sistem dan cara menjalankan program aplikasi

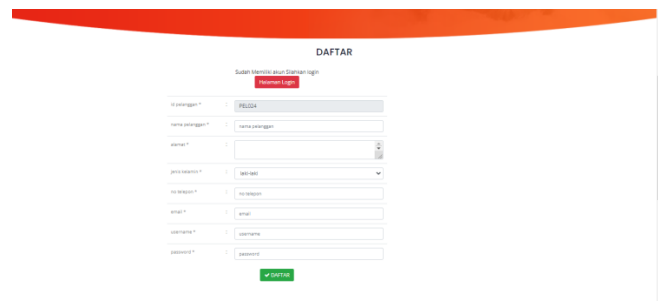
penerapan teknologi Marketplace penjualan & layanan hewan peliharaan di Kotim menggunakan metode CRM.

A. Pelanggan



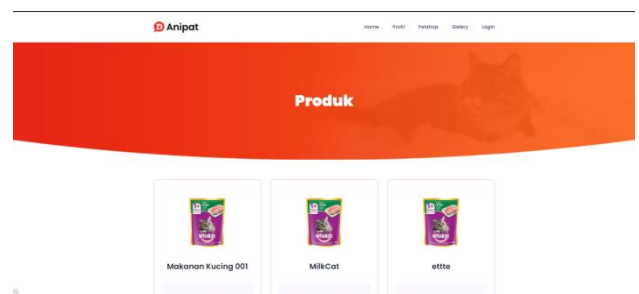
Gambar 9. Halaman Galery

Halaman Pelanggan merupakan tampilan pertama pada saat program dijalankan yang setelah pelanggan *login*, dan berisi tampilan produk dengan penjualan tertinggi. Setelah itu pelanggan akan diarahkan ke halaman *Login* dimana halaman ini merupakan tampilan ketika pelanggan ingin login kedalam web marketplace petshop. Pelanggan akan diarahkan ke halaman pendaftaran jika ingin melakukan pendaftaran.



Gambar 10. Halaman Pendaftaran

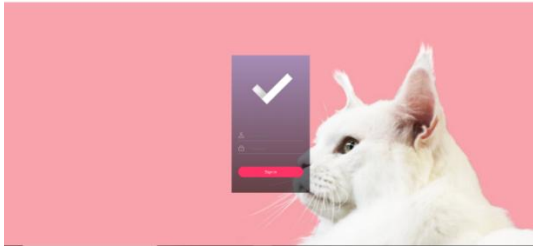
Setelah mendaftar dan *login* ke akun pelanggan maka pelanggan akan diarahkan ke halaman profile dan halaman gallery yang berisi foto kegiatan. Dan ada juga tampilan halaman produk yang berisi barang-barang yang dijual ke pelanggan.



Gambar 11. Halaman Produk

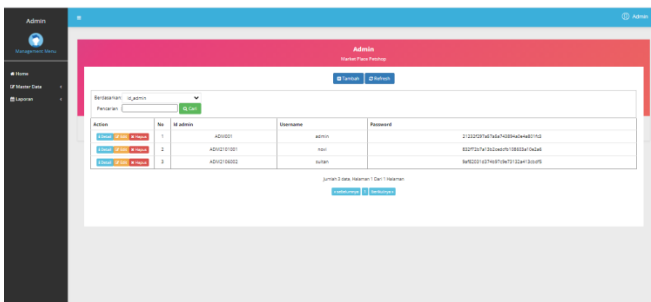
Gambar diatas adalah halaman yang menampilkan jenis-jenis produk yang sedang promosi, berisikan tentang harga, diskon dan foto produk dari masing-masing penjual yang ada di dalam marketplace dimulai dari yang terlaris.

B. Admin dan Pemilik Toko Petshop



Gambar 12. Halaman Login Admin

Halaman *Login Admin* merupakan tampilan masuk ke menu Admin dan disini pemilik toko *petshop* juga *login* melalui Halaman *Login Admin* ini. Setelah *Login*, selanjutnya admin akan diarahkan ke halaman admin dan juga menu pemilik toko *petshop*. Setelah berhasil *login* maka akan ada tampilan laporan bahwa telah berhasil *Login*.



Gambar 13. Halaman Data Admin

Halaman Data Admin merupakan tampilan informasi. Admin juga bisa menambahkan atau mengupdate data barang yang paling laris di Halaman Data *Galery*. Di halaman ini admin dan pemilik toko *petshop* dapat menambahkan kategori barang serta perawatan, melihat tampilan data-data dari pelanggan *marketplace petshop*, menambahkan data toko *petshop*, serta menambahkan data barang.

IV. KESIMPULAN

Dari hasil analisis sistem serta dan tahap perancangan sistem sampai dengan pembuatan program aplikasi, dapat diambil beberapa gambaran tentang apa dan bagaimana agar sistem dan aplikasi ini bisa berjalan sesuai dengan maksud dan tujuannya. Dari hasil pembahasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Telah menyelesaikan sistem yang cepat, efektif, dan efisien pada *Marketplace Petshop* di Kotawaringin Timur.

2. Mengimplementasikan sistem yang cepat, efektif, dan efisien pada *Marketplace Petshop* di Kotawaringin Timur.

V. REFERENSI

- [1] Putra, D. A., Sasmita, G. M., & Wiranatha, A. C. (2020). E-Commerce Marketplace Petshop Menggunakan Integrasi Rajaongkir API dan iPaymu Payment Gateway API. *Jurnal Ilmiah Teknologi dan Komputer*, 1-1.
- [2] Mubarak. (n.d.). <https://www.niagahoster.co.id>. Retrieved from niagahoster: <https://www.niagahoster.co.id/blog/marketplace-adalah/>
- [3] Administrator. (2022, December 28). *Ivosights*. Retrieved from Ivosights Web site: <https://ivosights.com/read/artikel/customer-relationship-management-5-tanda-perusahaan-membutuhkan>
- [4] sekawanmedia. (2022, juli 12). *sampoerna university*. Retrieved from sampoernauniversity: <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/marketplace-adalah/#:~:text=Marketplace%20adalah%20sebuah%20platform%20dengan,adalah%20Amazon%2C%20Alibaba%20dan%20Ebay.>
- [5] Questibrilia, B. (2019, juli 31). *jojo nomic*. Retrieved from jojo nomic: <https://www.jojonomic.com/blog/marketplace/>
- [6] Aryanto, A. (2022, Januari 10). *Info brand*. Retrieved from Info brand: <https://infobrand.id/apaitu-marketplace-marketplace-murni-dan-marketplace-konsinyasi.phtml>
- [7] Supratono, W. (2019). *Pembangunan Aplikasi E-Pet Solution Berbasis Android*. Retrieved from UNIKOM_WAKHID SUPRANTONO_BAB 2.pdf: https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1042/7/UNIKOM_WAKHID%20SUPRANTONO_BAB%202.pdf
- [8] Izza. (2022, April 28). *Big Evo*. Retrieved from Big Evo: <https://bigevo.com/blog/detail/crm>
- [9] Silaswara, D., Kusnawan, A., & Hernawan, E. (2022). Dampak Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan Jasa. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 63.
- [10] Zaelani, M. A., Supriyadi, S., & Andriyat, R. (2018). IMPLEMENTASI METODE CRM OPERASIONAL PADA SISTEM. *Jurnal Cloud Information*, 10.