

**RANCANGAN BANGUN SISTEM *CUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PASIEN  
TERHADAP KUALITAS LAYANAN PADA KLINIK  
KECANTIKAN ELSHA BEAUTY HOUSE**

**SKRIPSI**

**Program Studi Sistem Informasi**

**Jenjang Sarjana**



**Oleh**

**Erika Feby Rahmawati**

**09031381520073**

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2020**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**RANCANGAN BANGUN SISTEM *CUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PASIEN  
TERHADAP KULITAS LAYANAN PADA KLINIK KECANTIKAN  
ELSHA BEAUTY HOUSE**

**SKRIPSI**

**Program Studi Sistem Informasi  
Jenjang Sarjana**

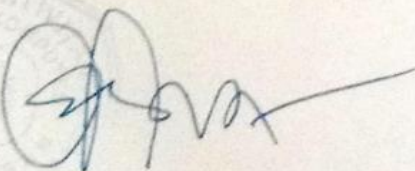
**Oleh**

**ERIKA FEBY RAHMAWATI**

**09031381520073**

**Palembang, Desember 2020**

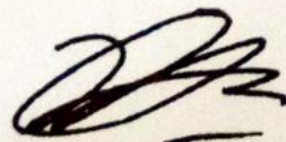
**Mengetahui,  
Ketua Jurusan Sistem Informasi,**



A blue ink signature of Endang Lestari Ruskan, written over a faint circular stamp of Universitas Sriwijaya.

**Endang Lestari Ruskan, M.T.**  
**NIP. 197811172006042 001**

**Pembimbing I,**



A blue ink signature of Pacu Putra Suarli.

**Pacu Putra Suarli, M.Cs**  
**NIP. 198912182013011201**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

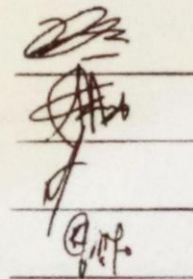
Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 30 Desember 2020

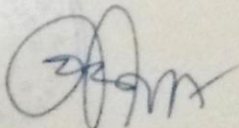
Tim Penguji :

- |                 |                             |
|-----------------|-----------------------------|
| 1. Pembimbing I | : Pacu Putra, M.Cs.         |
| 2. Ketua        | : Ken Ditha Tania, M.Kom.   |
| 3. Penguji I    | : Ali Ibrahim, M.T.         |
| 4. Penguji II   | : Putri Eka Sevtiyuni, M.T. |



Four handwritten signatures are listed vertically on the right side of the page, each corresponding to a member of the exam team. The signatures are written in black ink on a white background.

Mengetahui  
Ketua Jurusan Sistem Informasi,



A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Endang Lestari Ruskan', is written over a faint circular stamp of the institution.

**Endang Lestari Ruskan, M.T**  
NIP 197811172006042001

**RANCANGAN BANGUN SISTEM *CUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PASIEN  
TERHADAP KUALITAS LAYANAN PADA KLINIK  
KECANTIKAN ELSHA BEAUTY HOUSE**

**Oleh**

**Erika Feby Rahmawati**

**NIM 09031381520073**

**ABSTRAK**

Klinik kecantikan Elsha Beauty House yang berada di Palembang sudah 3 tahun berpengalaman dalam jasa pelayanan kecantikan. Klinik kecantikan Elsha Beauty House perlu menjaga loyalitas pelanggan agar tetap eksis dan bertahan dalam persaingan bisnis, salah satu caranya adalah dengan menjaga loyalitas pelanggan melalui kuesioner yang nantinya akan disebar. Masalah yang dihadapi dalam penelitian ini adalah makin bertambahnya tempat perawatan kecantikan lain sehingga kepuasan konsumen harus tetap dipertahankan agar loyalitas konsumen dapat tetap terjaga. Tujuan yang ingin dicapai Meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan yang diperoleh melalui kuesioner tersebut serta menggunakan customer relationship management dalam membina serta menjaga hubungan dengan pelanggan. Metode pengembangan sistem menggunakan waterfall.

**Kata kunci:** *Customer relationship management, Loyalitas pelanggan, waterfall*

**RANCANGAN BANGUN SISTEM *CUSTOMER RELATIONSHIP*  
*MANAGEMENT* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PASIEN  
TERHADAP KUALITAS LAYANAN PADA KLINIK  
KECANTIKAN ELSHA BEAUTY HOUSE**

**By**

**Erika Feby Rahmawati**

**NIM 09031381520073**

**ABSTRACT**

Elsha Beauty House beauty clinic located in Palembang has 3 years of experience in beauty services. Elsha Beauty House beauty clinic needs to maintain customer loyalty in order to remain and survive in business competition, one way is to maintain customer loyalty through a questionnaire that will be distributed later. The problem faced in this study is the increasing number of beauty care facilities and so that consumer satisfaction must be maintained so that consumer loyalty can be maintained. Objectives to be achieved Increase customer satisfaction and loyalty obtained through the questionnaire and use customer relationship management in building and maintaining relationships with customers. System development methods using waterfall.

**Keywords:** Customer relationship management, Customer loyalty, waterfall

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan dan Manfaat .....	4
1.2.1 Tujuan .....	4
1.2.2 Manfaat .....	4
1.3 Rumusan Permasalahan.....	4
1.4 Batasan Permasalahan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Tinjauan Pustaka .....	6
2.2 <i>Customer Relationship Management</i> .....	6
2.3 Kepuasan <i>Customer</i> .....	7
2.4 Kualitas Layanan.....	7
2.5 Ishikawa Diagram .....	8
2.5.1 Manfaat <i>Fishbone Diagram</i> .....	9
2.5.2 Langkah-langkah Pembuatan <i>Fishbone Diagram</i> .....	10
2.5.3 Kelebihan <i>Fishbone Diagram</i> .....	12
2.6 <i>Data Flow Diagram</i> (DFD).....	12
2.6.1 Diagram Konteks .....	14
2.6.2 Diagram Nol/Zero .....	16
2.6.3 Diagram Rinci .....	16
2.7 <i>Entity Relationship Diagram</i> (ERD).....	17
2.8 Basis Data.....	18
2.9 <i>Personal Hypertext Preprocessor</i> (PHP).....	20
2.10 <i>Mysql</i> .....	21
2.11 <i>Xampp</i> .....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	23
3.1 Objek Penelitian .....	23
3.2 Teknik Pengumpulan data.....	23
3.2.1 Jenis Data .....	23
3.2.2 Sumber Data.....	23
3.2.3 Metode Pengumpulan Data .....	23
3.3 Metode Pengembangan Sistem .....	24
3.4 Metode Mengelola dan Membangun CRM .....	26

BAB IV ANALIS SISTEM .....	28
4.1 Scope Definition (Definisi Lingkup).....	28
4.1.1 Tujuan Proyek.....	28
4.1.2 Gambaran Proyek .....	28
4.2 Pernyataan Masalah dan Opportunity .....	29
4.2.1 Pernyataan Masalah .....	29
4.2.2 Opportunity .....	30
4.3 Ishikawa Diagram .....	30
4.4 Analis Sistem .....	34
4.4.1 Analis Prosedur Sistem yang berjalan .....	34
4.4.2 Perencanaan Strategis Sistem .....	35
4.5 Analis Kebutuhan.....	35
4.5.1 Kebutuhan Informasi .....	35
4.5.2 Kebutuhan Fungsional .....	36
4.5.3 Kebutuhan Non Fungsional .....	36
4.6 Prioritas Kebutuhan.....	37
4.6.1 Mandatory Requirement .....	37
4.6.2 Desirable Requirement .....	38
4.7 Logical Design .....	39
BAB V PERANCANGAN SISTEM .....	42
5.1 Physical Data Flow Diagram.....	42
5.2 PDFD Level 1 Sistem yang Diusulkan .....	42
5.3 Construction and Testing .....	44
5.4 Database Design .....	45
5.5 Rancangan Interface .....	46
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN .....	47
6.1 Hasil .....	47
6.2 Pembahasan .....	47
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN .....	55
7.1 Kesimpulan.....	55
7.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA .....	57
LAMPIRAN .....	58

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> <i>Ishikawa diagram</i> .....	12
<b>Gambar 4.1</b> <i>Ishikawa diagram</i> sulitnya mencari daftar customer.....	31
<b>Gambar 4.2</b> <i>Ishikawa Diagram</i> informasi mengenai klinik terbatas.....	31
<b>Gambar 4.3</b> <i>Ishikawa Diagram</i> tidak adanya rekomendasi treatment selanjutnya pada customer .....	32
<b>Gambar 4.4</b> ERD .....	39
<b>Gambar 4.5</b> DFD Level 1 .....	40
<b>Gambar 5.1</b> PDFD Level 1 Sistem yang diusulkan.....	44
<b>Gambar 5.2</b> Rancangan Halaman Login Admin .....	46
<b>Gambar 5.3</b> Rancangan Halaman Home Admin .....	46
<b>Gambar 6.1</b> Halaman Login Admin .....	48
<b>Gambar 6.2</b> Halaman Dashboard Admin .....	48
<b>Gambar 6.3</b> Halaman Home .....	49
<b>Gambar 6.4</b> Halaman Login <i>Customer</i> .....	50
<b>Gambar 6.5</b> Halaman <i>Services</i> .....	50
<b>Gambar 6.6</b> Halaman <i>Products</i> .....	51
<b>Gambar 6.7</b> Halaman Konsultasi.....	51
<b>Gambar 6.8</b> Halaman <i>Register Form</i> dari Menu Konsultasi .....	52
<b>Gambar 6.9</b> Halaman <i>Form</i> Konsultasi .....	52
<b>Gambar 6.10</b> Halaman <i>About Us</i> .....	53
<b>Gambar 6.11</b> Halaman Instagram.....	53
<b>Gambar 6.12</b> Halaman <i>Cart</i> .....	54



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b>	Notasi <i>data flow diagram</i> .....	14
<b>Tabel 2.2</b>	Simbol <i>diagram konteks</i> .....	15
<b>Tabel 2.3</b>	Penomoran Proses untuk <i>data flow diagram</i> .....	17
<b>Tabel 2.4</b>	simbol-simbol <i>entity relationship diagram</i> .....	18
<b>Tabel 4.1</b>	<i>Matriks Problem, Opportunities Objectives, and Constrains</i> .....	32
Tabel 4.2	Kebutuhan Informasi.....	35
Tabel 4.3	<i>Desirable Requirement</i> .....	38

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi sekarang banyak klinik mengalami perkembangan yang sangat pesat khususnya pada produk kecantikan dan perawatan wajah yang saling bersaing dalam memberikan pelayanan jasa dan kualitas produk yang akan ditawarkan. Ketatnya persaingan dunia bisnis di kecantikan membuat klinik atau pebisnis dituntut memiliki strategi pemasaran yang efisien agar dapat menyesuaikan dengan *trend* dan mengikuti perkembangan yang ada di media sosial. Untuk itu media sosial mempunyai peranan yang besar dalam menjalankan bisnis ini baik itu melalui internet, facebook, instagram, twitter maupun media sosial lain. Khususnya kaum hawa yang ingin melakukan perawatan supaya tampil cantik dan menarik.

Indonesia tentunya banyak memiliki produk-produk kecantikan dan perawatan wajah yang dalam kurun waktu tertentu tidak mengalami perkembangan yang memadai bahkan terjadinya gulung tikar, pada umumnya klinik kecantikan tersebut hanya terfokus pada penyediaan fasilitas atau pemberian kualitas produk tanpa memperhatikan unsur penting lainnya, seperti menjaga komunikasi yang baik dengan *customer* akan dapat memberikan nilai tambah dalam persaingan dengan bisnis lainnya yakni dengan memberikan kepuasan akan terbentuk loyalitas *customer*.

Permasalahan yang terjadi yakni banyaknya persaingan antar klinik yang ada pada daerah tersebut sehingga dapat menyebabkan rawannya perpindahan *customer* jika klinik tersebut tidak meningkatkan kualitas pelayanan dan loyalitas

*customer*, terkendala pada pemesanan obat yang mengharuskan *customer* mengantri agar dapat menebus resep tersebut. Serta *customer* yang mengeluh tidak puas terhadap pelayanan dan produk yang ditawarkan, komunikasi yang kurang baik dengan *customer* akan merugikan bisnis itu sendiri sehingga *customer* akan berkurang loyalitasnya bahkan bisa berpindah ke tempat lain.

Loyalitas berarti *customer* akan sering melakukan transaksi bisnis meskipun produk yang ditawarkan bukanlah produk yang memiliki kualitas bagus dan harga yang murah, loyalitas dapat tercipta dengan adanya hubungan atau komunikasi yang baik antara *customer* sehingga *customer* tersebut akan melakukan transaksi secara berulang ulang yang dapat menguntungkan klinik atau bisnis. mendefinisikan loyalitas *customer* loyalitas *customer* adalah komitmen *customer* bertahan secara mendalam untuk melakukan pembelian ulang produk baik barang atau jasa secara konsisten di masa yang akan datang meskipun pengaruh situasi usaha pemasaran berpotensi merubah perilaku

Hubungan jangka panjang dengan *customer* yang lama adalah hal yang sangat berharga dibandingkan *customer* baru dikarenakan *customer* baru relative susah dibujuk atau bisa saja tidak tertarik sama sekali untuk menggunakan produk atau layanan jasa yang kita tawarkan, klinik kecantikan Elsha Beauty House akan berusaha menjaga dan meningkatkan kualitas serta loyalitas *customer* untuk dapat menghadapi persaingan pasar dengan cara memberikan pelayanan yang memuaskan *customer* serta memenuhi kebutuhan yang diinginkan *customer*.

Penelitian yang dilakukan akan menggunakan metode *Service Quality*, metode ini juga digunakan untuk mengukur kualitas layanan menggunakan serangkaian kuesioner yang akan dibagikan secara langsung kepada *customer*, kemudian dari

hasil kuesioner tersebut dapat kita simpulkan apakah *customer* tersebut puas dan loyal terhadap produk yang di berikan..

Untuk membina hubungan dan komunikasi yang baik dengan *customer* supaya terciptanya loyalitas maka judul untuk penelitian ini yakni “Rancangan Bangun Sistem *Customer Relationship Management* dalam meningkatkan kepuasan pasien terhadap kualitas layanan pada klinik kecantikan Elsha Beauty House” diharapkan penelitian ini memberikan solusi terbaik yang dihadapi oleh pihak klinik agar dapat terus menerus menarik pihak *customer* supaya tertarik untuk menggunakan produk tersebut.

## **1.2 Tujuan dan Manfaat**

### **1.2.1 Tujuan**

Adapun tujuan penulisan laporan proposal ini adalah membuat sistem yang dapat memberikan akses *customer* dalam pemesanan produk dan memberikan penilaian terhadap klinik kecantikan Elsha Beauty House dengan cara membuat kuesioner online yang nantinya digunakan oleh *customer* yang sudah bertransaksi. Serta memberikan pelayanan cepat tanggap dalam menjalin komunikasi dengan *customer* agar terciptanya loyalitas.

### **1.2.2 Manfaat**

Manfaat dibangunnya *customer relationship management* diharapkan sistem ini dapat membantu klinik dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada *customer* dengan menggunakan metode *pengembangan sistem waterfall* sehingga dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan *customer*

### **1.3 Rumusan Permasalahan**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, Bagaimanakah kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan loyalitas *customer* pada Klinik Elsha Beauty House.

### **1.4 Batasan Permasalahan**

Untuk memberi batasan materi pada tugas akhir ini Menjelaskan tentang upaya meningkatkan loyalitas *customer* pada Elsha Beauty House, adalah:

- Sistem yang dibuat menggunakan Bahasa pemrograman *PHP* dan *MYSQL*
- Objek penelitian yaitu Klinik Elsha Beauty House
- Metode Pengembangan sistem menggunakan metode *Waterfall*

## DAFTAR PUSTAKA

- Adele, Mailangkay, & Juwono, E. (2015, Desember). CRM Strategi, Social CRM, and Customer Loyalty: A Proposed Conceptual Model. *Jurnal IKPIA Perbanas*, 56-60.
- Erni, N., Sriwana, I., & Yolanda, W. (2014). Peningkatan Kualitas Pelayanan dengan Metode Servqual Dan Triz di PT.XYZ. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 92-100.
- Iswandy, E. (2015, oktober). Sistem Penunjang Keputusan untuk Menentukan Penerimaan Dana Santunan Sosial Anak Nagari dan Penyalurannya bagi Mahasiswa dan Pelajar Kurang Mampu di Kenagarian Barung-barung Balantai Timur. *Jurnal Teknoif*
- Kubina, M., & Lendel, V. (2015). Succesfull Application of Social CRM in The Company. *University of Zilina*, 1190-1194.
- Murnawan, H., & Mustofa. (2014, april). Perencanaan Produktivitas Kerja dari Hasil Evaluasi Produktivitas dengan Metode Fisbone di Klinik Percetakan Kemasan Pt. X. *Jurnal Teknik Industri*.
- Mustofa, & Munarwan, H. (2014, april). Perencanaan dan Produktivitas Kerja dari Hasil Evaluasi Produktivitas dengan Metode Fisbone di Klinik Percetakan Kemasan PT.X *Jurnal Teknik Industri*
- Nugraha, L., Yuniar, & Harsono, A. (2015, Januari). Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Pendidikan Bahasa Inggris Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) di LBBP Lia Martadinata. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 61-78.