

**SISTEM INFORMASI MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN PADA
SPEZIAL SHOES**

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk penyelesaian Studi
di Jurusan Sistem Informasi S1



Oleh :

M Agung Barokha

NIM 09031381821009

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2021

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

SISTEM INFORMASI MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN PADA SPEZIAL SHOES

Sebagai salah satu syarat untuk penyelesian
Studi di Jurusan Sistem Informasi SI

Oleh

M Agung Barokha 09031381821009

Palembang, Juni 2021

Mengetahui

Ketua Jurusan Sistem Informasi,



Endang Lestari Ruskan, M.T
NIP. 197811172006042001

Pembimbing I,

Yadi Utama, S.Kom.,M.Kom
NIP. 197901152008011008

HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 14 Juli 2021

Tim Penguji :

1. Pembimbing I : Yadi Utama, S.Kom.,M.Kom.
2. Ketua Penguji : Ken Ditha Tania, M.Kom.
3. Anggota I : Rahmat Izwan Heroza, M.T.
4. Anggota II : Pacu Putra, M.Cs.



Mengetahui

Ketua Jurusan Sistem Informasi,



Endang Lestari Ruskan, M.T

NIP 197811172006042001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PALGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M Agung Barokha
NIM : 09031381821009
Program Studi : Sistem Informasi
Judul Skripsi : **SISTEM INFORMASI MANAJEMEN HUBUNGAN
PELANGGAN PADA SPEZIAL SHOES**

Hasil Pengecekan *Software Ithenticate / Turniti* : 4%

Menyatakan bahwa laporan skripsi saya merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan hasil penjiplakan/palgiat. Apabila ditemukan unsur penjiplakan dalam laporan skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tidak ada unsur paksaan dari berbagai pihak maupun perorangan

Palembang, Juni 2021



M Agung Barokha
NIM. 09031381821009

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, segala puji syukur tak henti penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir ini. Shalawat dan Salam juga penulis haturkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Dalam penyusunan laporan tugas akhir ini, penulis mendapatkan bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang terlibat dan telah membantu selama proses kepenulisan laporan tugas akhir ini :

1. Bapak Jaidan Jauhari, M.T selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
2. Ibu Endang Lestari Ruskan, M.T selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya
3. Bapak Yadi Utama, M.Kom selaku Pembimbing Tugas Akhir (TA) yang telah memberikan waktu, motivasi, dukungan dan banyak bimbingan serta saran maupun kritik kepada penulis dalam Menyelesaikan pembuatan Tugas Akhir.
4. Ibu Ken Ditha Tania, M.Kom selaku ketua pengujii, Bapak Rahmat Izwan Heroza, M.T dan Bapak Pacu Putra, M.Cs, selaku dosen pengujii tugas akhir yang telah menguji sebaik mungkin dan memberikan saran serta masukkan yang membangun kepenulisan tugas akhir saya menjadi lebih baik.
5. Pemilik Toko Achmad Burlian Aldi

6. Segenap Dosen Fakultas Ilmu Komputer Khususnya Dosen Program Studi Sistem Informasi yang telah memeberikan ilmu kepada penulis sehingga penulis bisa menjalani proses perkuliahan dan menyelesaikan Tugas Akhir (TA) dengan baik.
7. Staff Administrasi Sitem Informasi dan staff administrasi Fakultas Ilmu Komputer yang telah memberikan kemudahan dalam hal administrasi sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir (TA) dengan lancar.
8. Rekan-rekan seperjuangan yang juga membantu penulis di antaranya Putri Nur Kori, Marina Adhitia Rosyadah, Anggy Lumongga Siregar, Deni Agustiawansyah, M.Agam Nugraha Essen, dan Andrie Fernando.
Dan penulis juga berterimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat sebutkan satu persatu dan mohon maaf setulus-tulusnya kepada mereka semua, Penulis yakain dalam penulisan Tugas Akhir (TA) ini masih memiliki banyak kekurangan yang disadari karena khilafan penulis semata, oleh karena itu penulis menyampaikan maaf dan mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun diri pembaca duna membuat kesempurnaan pada masa mendatang. Akhir kata, atas segalanya perhatian dan kerjasamanya penulisa ucapan terima kasih dan Semoga tulisan ini bermanfaat bagi kita semuanya. Aamiin.

Palembang, Juni 2021

Penulis



M Agung Barokha

SISTEM INFORMASI MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN PADA SPEZIAL SHOES

Oleh

M Agung Barokha
09031381821009

ABSTRAK

Spezial Shoes merupakan salah satu bisnis yang bergerak dibidang jasa laundry dan dry cleaning khususnya sepatu. Dalam menjalankan proses bisnisnya spezial shoes belum menerapkan strategi khusus sehingga pendapatan spezial shoes tidak maksimal. Guna meningkatkan daya saing dalam berbisnis di rancanglah sebuah website sistem informasi manajemen hubungan pelanggan pada spezial shoes yang menerapkan metode CRM dan metode pengembangan sistem waterfall untuk mendukung proses bisnis yang di jalankan di spezial shoes. Bahasa yang digunakan pada perangkat lunak pemodelan sistem ialah PHP dan MySql sebagai DBMS. Hasil analisis yang dilakukan pada website sistem informasi manajemen hubungan pelanggan pada spezial shoes dengan menerapkan CRM, hasil yang di dapatkan adalah Sistem yang dibangun dapat meningkatkan hubungan baik dan kepercayaan pelanggan kepada Spezial Shoes, mempermudah pelanggan dalam mendapatkan informasi terbaru mengenai daftar layanan yang disediakan Spezial Shoes, menciptakan peluang untuk menjaring pelanggan baru serta meningkatkan potensi pendapatan Spezial Shoes, membantu pegawai dalam mengelola informasi, transaksi serta pelayanan pelanggan pada Spezial Shoes. Selain itu sistem ini juga menghasilkan berberapa laporan diantaranya laporan servis dan laopran penukaran merchant, sehingga memudahkan pemilik dalam melakukan evaluasi untuk menerapkan strategi penjualan ke bulan berikutnya.

Kata kunci : Sistem Informasi Manajemen, CRM, Waterfall, PHP.

Palembang, Juni 2021



Pembimbing I,



Yadi Utama, S.Kom.,M.Kom
NIP. 197901152008011008

MANAGEMENT INFORMATION SYSTEM AT SPEZIAL SHOES

By

**M Agung Barokha
09031381821009**

ABSTRACT

Spezial Shoes is one of the businesses engaged in laundry and dry cleaning services, especially shoes. In running its business process spezial shoes have not implemented a special strategy so that the revenue of spezial shoes is not maximized. In order to increase competitiveness in doing business, a website designed customer relationship management information system on spezial shoes that applies CRM methods and waterfall system development methods to support business processes run in spezial shoes. The languages used in system modeling software are PHP and MySql as DBMS. The results of the analysis conducted on the website of customer relationship management information system on spezial shoes by applying CRM, the result is a system that is built to improve good relations and customer trust to Spezial Shoes, make it easier for customers to get the latest information about the list of services provided by Spezial Shoes, create opportunities to attract new customers and increase the revenue potential of Spezial Shoes, assisting employees in managing information, transactions and customer service at Spezial Shoes. In addition, the system also generates several reports including service reports and merchant exchange reports, making it easier for owners to evaluate to implement a sales strategy into the next month.

Keywords : Information System Management, CRM, Waterfall, PHP.

Palembang, Juni 2021

Mengetahui

Ketua Jurusan Sistem Informasi,



Endang Lestari Ruskan, M.T
NIP. 197811172006042001

Pembimbing I,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Yadi Utama".

Yadi Utama, S.Kom.,M.Kom
NIP. 197901152008011008

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PALGIAT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Masalah.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.2 Profil Spezial Shoes.....	7
2.3 Customer Relationship Management (CRM).....	7
2.3.1 Pengertian <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	7
2.3.2 Tujuan Customer Relationship Management (CRM)	8
2.3.3 Komponen <i>Customer Relationship Management</i> (CRM	9
2.4 Konsep dasar Sistem Informasi	10
2.4.1 Pengertiaan Sistem dan Informasi.....	10
2.4.2 Pengertian Hubungan Pelanggan	10
2.4.3 Pengertian Pelanggan	11
2.5 Pengertian Laundry dan Dry Clean	11
2.6 Pemodelan Proses	12
2.7 Pemodelan data.....	13
2.8 Teknologi Basis Data	14

2.9	PHP.....	15
2.10	My SQL.....	15
2.11	Website.....	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	17	
3.1	Metode Penelitian.....	17
3.2	Strategi CRM.....	19
3.3	Sumber Data	20
3.3.1	Data primer.....	20
3.3.2	Data Sekunder	21
3.4	Teknik Pengumpulan Data	21
3.4.1	Studi Literatur	21
3.4.2	Observasi.....	21
3.4.3	Wawancara.....	22
3.5	Fase <i>Customer Relationship Management</i>	23
3.6	Analisis Kebutuhan (<i>Requirement Analysis</i>).....	24
3.6.1	Kebutuhan Fungsional	24
3.6.2	Kebutuhan Nonfungsional	25
3.7	Perancangan Sistem.....	25
3.7.1	Data Flow Diagram (DFD)	25
3.7.2	<i>Entity Relationship Diagram</i> (ERD).....	30
3.8	Desain Tabel Database	30
3.9	Rancangan Interface	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38	
4.1	Struktur Menu.....	38
4.1.1	Struktur Menu Admin	38
4.1.2	Struktur Menu Pelanggan.....	39
4.1.3	Struktur Menu Pimpinan	40
4.2	Pembahasan	40
4.2.1	Halaman Utama.....	40
4.2.2	Halaman Kelola Layanan.....	41
4.2.3	Halaman Kelola Merchant	41
4.2.4	Halaman Daftar Pelanggan	42

4.2.5	Halaman Daftar Servis	42
4.2.6	Halaman Penukaran Merchant	43
4.2.7	Halaman Forum.....	44
4.2.8	Halaman Referensi Pelanggan	44
4.2.9	Halaman Laporan	45
4.3	Pengujian Black Box	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		48
5.1	Kesimpulan.....	48
5.2	Saran	48
DAFTAR PUSTAKA		48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Metode Waterfall.....	18
Gambar 3.2 Diagram Konteks.....	26
Gambar 3.3 Diagram Level 0	27
Gambar 3.4 Diagram Level 1 Proses Login.....	28
Gambar 3.5 Diagram Level 1 Proses Kelola Layanan.....	28
Gambar 3.6 Diagram Level 1 Proses Kelola Merchant	29
Gambar 3.7 Diagram Level 1 Proses Service	29
Gambar 3.8 Entity Relationship Diagram (ERD)	30
Gambar 3.9 Desain Halaman Awal Login	35
Gambar 3.10 Desain Tampilan Halaman Kelola Layanan.....	36
Gambar 3.11 Desain Tampilan Halaman Kelola Merchant	36
Gambar 3.12 Desain Tampilan Halaman Daftar Pelanggan	36
Gambar 3.13 Desain Tampilan Halaman Referensi Pelanggan	37
Gambar 3.14 Desain Tampilan Halaman Forum	37
Gambar 4.1 Struktur Menu Admin	38
Gambar 4.2 Struktur Menu Pelanggan	39
Gambar 4.3 Struktur Menu Pimpinan	40
Gambar 4.4 Halaman Utama.....	41
Gambar 4.5 Halaman Kelola Layanan	41
Gambar 4.6 Halaman Kelola Merchant	42
Gambar 4.7 Halaman Daftar Pelanggan.....	42
Gambar 4.8 Halaman Daftar Service	43
Gambar 4.9 Halaman Penukaran Merchant	43
Gambar 4.10 Halaman Forum.....	44
Gambar 4.11 Halaman Referensi Pelanggan	44
Gambar 4.12 Halaman Laporan	45

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Simbol dalam DFD (Sudarmaji, 2015)	12
Tabel 2.2 Simbol dalam ERD (Sudarmaji, 2015)	14
Tabel 3.1 Pelanggan	31
Tabel 3.2 Layanan.....	31
Tabel 3.3 <i>Merchant</i>	32
Tabel 3.4 <i>Service</i>	32
Tabel 3.5 Penukaran.....	33
Tabel 3.6 Forum.....	34
Tabel 3.7 Admin.....	34
Tabel 3.8 Referensi	35
Tabel 4.1 Pengujian <i>Blackbox</i>	46

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis yang semakin maju dan seiring berkembangnya sistem informasi dan teknologi informasi membuat para pelaku bisnis semakin berlomba-lomba dalam meningkatkan kualitas bisnis yang mereka jalankan. Dengan semakin ketatnya persaingan dunia bisnis dalam mendapatkan pelanggan, banyak perusahaan berlomba-lomba dalam menarik pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, tetapi layanan yang tersedia kurang berfokus pada kebutuhan pelanggan secara personal.

Dalam meningkatkan kualitas sebuah bisnis dibutuhkan orientasi pemasaran yang dimana melakukan identifikasi terhadap kebutuhan pelanggan sebelum melakukan produksi itu sendiri. Dengan mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, diharapkan pelanggan mendapatkan kepuasan yang merupakan kunci terhadap suatu bisnis yang lebih maju dan berkembang, orientasi ini disebut juga orientasi pemasaran berpusat pada pelanggan. Oleh sebab itu dibutuhkan suatu strategi bisnis dalam menjalankan proses bisnis dalam mengoptimalkan pemasaran, penjualan, dan pelayanan untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan yang sering lebih di kenal dengan *Customer Relationship Management* (CRM).

Customer Relationship Management (CRM) adalah sebuah industri Teknologi Informasi untuk metodologi, strategi, perangkat lunak dan atau aplikasi

berbasis web yang mampu membantu sebuah bisnis untuk mengelola hubungannya dengan pelanggan.

Berikut ini akan didefinisikan beberapa pengertian CRM yang diambil dari berbagai literatur antara lain (Tama, 2009):

1. Dari sisi yang berkaitan dengan teknologi informasi, CRM adalah sebuah strategi untuk mengoptimalkan customer lifetime value dengan cara mengetahui lebih banyak mengenai informasi konsumen dan berinteraksi dengan konsumen secara interensif (Todman, 2001)
2. Definisi CRM jika dilihat dari segi bisnis, dapat diartikan sebagai sebuah strategi bisnis untuk memahami, mengantisipasi dan mengelola kebutuhan konsumen yang potensial dalam suatu organisasi pada saat sekarang dan yang akan datang (Brown, 2000)

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan mengenai definisi CRM yaitu sebuah pendekatan yang mengintegrasikan setiap proses bisnis yang berhubungan langsung dengan konsumen, yaitu penjualan, pemasaran dan layanan konsumen. *Customer Relationship Management* menandakan seluruh proses menjalin dan menjaga hubungan dengan pelanggan dimana hubungan tersebut dapat menjadi jalan untuk memaksimalkan loyalitas pelanggan. Dengan kata lain, CRM dipandangi bukanlah sebagai sebuah produk ataupun sebuah layanan, tetapi sebuah strategi bisnis yang bertujuan memaksimalkan nilai konsumen dalam jangka panjang (*customer lifetime value*).

Spezial Shoes merupakan sebuah bisnis yang bergerak dibidang jasa laundry dan dry cleaning, khususnya laundry & dry cleaning sepatu. Mayoritas pelanggan Spezial Shoes saat ini adalah mahasiswa. Saat ini Spezial Shoes

memanfaatkan teknologi informasi dengan menggunakan Microsoft Excel untuk mengolah data transaksi pelanggan yang digunakan sebagai laporan bulanan kepada pemilik, sedangkan untuk proses bisnis yang sudah dijalankan Spezial Shoes belum menerapkan suatu strategi khusus, khususnya dalam sistem pelayanan terhadap pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan pegawai dan pemilik Spezial Shoes, dalam hubungannya dengan pelanggan Spezial Shoes sulit menentukan pelayanan apa yang terbaik untuk meningkatkan loyalitas terhadap pelanggan. Dalam menarik minat pelanggan baru, Spezial Shoes menyebarkan brosur pada awal pembukaan *outlet* baru dan untuk saat ini penyampaian infomasi terkait jasa yang disediakan melalui sosial media yaitu instagram, namun tidak ada penindakan lanjutan setelah proses tersebut selesai. Permasalahan lainnya adalah sulitnya dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada, pelanggan yang sudah ada yaitu pelanggan yang menjalin keterikatan (melalui member) dengan Spezial Shoes, sehingga pelanggan tersebut menggunakan jasa pencucian secara berulang, proses penyampaian keluhan, kritik dan saran harus dilakukan secara langsung ke *outlet* Spezial Shoes.

Permasalahan ini disebabkan belum adanya layanan yang memudahkan pelanggan terhubung dengan Spezial Shoes setelah proses transaksi selesai. Berdasarkan pernyataan diatas, permasalahan yang dihadapi oleh Spezial Shoes yaitu mengenai manajemen dan hubungan terhadap pelanggan, yang dapat mengakibatkan berhentinya penggunaan jasa Spezial Shoes sehingga berpengaruh pada kestabilan profit dari Spezial Shoes itu sendiri. Hal ini menyebabkan kepuasan pelayan terhadap pelanggan belum terpenuhi secara maksimal.Sistem

pemasarannya pun sejauh ini dilakukan hanya lewat akun sosial media yaitu instagram, sehingga peluang untuk mendapatkan calon pelanggan secara maksimal belum terpenuhi. Berdasarkan masalah yang telah diuraikan diatas maka dibutuhkan Sistem Informasi manajemen berbasis web yang menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM) pada Spezial Shoes sebagai strategi dalam memanajemen dan mempertahankan hubungan yang baik dan komunikasi yang baik kepada pelanggan.

Dari uraian di atas, penulis bermaksud untuk mengangkat masalah tersebut menjadi Laporan Tugas Akhir dengan judul “**SISTEM INFORMASI MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN PADA SPEZIAL SHOES**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka dirumuskan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana membangun sistem informasi manajemen hubungan pelanggan berbasis web dalam mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan dan mendapatkan pelanggan baru pada Spezial Shoes?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah membangun sebuah sistem informasi manajemen hubungan pelanggan pada Spezial Shoes dengan menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM).

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain :

1. Meningkatkan hubungan baik dan kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan pada Spezial Shoes.
2. Menciptakan peluang untuk menjaring pelanggan baru.
3. Membantu pegawai dalam mengelola informasi, transaksi serta pelayanan pelanggan pada Spezial Shoes.

1.5 Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak menyimpang dari permasalahan pokok, maka penulis membatasi ruang lingkup dari permasalahan yang akan dibahas yaitu:

1. Sistem informasi yang dibuat akan menampilkan informasi dan pelayanan pada Spezial Shoes.
2. Sistem informasi yang dibuat menggunakan pemrograman PHP dan *database MySQL*.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, E., & Irviani, R. (2017). *Pengantar Sistem Informasi*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Jogiyanto.(1990). Analisis dan Desain Sistem Informasi. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tama, A. (2009). Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya. Yogyakarta: Gava Media.
- RA Sukamto, M. S. (2013). Rekayasa Perangkat Lunak. Bandung.
- Sabatini, R. R. (2018). PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) BERBASIS WEBSITE DI CV RIZ PLAKAT JAYA DI SURABAYA.
- Setiyadi, A., & Triyono, R. A. (2014). Pembangunan Website E-commerce Dengan Sistem Informasi Transaksi.
- Sudarmaji, Putratama.(2015). Pemrograman Web dengan Menggunakan PHP dan Framework Codeigniter.Yogyakarta. Depublish
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Supardi.(2005). *Metodologi penelitian ekonomi & bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Wardani, N. (2020). *Data Mining dalam Analytic CRM*. Yayasan Kita Menulis.
- Wilde, S. (2011). *Customer Knowledge Management – Improving Customer Relationship Through Knowledge Application*. New York: Springer.