

**PENERAPAN FRAMEWORK OF DYNAMIC CRM  
PADA SISTEM PENJUALAN KOMPUTER CV.SALSABILA MULTIJASA**

**SKRIPSI**

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi  
di Program Studi Sistem Informasi Profesional S1



Oleh

**Irwan**  
**NIM. 09031481619039**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI PROFESIONAL  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
JULI 2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

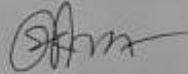
PENERAPAN FRAMEWORK OF DYNAMIC CRM PADA SISTEM  
PENJUALAN KOMPUTER CV.SALSABILA MULTIJASA

Sebagai salah satu syarat untuk penyelesaian studi  
di Program Studi Sistem Informasi Profesional SI

Oleh

Irwan 09031481619039

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Sistem Informasi,



Endang Lestari Ruskan, M.T.  
NIP. 197811172006042001

Palembang, Juli 2018

Pembimbing,



Mgs. Afrivan Firdaus, S.Si., M.I.T.  
NIP. 198202122006041003

## HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

### HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Irwan  
NIM : 09031481619039  
Program Studi : Sistem Informasi Profesional  
Judul Skripsi : Penerapan Framework Of  
Dynamic Crm Pada Sistem  
Penjualan Komputer  
Cv.Salsabila Multijasa

Hasil Pengecekan *Software iThenticate/Turnitin* : 8%

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

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak ada paksaan oleh siapapun.

Palembang, Juli 2018



Irwan  
NIM. 09031481619039

## HALAMAN PERSETUJUAN

### HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada:

Hari : Senin

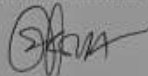
Tanggal : 30 Juli 2018

Tim Penguji:

- |                  |                                       |   |
|------------------|---------------------------------------|---|
| 1. Pembimbing    | : Mgs. Afriyan Firdaus, S.Si., M.I.T. |   |
| 2. Ketua Penguji | : Ali Ibrahim, S.Kom., M.T.           |   |
| 3. Penguji I     | : Endang Lestari Ruskan, M.T.         |   |
| 4. Penguji II    | : Pacu Putra Suarli, M.Cs.            |  |

Mengetahui,

Ketua Jurusan Sistem Informasi,



Endang Lestari Ruskan, M.T.  
NIP. 197811172006042001

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- MOTTO :

“Tidaklah berubah nasib suatu kaum, kecuali kaum itu sendiri yang merubah nasibnya”

“Hasil yang kau dapatkan adalah cerminan dari proses yang kau lakukan untuk mendapatkan hasil tersebut”

- PERSEMBAHAN :

*“Untuk kedua orangtuaku, Ayah Charlie Ardiansyah dan Ibu Fitriani yang selalu mendukung dan mendoakan”*

*“Untuk saudara dan keluarga yang memberi dukungan dan juga doa”*

*“Untuk rekan-rekan dan almamaterku yang memberi banyak ilmu dan dan pengalaman”*

## KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, atas berkat, rahmat dan hidayah-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“PENERAPAN FRAMEWORK OF DYNAMIC CRM PADA SISTEM PENJUALAN KOMPUTER CV.SALSABILA MULTIJASA”** dalam rangka menyelesaikan pendidikan Sarjana pada Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan, pengarahan serta semangat dari berbagai pihak dan menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Jaidan Jauhari, S.Pd, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
2. Ibu Endang Lestari Ruskan, M.T. selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Mgs. Afriyan Firdaus, S.Si., M.I.T. selaku dosen Pembimbing yang telah memberikan bantuan dan bimbingan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Kedua Orang Tuaku Tercinta ayah Charlie Ardiansyah dan ibunda Fitriani yang selalu mendoakan, memotivasi, dukungan, dan kasih sayang kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.

5. Bpk. Ibnu Santoso selaku Pegawai CV.Salsabila MultiJasa yang telah memberikan kesempatan penelitian.
6. Seluruh Pimpinan, Staf pengajar, Administrasi dan Karyawan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya
7. Teman- teman dan Sahabat seperjuangan di Sistem Informasi Profesional 2016 yang selalu memberikan saran, kritik, *support* dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
8. Untuk saudara dan keluargaku yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan motivasi, semangat, saran, dan kritiknya.

Penulis menyadari akan banyaknya kekurangan dalam Skripsi ini. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan agar di masa-masa yang akan datang bisa lebih baik lagi. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, Juli 2018

Penulis

## **ABSTRAK**

### **PENERAPAN FRAMEWORK OF DYNAMIC CRM PADA SISTEM PENJUALAN KOMPUTER CV.SALSABILA MULTIJASA**

**Oleh**

**Irwan**

**09031481619039**

CV.Salsabila MultiJasa merupakan sebuah Usaha Kecil Menengah (UKM) yang ada di Kota Palembang. Usaha ini bergerak dalam bidang penjualan komputer dan penyedia jasa instalasi komputer. Dalam aktivitas penjualan, CV.Salsabila Multijasa memiliki pelanggan yang berasal tidak hanya dari Kota Palembang dan tersebar ke seluruh daerah Sumatera Selatan seperti Banyuasin, Prabumulih dan Muara Enim. Dari latarbelakang geografis ini juga sering terjadi masalah seperti pelanggan yang kesulitan dalam mencari informasi produk yang ditawarkan sehingga harus datang langsung ke toko atau melalui via telepon. Selain itu pihak CV.Salsabila MultiJasa juga ingin meningkatkan penjualan produk dan kenyamanan pelanggan dalam bertransaksi dengan sebuah cara atau media baru. Untuk menyelesaikan permasalahan tersebut maka dibangunlah sebuah sistem dengan menerapkan Framework Of Dynamic Crm Pada Sistem Penjualan Komputer Cv.Salsabila Multijasa. Tujuan dari penelitian ini yaitu menerapkan metode Framework Of Dynamic CRM pada sistem penjualan produk dan komputer CV.Salsabila MultiJasa yang mendukung dalam kegiatan penjualan produk dan pelayanan pelanggan. Penerapan ini dibangun berdasarkan metode pengembangan sistem FAST yang meliputi 8 tahapan yaitu definisi lingkup, analisis permasalahan, analisis kebutuhan, desain logis, analisis keputusan, perancangan fisik, konstruksi dan pengujian, instalasi dan pengiriman. Hasil dari penelitian ini menghasilkan “Sistem Penjualan Komputer Dengan Menggunakan Framework of Dynamic CRM” yang dapat digunakan untuk untuk menunjang penjualan dan meningkatkan loyalitas pelanggan serta kenyamanan dalam transaksi. Selain itu sistem ini juga menghasilkan laporan penjualan dan terdapat fasilitas dimana antara pelanggan dan pihak marketing CV.Salsabila MultiJasa dapat saling berkomunikasi secara online.

**Kata kunci** : Sistem Penjualan, *Framework of dynamic CRM*, Metode FAST.



## **ABSTRACT**

### **THE IMPLEMENTATION OF FRAMEWORK OF DYNAMIC CRM ON COMPUTER SALES SYSTEM ON CV.SALSABILA MULTIJASA**

**By**

**Irwan  
09031481619039**

CV.Salsabila MultiJasa is one of a Small and Medium Enterprises (SMEs) on Palembang. The type of bussiness is offering computer equipments and provide to computer installation and services. In sales activity, CV.Salsabila Multijasa has a various customers who come not only from Palembang City and spread to all areas of South Sumatra such as Banyuasin, Prabumulih and Muara Enim. From the geographical background, a new case problems has appear such as difficulty to customers for access information about products. So they must going to the store or find the information from telephone. In addition, CV.Salsabila MultiJasa want to increase their income from product selling and customer convenience in transacting in a way or new media. To solved the problem, then a system has build up with implementation of Framework Of Dynamic Crm in Computer Sales System on Cv.Salsabila Multijasa. The purpose of this research is to applying Framework Of Dynamic CRM method on product sales system and computer equipments on CV.Salsabila MultiJasa which can be used to product selling activities and customer service. This implementation is built on the FAST system development method which is includes 8 stages, there are scope definition, problem analysis, requirement analysis, logical design, decision analysis, physical design, construction and testing, installation and delivery. The results of this research is "Computer Sales System Using the Framework of Dynamic CRM" can be used to improving sales activities, upgrading customer's loyalty and convenience in transactions. In addition, the results of this system is selling reports and there are facilities where between customers and marketing department of CV.Salsabila MultiJasa to make an online communication.

**Keywords:** Sales System, Framework of Dynamic CRM, FAST Method

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Tujuan Penelitian .....	3
1.3. Manfaat Penelitian .....	3
1.4. Batasan Masalah .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
2.1. Pengertian <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) .....	6
2.1.1. Tahapan-Tahapan CRM .....	6
2.1.2. Jenis-Jenis <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) .....	6
2.1.3. Tujuan <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) .....	8
2.1.4. Manfaat <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) .....	8

2.1.5.	Teknologi Pendukung <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	9
2.2.	Pengertian <i>Framework of Dynamic CRM</i> .....	10
2.2.1.	Fase <i>Framework of Dynamic CRM</i> .....	11
2.3.	Pengertian Sistem .....	12
2.4.	Pengertian Penjualan dan Penjualan Online .....	12
2.4.1.	Tujuan Penjualan .....	13
2.4.2.	Jenis dan Bentuk Penjualan .....	13
2.4.3.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan .....	15
2.5.	Pengertian Komputer .....	16
2.6.	Sejarah Singkat CV.Salsabila MultiJasa .....	17
2.7.	Struktur Organisasi CV.Salsabila MultiJasa .....	18
2.8.	Perancangan Sistem .....	19
2.8.1.	Flowchart .....	19
2.8.2.	Diagram Konteks.....	21
2.8.3.	<i>Data Flow Diagram (DFD)</i> .....	21
2.8.4.	<i>Entity Relationship Diagram (ERD)</i> .....	23
2.8.5.	Pengertian <i>PHP</i> .....	26
2.8.6.	Pengertian <i>Mysql</i> .....	26
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	28
3.1.	Objek Penelitian .....	28
3.2.	Metode Pengumpulan Data .....	28
3.2.1	Jenis Data .....	28
3.2.2	Sumber Data .....	28
3.2.3	Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.3.	Metode Analisis .....	29
3.4.	Metode Pengembangan Sistem .....	31
3.4.1.	Fase-Fase dalam Metode FAST .....	31
3.5.	Waktu dan Tempat Penelitian .....	34
3.6.	Jadwal Penelitian .....	35

<b>BAB IV ANALISA SISTEM .....</b>	<b>36</b>
4.1. Definisi Ruang Lingkup ( <i>Scope Definition</i> ) .....	36
4.1.1. Tujuan Proyek .....	36
4.1.2. Gambaran Proyek .....	36
4.1.3. Pernyataan Masalah dan Kesempatan .....	37
4.1.3.1. Pernyataan Masalah .....	37
4.1.3.2. Kesempatan/ <i>Opportunities</i> .....	38
4.1.3.3. Tabel Pernyataan Masalah .....	38
4.1.4. Studi Kelayakan Proyek .....	40
4.1.4.1. Aspek Ekonomi/Bisnis.....	40
4.1.4.2. Aspek Teknologi .....	40
4.1.5. Ide Solusi Tahap Awal .....	40
4.1.6. Ruang Lingkup Awal Pengembangan Proyek .....	41
4.2. Analisis Masalah ( <i>Problem Analysis</i> ) .....	41
4.2.1. Domain Permasalahan ( <i>Problem Domain</i> ) .....	42
4.2.2. Analisis Permasalahan dan Peluang.....	43
4.2.3. <i>Cause and Effect Analysis</i> .....	46
4.3. Analisis Kebutuhan ( <i>Requirement Analysis</i> ) .....	50
4.3.1. Kebutuhan Fungsional ( <i>Functional Requirement</i> ).....	50
4.3.2. Kebutuhan NonFungsional( <i>Non Functional Requirement</i> )... ..	51
4.3.3. Klasifikasi Kebutuhan .....	52
4.3.3.1. Kebutuhan Sistem .....	52
4.3.3.2. Kebutuhan Perangkat Lunak ( <i>Software Requirement</i> ) .....	53
4.4. Perancangan Logika ( <i>Logical Design</i> ) .....	56
4.4.1. <i>Data Flow Diagram</i> (DFD).....	56
4.4.2. Pemodelan Data.....	66
4.5. Analisis Keputusan ( <i>Decision Analysis</i> ) .....	69
4.6. Perancangan Fisik ( <i>Physical Design</i> ) .....	70

4.6.1.	Rancangan Basis Data .....	70
4.6.1.1.	Skema Database .....	70
4.6.1.2.	Perancangan Database.....	71
4.6.2.	Rancangan Antar Muka ( <i>Interface</i> ).....	77
4.6.2.1.	<i>Interface</i> Halaman <i>Login</i> .....	77
4.6.2.2.	<i>Interface</i> Halaman <i>Home</i> .....	78
4.6.2.3.	<i>Interface</i> Halaman Registrasi Akun Baru ....	79
4.6.2.4.	<i>Interface</i> Halaman Tambah Produk .....	79
4.6.2.5.	<i>Interface</i> Halaman Tambah Iklan.....	80
4.6.2.6.	<i>Interface</i> Halaman Profile .....	81
4.6.2.7.	<i>Interface</i> Halaman Change Password .....	81
4.6.2.8.	<i>Interface</i> Halaman Product Detail.....	82
4.6.2.9.	<i>Interface</i> Halaman Pemesanan.....	82
4.6.2.10.	<i>Interface</i> Halaman Chatting .....	83
4.6.2.11.	<i>Interface</i> Halaman Data Pelanggan.....	83
4.6.2.12.	<i>Interface</i> Halaman Pembayaran .....	84
4.6.2.13.	<i>Interface</i> Halaman Pengiriman .....	84
4.6.2.14.	<i>Interface</i> Halaman Laporan Pesanan Produk	85
4.6.2.15.	<i>Interface</i> Halaman History Pemesanan .....	85
4.6.2.16.	<i>Interface</i> Halaman Keranjang Belanja .....	86
4.6.3.	Kamus Data .....	86
4.7.	<i>Construction and Testing</i> .....	90
4.7.1.	<i>Construction</i> .....	90
4.7.1.1.	Halaman Login.....	90
4.7.1.2.	Halaman Menu Utama/Beranda.....	91
4.7.1.3.	Halaman Data Pelanggan .....	92
4.7.1.4.	Halaman Olah Produk .....	92
4.7.1.5.	Halaman Olah Iklan .....	93
4.7.1.6.	Halaman Pembayaran.....	94
4.7.1.7.	Halaman Pengiriman .....	94
4.7.1.8.	Halaman Laporan Pesanan.....	95

4.7.1.9. Halaman Produk Detail .....	95
4.7.1.10. Halaman Produk Keranjang .....	96
4.7.1.11. Halaman Form Pemesanan Produk .....	96
4.7.1.12. Halaman Kode Pembayaran .....	97
4.7.1.13. Halaman History Pesanan .....	97
4.7.1.14. Halaman Chatting .....	98
4.7.1.15. Halaman My Profile .....	98
4.7.1.16. Halaman Change Password .....	99
4.7.2. Pengujian <i>Black Box</i> .....	99
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>106</b>
5.1. Kesimpulan .....	106
5.2. Saran .....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>108</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1. Framework of Dynamic CRM .....	11
Gambar 2.2. Struktur Organisasi CV.Salsabila MultiJasa .....	18
Gambar 2.3. Diagram Konteks .....	21
Gambar 2.4. Gambar Generalisasi dan Spesialisasi ERD .....	26
Gambar 3.1. Framework Of Dynamic CRM CV.Salsabila MultiJasa.....	30
Gambar 3.2. Metode Pengembangan FAST .....	34
Gambar 4.1. Diagram Ishikawa Masalah I .....	43
Gambar 4.2. Diagram Ishikawa Masalah II .....	43
Gambar 4.3. Diagram Ishikawa Masalah III.....	44
Gambar 4.4. Diagram Ishikawa Masalah IV.....	44
Gambar 4.5. Diagram Ishikawa Masalah V .....	45
Gambar 4.6. Diagram Konteks Sistem yang Diusulkan .....	56
Gambar 4.7. <i>Data Flow Diagram</i> Level I Sistem yang Diusulkan.....	59
Gambar 4.8. <i>Data Flow Diagram</i> Level 2 Proses Kelola Data Pengguna..	60
Gambar 4.9. <i>Data Flow Diagram</i> Level 2 Proses Kelola Data Produk.....	61
Gambar 4.10. <i>Data Flow Diagram</i> Level 2 Proses Kelola Data Pembelian	63
Gambar 4.11. <i>Data Flow Diagram</i> Level 2 Proses Kelola Data Pengguna.....	64
Gambar 4.12. <i>Data Flow Diagram</i> Level 2 Proses Kelola Data Iklan .....	65
Gambar 4.13. <i>Data Flow Diagram</i> Level 2 Proses Kelola Data Chat.....	65
Gambar 4.14. <i>Entity Data Relationship (ERD)</i> .....	66
Gambar 4.15. Rancangan Basis Data ( <i>Database</i> ).....	70
Gambar 4.16. Desain <i>Interface</i> Halaman <i>Login</i> .....	77
Gambar 4.17. Desain <i>Interface</i> Halaman <i>Home</i> .....	78
Gambar 4.18. Desain <i>Interface</i> Halaman <i>Home</i> -Pelanggan .....	78
Gambar 4.19. Desain <i>Interface</i> Halaman Registrasi Akun.....	79
Gambar 4.20. Desain <i>Interface</i> Halaman Tambah Produk .....	79
Gambar 4.21. Desain <i>Interface</i> Halaman Tambah Iklan .....	80

Gambar 4.2.2	Desain <i>Interface</i> Halaman <i>Profile</i> .....	81
Gambar 4.23.	Desain <i>Interface</i> Halaman <i>Change Password</i> .....	81
Gambar 4.24.	Desain <i>Interface</i> Halaman Produk Detail .....	82
Gambar 4.25.	Desain <i>Interface</i> Halaman Pemesanan.....	82
Gambar 4.26.	Desain <i>Interface</i> Halaman <i>Form Chatting</i> .....	83
Gambar 4.27.	Desain <i>Interface</i> Halaman Data Pelanggan.....	83
Gambar 4.28.	Desain <i>Interface</i> Halaman Pembayaran .....	84
Gambar 4.29.	Desain <i>Interface</i> Halaman Pengiriman .....	84
Gambar 4.30.	Desain <i>Interface</i> Halaman Laporan Pesanan Produk.....	85
Gambar 4.31.	Desain <i>Interface</i> Halaman <i>History</i> Pemesanan Produk .....	85
Gambar 4.32.	Desain <i>Interface</i> Halaman Keranjang Belanja.....	86
Gambar 4.33.	Halaman <i>Login</i> .....	90
Gambar 4.34.	Halaman <i>Home</i> (Halaman Utama) untuk Level Admin.....	91
Gambar 4.35.	Halaman <i>Home</i> (Halaman Utama) untuk Level Pelanggan ...	91
Gambar 4.36.	Halaman Data Pelanggan .....	92
Gambar 4.37.	Halaman Olah Produk-1 .....	92
Gambar 4.38.	Halaman Olah Produk-2.....	93
Gambar 4.39.	Halaman Olah Iklan-1 .....	93
Gambar 4.40.	Halaman Olah Iklan-2 .....	94
Gambar 4.41.	Halaman Pembayaran.....	94
Gambar 4.42.	Halaman Pengiriman .....	94
Gambar 4.43.	Halaman Laporan Pesanan.....	95
Gambar 4.44.	Halaman Produk Detail .....	95
Gambar 4.45.	Halaman Keranjang Belanja .....	96
Gambar 4.46.	Halaman Form Pemesanan Produk .....	96
Gambar 4.47.	Halaman Kode Pembayaran.....	97
Gambar 4.48.	Halaman History Pesanan .....	97
Gambar 4.49.	Halaman Chatting.....	98
Gambar 4.50.	Halaman My Profile .....	98
Gambar 4.51.	Halaman <i>Change Password</i> .....	99



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1.	Daftar Simbol Flowchart ..... 20
Tabel 2.2.	Simbol DFD ..... 22
Tabel 2.3.	Simbol dalam ERD ..... 23
Tabel 4.1.	Klasifikasi <i>PIECES</i> Permasalahan Sistem Berjalan ..... 37
Tabel 4.2.	Pernyataan Masalah ..... 38
Tabel 4.3.	<i>Problems, Opportunities, Objectives and Constrain Matrix</i> ..... 46
Tabel 4.4.	Kebutuhan Nonfungsional Klasifikasi Kerangka Kerja <i>PIECES</i> ..... 51
Tabel 4.5.	Kebutuhan Sistem ..... 52
Tabel 4.6.	Kebutuhan Perangkat Lunak ..... 53
Tabel 4.7.	Kandidat Solusi Keputusan ..... 69
Tabel 4.8.	Tabel <i>user</i> ..... 71
Tabel 4.9.	Tabel pelanggan ..... 71
Tabel 4.10.	Tabel produk ..... 72
Tabel 4.11.	Tabel produk_iklan ..... 73
Tabel 4.12.	Tabel produk_komentar ..... 73
Tabel 4.13.	Tabel produk_keranjang..... 74
Tabel 4.14.	Tabel batas_waktu..... 74
Tabel 4.15.	Tabel produk_pemesanan ..... 75
Tabel 4.16.	Tabel chat ..... 76
Tabel 4.17.	Tabel Pengujian <i>Blackbox</i> pada Halaman <i>Login</i> ..... 99
Tabel 4.18.	Tabel Pengujian <i>Blackbox</i> pada Menu Data Pelanggan ..... 100
Tabel 4.19.	Tabel Pengujian <i>Blackbox</i> pada Menu Olah Produk-Tambah Produk ..... 100
Tabel 4.20.	Tabel Pengujian <i>Blackbox</i> pada Menu Olah Produk-Tambah Iklan ..... 101
Tabel 4.21.	Tabel Pengujian <i>Blackbox</i> pada Menu Pembayaran ..... 102

Tabel 4.22.	Tabel Pengujian <i>Blackbox</i> pada Menu Pengiriman .....	102
Tabel 4.23.	Tabel Pengujian <i>Blackbox</i> pada Menu Laporan Pesanan Produk .....	102
Tabel 4.24.	Tabel Pengujian <i>Blackbox</i> di Halaman Galeri Produk.....	103
Tabel 4.25.	Tabel Pengujian <i>Blackbox</i> pada Menu Keranjang Belanja ....	103
Tabel 4.26.	Tabel Pengujian <i>Blackbox</i> di Halaman Form Pemesanan.....	103
Tabel 4.27.	Tabel Pengujian <i>Blackbox</i> di Halaman Kode Pembayaran....	104
Tabel 4.28.	Tabel Pengujian <i>Blackbox</i> di Halaman History Pemesanan .....	104
Tabel 4.29.	Tabel Pengujian <i>Blackbox</i> di Halaman Chatting .....	104
Tabel 4.30.	Tabel Pengujian <i>Blackbox</i> di Halaman My Profile.....	105
Tabel 4.31.	Tabel Pengujian <i>Blackbox</i> di Halaman <i>Change Password</i> ....	105

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- |            |  |
|------------|--|
| Lampiran 1 | Kartu Konsultasi                           |
| Lampiran 2 | Lembar Rekomendasi Ujian Tugas Akhir       |
| Lampiran 3 | Form Nilai TOEFL                           |
| Lampiran 4 | Struktur Organisasi CV.Salsabila MultiJasa |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Banyak faktor mempengaruhi tingkat keberhasilan bisnis. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor dalam keberhasilan sebuah bisnis. Produk yang berkualitas, pelayanan yang baik, harga yang bersahabat, biaya murah untuk mendapatkan produk serta berbagai kemudahan seperti mengakses informasi juga menjadi kunci utama dalam dunia bisnis (Salam, 2014). Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan akan memberi keuntungan bagi hubungan jangka panjang. Dimana saat ini, dunia bisnis sangat kompetitif dan sangat maksimal dalam melayani pelanggan.

Ketatnya persaingan dagang ini terlihat dari tumbuhnya Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia yang mampu menjual beragam produk serupa dengan berbagai promosi yang mampu mempengaruhi loyalitas pelanggan. Namun, dibalik persaingan tersebut banyak menimbulkan pro dan kontra bagi para pelaku bisnis. Dengan menjamurnya produk yang bervariasi, masalah dalam kemudahan pelanggan mendapatkan informasi produk yang lengkap dan jelas masih belum menjadi perhatian para pengusaha. Terlebih tidak semua pelanggan mempunyai waktu yang cukup dan fasilitas dalam mendapatkan informasi mengenai produk.

Kemudahan untuk mendapatkan informasi yang terkini dan terbaru dengan respon yang cepat menjadi hal jarang didapatkan para pelanggan. Dimana, pelanggan masih harus mendatangi outlet-outlet penjualan secara langsung untuk mendapatkan informasi produk dengan jelas. Tentu saja, bagi para pelanggan dengan mobilitas tinggi akan membuang banyak waktu dan biaya. Oleh karena itu, transaksi jual beli *online* adalah salah satu solusi bagi pelaku bisnis dalam menghadapi tantangan pasar saat ini. Meningkatnya pengguna internet juga mempengaruhi dalam daya beli melalui konsep bisnis *online*.

Dengan adanya konsep bisnis *online* pun diharapkan akan menjadi jembatan komunikasi bagi pengusaha dan pelanggan, sehingga mampu meningkatkan penjualan. Satu dari konsep bisnis *online* ialah situs web. Situs web dapat

menyebarkan informasi kepada pelanggan dengan cakupan yang lebih luas dan tidak terbatas jarak dan waktu, penggunaan situs web pun membutuhkan biaya yang rendah dibandingkan media yang lain (Priyanto, 2017). CV.Salsabila MultiJasa adalah salah satu yang berpeluang untuk meningkatkan penjualan dan memperbaharui konsep bisnis konservatif ke bisnis *online* menggunakan situs web dan menambah nilai efisiensi operasional perusahaan.

CV.Salsabila MultiJasa merupakan sebuah perusahaan bisnis yang ada di Kota Palembang. Bergerak dalam bidang penjualan komputer dan penyedia jasa instalasi komputer. Sejak berdiri di tahun 2003, CV.Salsabila Multijasa memiliki pelanggan yang berasal tidak hanya dari Kota Palembang dan tersebar ke seluruh daerah Sumatera Selatan seperti Banyuasin, Prabumulih dan Muara Enim. Dari latar belakang geografis ini juga sering terjadi masalah seperti pelanggan yang kesulitan dalam mencari informasi produk yang ditawarkan sehingga harus datang langsung ke toko yang berada di JL. MP Mangkunegara No 8, Ilir Timur II, Palembang atau melalui via telepon. Proses tersebut juga memberi tambahan pekerjaan bagi pegawai CV.Salsabila MultiJasa terutama bagian marketing karena harus menyediakan waktu untuk melayani transaksi dan sekaligus menjelaskan secara mendetail mengenai produk yang ditawarkan. Selain itu pihak CV.Salsabila MultiJasa juga ingin meningkatkan penjualan produk dan kenyamanan pelanggan dalam bertransaksi dengan sebuah cara atau media baru.

Menurut Adreani (2007), salah satu hal penting dan wajib diperhatikan pada era bisnis ini yaitu fokus terhadap pelanggan. Karena faktor penentu keberhasilan bisnis ditunjukkan dengan keberhasilan transaksi. Pernyataan diatas, dibutuhkan suatu konsep yang dapat meningkatkan penjualan dan pelayanan terhadap pelanggan. Menurut Anatasha, dkk (2014:2), *Customer Relationship Management* (CRM) adalah strategi pemasaran yang berbasis pada upaya menciptakan hubungan antara pihak perusahaan dengan pelanggan. Hubungan yang dibangun untuk mempertahankan pelanggan dan menambah pelanggan baru. Selain itu, *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan kegiatan perusahaan untuk memahami kebutuhan dan mewujudkan kepuasan yang berdampak pada loyalitas pelanggan sehingga meningkatkan keuntungan. (Yunitarini, 2012). Sehingga,

nantinya penerapan metode ini mampu menunjang penjualan produk dan meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam bertransaksi tanpa harus tatap muka serta pihak CV.Salsabila MultiJasa dapat mengetahui apa yang diinginkan pelanggan. Melalui memanfaatkan CRM, perusahaan yang menerapkannya dapat mengetahui apa yang dibutuhkan oleh para pelanggan sehingga akan tercipta hubungan bisnis yang erat dan komunikasi dua arah. Dari komunikasi ini juga diharapkan, pelanggan dapat dipertahankan dan tidak mudah berpindah ke lain toko dan membuka kesempatan bagi pelanggan baru untuk bergabung.

Penulis menarik kesimpulan untuk membuat sebuah sistem yang dapat menyelesaikan permasalahan pada CV.Salsabila MultiJasa dengan judul **“PENERAPAN FRAMEWORK OF DYNAMIC CRM PADA SISTEM PENJUALAN KOMPUTER CV.SALSABILA MULTIJASA”**.

## **1.2. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu menerapkan metode Framework Of Dynamic CRM pada sistem penjualan produk dan komputer CV.Salsabila MultiJasa yang mendukung dalam kegiatan penjualan produk dan pelayanan pelanggan.

## **1.3. Manfaat penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Menunjang penjualan produk pada CV.Salsabila MultiJasa dan memudahkan dalam menyajikan informasi mengenai perusahaan, produk, dan sistem transaksi secara online.
2. Memudahkan pegawai CV.Salsabila MultiJasa dalam memasarkan produk dan melayani pertanyaan pelanggan mengenai produk, cara transaksi melalui situs web.
3. Memudahkan pelanggan dalam pembelian dan pencarian informasi dari produk yang ditawarkan sehingga dapat mengurangi biaya operasional pelanggan.
4. Meningkatkan loyalitas pelanggan karena penerapan metode ini diharapkan memberi kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi.

## **1.4. Batasan Masalah**

Berikut batasan masalah dalam penelitian ini :

1. Metode yang digunakan yaitu Framework of Dynamic CRM untuk menunjang penjualan dan meningkatkan loyalitas pelanggan serta kenyamanan dalam transaksi.
2. CV.Salsabila MultiJasa merupakan objek penelitian dari tugas akhir ini.
3. Data yang didapatkan hanya data produk dan proses penjualan produk.
4. Data produk yang digunakan adalah nama produk, jenis produk, harga produk serta keterangan lain seperti jaminan garansi dan jasa service sesuai ketentuan tiap produk.
5. Mekanisme sistem penjualan komputer yang digunakan dalam penelitian ini diawali dari pelanggan yang belum terdaftar sebagai *member* dapat mendaftarkan diri dalam situs web, memilih dan membeli produk, melakukan transaksi pembayaran, hingga pelanggan mendapatkan produk yang dipesan, pelanggan berinteraksi mengenai produk kepada pihak CV.Salsabila MultiJasa melalui situs web tanpa harus datang langsung ke outlet, bagi pelanggan yang belum terdaftar dapat mengakses informasi produk, perusahaan, dan serta kolom testimoni. Transaksi pembayaran dilakukan dengan transfer bank yang tertera. Pelanggan mendapatkan produk setelah proses pembayaran selesai dan telah dikonfirmasi oleh pihak CV.Salsabila MultiJasa.
6. CV.Salsabila MultiJasa mampu mempertahankan pelanggan dan menambah pelanggan baru diantara persaingan bisnis yang semakin kompetitif dengan menerapkan Metode Framework Of Dynamic Crm.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adreani, F. 2007. *Customer Relationship Management (CRM) dan Aplikasinya dalam Industri Manufaktur dan Jasa Manajemen Pemasaran*, Vol.2, 59-65.
- Alvarisi, Aditya. 2016. [Aditiadit.blogspot.com](http://Aditiadit.blogspot.com). Diakses pada 05 September 2017
- Anhar. 2010. *Panduan Menguasai PHP dan MySQL Secara Otodidak*. Jakarta: Penerbit Mediakita.
- Anatasha. Onna dkk. 2014. *Penerapan Customer Relationship Management (CRM) sebagai Upaya untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, Jurnal Administrasi Bisnis. Vol.15.Universitas Brawijaya, Malang.
- Asropudin, Pipin. 2013. *Kamus Teknologi Informasi Komunikasi*. Bandung: CV.Angkasa.
- Basu Swastha dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi 3. Yogyakarta: BPFE.
- Basu Swastha, dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi 4. Yogyakarta: Liberty
- C.J. Date. 2004. *Pengenalan Sistem Basis Data*. Indeks. Jakarta.
- Dyantina, Ovi dkk. 2012. *Jurnal Sistem Informasi (JSI) Vol 4*. Halaman 516-529
- Firdaus, Afriyan Mgs, dan Ali Bardadi. 2010. *Jurnal Sistem Informasi (JSI) Vol 2*. Halaman 272-287. Ilmu Komputer UNSRI
- Jogiyanto, H.M. 2005. *Analisa Dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Kadir, Abdul. 2012. *Algoritma & Pemrograman Menggunakan Java*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kalakota, R. dan Robinson, M. 2001. *E - Business 2.0 Roadmap for Success*. Massachusetts: Addision Wesley Longman.
- Khomar,Ruhul. 2015. [Ruhulkhomar.blogspot.com](http://Ruhulkhomar.blogspot.com) diakses 05 September 2017.
- Kundre, Januaris A, dkk. 2013. *Penerapan Customer Relationship Management dengan Dukungan Teknologi Informasi pada PO.Chelsy*. Yogyakarta:STMIK AMIKOM.
- Melinda. 2016. [SI350.html](http://SI350.html). diakses pada 06 September 2017.



- Mujiastuti, Rulli dan Riska Dwi Haryani. 2014. *Aplikasi Customer Relationship Management (CRM) dengan Metode Framework Of Dynamic CRM*. Jurnal Teknologi. Volume 6 Nomor I. Universitas Muhammadiyah Jakarta
- Noorhansyah, M dan Adi Pratomo. 2016. *Jurnal POSITIF*. Vol I. Halaman 25-32. Poltek Banjarmasin
- Nugroho, Bunafit. 2005. *Aplikasi Pemrograman Web Dinamis dengan PHP dan MySQL*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media
- Pressman, Roger S. 2012. *Rekayasa Perangkat Lunak – Buku Satu, Pendekatan Praktisi (Edisi 7)*. Yogyakarta: Andi.
- Rudianto. 2009. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Grasindo.
- Salam, Badru. 2014. *Faktor utama dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen*. Diakses pada 02 September 2016.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Sukamto dan Shalahuddin. 2014. *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek*. Bandung: Informatika.
- Susanto, Azhar. 2017. *Sistem Informasi Akuntansi, Pemahaman Konsep Secara Terpadu*. Bandung: Lingga Jaya.
- Wilde, Silvio. 2011. *Customer Knowledge Management: Improving Customer Relationship through Knowledge Application*. United States of America: Springer.
- Yunitarini, Rika, dkk. 2012. *Implementasi Perangkat Lunak Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) dengan Metode Framework of Dynamic CRM*. Jurnal EECCIS. Vol.6. 83-90