

**IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)  
PELAYANAN PELANGGAN (*CORPORATE*) DIVISI BGES  
PADA PT.TELKOM WITEL SUMSEL**

**SKRIPSI**

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



**OLEH :**

**Abdul Rahman Ariga**

**09031181419036**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2018**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)*  
PELAYANAN PELANGGAN (*CORPORATE*) DIVISI BGES  
PADA PT.TELKOM WITEL SUMSEL**

**Sebagai salah satu syarat untuk penyelesaian  
Studi di Program Studi Sistem Informasi S1**

**Oleh :**

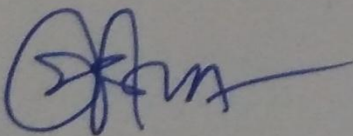
**Abdul Rahman Ariga**

**09031181419036**

**Indralaya, Agustus 2018**

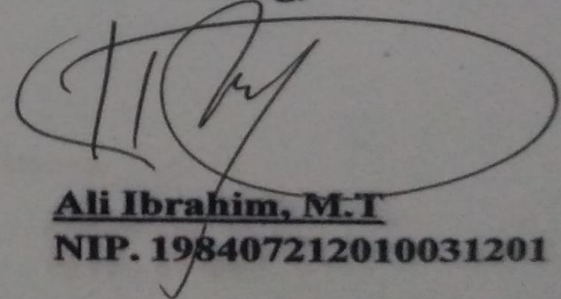
**Mengetahui**

**Ketua Jurusan sistem informasi,**



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

**Pembimbing,**



**Ali Ibrahim, M.T  
NIP. 198407212010031201**

## HALAMAN PERSETUJUAN

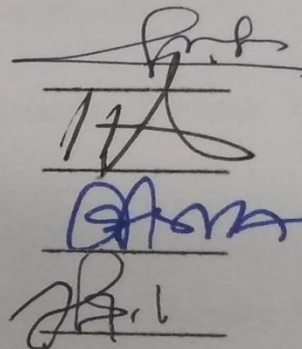
Telah diuji dan lulus pada:

Hari : Jum'at

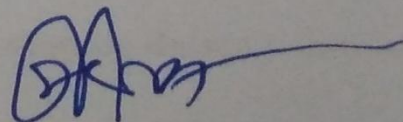
Tanggal : 31 Agustus 2018

### Tim Penguji:

1. Ketua : Dr. Ermatita, M.Kom
2. Pembimbing : Ali Ibrahim, M.T
3. Anggota I : Endang Lestari Ruskan, M.T
4. Anggota II : Ahmad Rifai, M.T



**Mengetahui**  
**Ketua Jurusan Sistem Informasi,**



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

**ABSTRAK****IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)  
PELAYANAN PELANGGAN (*CORPORATE*) DIVISI BGES  
PADA PT.TELKOM WITEL SUMSEL****OLEH****Abdul Rahman Ariga****09031181419036**

Perkembangan dunia usaha yang semakin maju menyebabkan timbulnya persaingan yang semakin ketas. Salah satu cara untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan adalah menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Karena dari hasil penelitian mempertahankan pelanggan yang sudah ada jauh lebih mudah dibandingkan dengan mendapatkan pelanggan baru. Persaingan bisnis yang sangat ketat akan sangat memerlukan langkah – langkah strategis untuk menghadapinya. Kehadiran *Customer Relationship Management* (CRM) akan mampu mengatasi masalah yang ada salah satu langkah yang juga dapat ditempuh untuk menghadapi masalah tersebut adalah dengan memanfaatkan teknologi yang ada yaitu dengan pemanfaatan *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web.

**Kata kunci:CRM,website, Customer**

## DAFTAR ISI

**H**  
**alaman**

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	v
DAFTAR TABEL .....	vii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	3
1.2 Rumusan Penelitian .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.5 Batasan Masalah .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Sejarah PT. Telkom Witel Sumsel .....	6
2.2 Visi dan Misi PT. Telkom Witel Sumsel .....	6
2.3 Susunan organisasi PT. Witel Sumsel .....	10
2.4 Kegiatan Organisasi .....	10
2.5 Customer .....	13
2.6 Relationship.....	14
2.7 Management .....	14
2.8 Customer Relationship Management .....	14

2.9 Fase Customer Relationship Management .....	16
2.10 Corporate .....	17
2.11 VPN IP .....	18
2.12 WIFI ID .....	18
2.13 CRM – IRIS METODOLOGY.....	19
2.14 SMS Gateway.....	19
2.15 Cara Kerja SMS Gateway .....	19
2.16 Kemampuan SMS Gateway .....	20
2.17 Data Flow Diagram (DFD).....	21
2.18 Entity Relationship Management (ERD) .....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Objek Penelitian.....	28
3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.2.1 Jenis Data.....	28
3.2.2 Sumber Data .....	29
3.2.3 Pengumpulan Data.....	29
3.3 Deskripsi Data.....	30
3.4 Metode CRM – IRIS Metodology .....	32
3.5 Metode Pengembangan Sistem .....	34
3.6 Definisi Lingkup.....	37
3.7 Tujuan Pengembangan Sistem .....	37
3.8 Konsep Pengembangan Sistem .....	39
3.9 Pernyataan Masalah dan <i>Oppotunities</i> .....	40
3.9.1 Pernyataan Masalah.....	40
3.9.2 <i>Oppotunities</i> .....	41

3.9.3 Tabel Pernyataan Masalah.....	42
3.9.4 Studi Kelayakan .....	43
3.10 Definisi Kebutuhan (Organization Framework).....	48
3.10.1 Analisa Kebutuhan .....	48
3.11 Perancangan Logica .....	54
3.11.1 Diagram Dekomposisi.....	54
3.11.2 Pemodelan Proses.....	54
3.12 Perancangan Logika .....	55
3.12.1 <i>Data Flow Diagram</i> (DFD) .....	55
3.12.2 <i>Entity Relationship Diagram</i> (ERD).....	62
3.11 <i>Physical Data Flow Diagram</i> (PDFD) .....	48
 BAB IV HASIL dan PEMBAHASAN .....	 63
4.1 Hasil.....	63
4.2 Pembahasan .....	63
 BAB V KESIMPULAN dan SARAN .....	 71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran .....	71
 DAFTAR PUSTAKA .....	 72
LAMPIRAN.....	74

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini perusahaan harus mulai fokus pada penyampaian nilai (*value*) dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Loyalitas berarti konsumen kembali dan kembali lagi untuk melakukan transaksi bisnis (pembelian), walaupun mungkin produk yang dimiliki perusahaan bukan produk terbaik dipasaran atau memiliki harga terendah. Perilaku konsumen yang mencakup “tidak rasional” ini dapat dijelaskan dengan suatu pandangan bahwa “hubungan baik” (*good relationship*) yang terjalin dengan konsumen merupakan kunci keberhasilan sebuah perusahaan dalam mempertahankan pelanggan. Kian berkembangnya *e-business*, memaksa perusahaan menggunakan solusi dan aplikasi yang tepat untuk dapat mempertahankan atau meningkatkan pendapatan sehingga kepentingan pelangganpun menjadi perhatian utama. Oleh sebab itu, berbagai upaya dilakukan agar hubungan pelanggan dengan perusahaan berjalan dengan baik, sehingga apa yang ingin dicapai suatu perusahaan akan terwujud sesuai dengan yang diharapkan (Kartika imasari 2011)

*Customer Relationship Management* (CRM) merupakan salah satu pendekatan bisnis yang berbasis pengelolaan hubungan atau relasi dengan pelanggan untuk mencapai suatu hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan. CRM lebih memfokuskan pada apa yang dinilai pelanggan bukan kepada produk yang ingin dijual oleh perusahaan sehingga meningkatkan daya percaya antara customer terhadap pelanggan. Melalui penerapan CRM, perusahaan diharapkan dapat membangun komunikasi dan hubungan yang lebih baik dengan para konsumennya sehingga dalam menghasilkan suatu produk perusahaan tidak hanya menjual dan memasarkan suatu produk dengan kualitas yang lebih baik atau harga yang bersaing tetapi juga dapat menjawab keinginan dan kebutuhan konsumen inilah suatu tujuan yang ingin dicapai dalam penerapan CRM.



Sebuah perusahaan berkomitmen untuk dapat memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya. Seperti halnya PT. TELKOM WITEL SUMSEL pada divisi BGES yang melayani pelanggan *Corporate* yang terdiri dari Universitas, sekolah, kantor, dan lain – lain , guna memenuhi kebutuhan internet pelanggan. Jasa layanan internet pelanggan *Corporate* mempunyai beberapa macam diantaranya ada ASTINET, VPN IP dan WIFI ID. Pelanggan PT. TELKOM WITEL SUMSEL yang tentu saja berhak mendapatkan pelayanan terbaik yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan internet dengan kualitas yang baik.

Dalam penyampaian pemberitahuan tentang waktu untuk melakukan pembayaran jasa telekomunikasi atau internet perusahaan PT. TELKOM WITEL SUMSEL untuk saat ini masih memberikan surat balasan untuk pemberitahuan pembayaran kepada pelanggan, hal ini sering terjadi permasalahan dalam penyampaian surat sehingga berdampak kerugian bagi perusahaan.

Untuk membantu PT. TELKOM WITEL SUMSEL dalam menyelesaikan masalah tersebut maka dibangunlah sistem dengan konsep *Customer Relationship Management (CRM)* adalah merupakan salah satu sarana untuk menjalin hubungan yang berkelanjutan antara perusahaan dengan pelanggan, dengan memanfaatkan CRM perusahaan akan mengetahui apa yang diharapkan dan diperlukan pelanggannya, strategi pengelolaan pelanggan, mulai dari proses pemasaran, penjualan sampai dengan pelayanan setelah penjualan, yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, yang berujung pada loyalitas pelanggan tersebut (Adnriariza 2013).

Solusi yang ditawarkan untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam mendapatkan informasi yang rinci mengenai informasi lebih cepat tepat dan akurat, untuk mendukung proses tersebut ditambahkan juga fitur (SMS Gateway) untuk *Notifikasi* data tagihan pembayaran pelanggan sebelum waktu pembayaran tersebut, serta menampilkan data grafik pelanggan yang sudah selesai melakukan pembayaran tagihan.

Pada proses pembuatan sistem ini penulis menggunakan metode *iris* sebagai alat bantu untuk Customer Relationship Management (CRM) dan untuk penerjemahan bahasa pemrograman penulis menggunakan PHP, karena solusi untuk mengelola data lebih baik, sebagai proses pengembangan sistem penulis menggunakan metode SDLC (*Waterfall*).

Dari uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengangkat masalah tersebut menjadi laporan Tugas Akhir dengan judul : “ **Impelementasi *Customer Relationship Management (CRM) Pelayanan Pelanggan (Corporate)* divisi BGES pada PT. Telkom Witel Sumsel**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. proses pengelolaan data pendaftaran pada PT. TELKOM WITEL SUMSEL mengalami keterbatasan waktu. Dalam sistem yang berjalan saat ini, setiap calon pelanggan yang akan mendaftarkan diri sebagai pelanggan baru harus menunggu beberapa hari untuk terdaftar sebagai pelanggan, dalam hal ini solusi yang ditawarkan adalah membuat *form* halaman pendaftaran bagi pelanggan baru untuk memudahkan dan mempercepat proses pendaftaran.
2. Sedangkan dalam penyampaian kritik saran serta keluhan saat ini PT. TELKOM WITEL SUMSEL melayani tatap muka yang artinya pelanggan datang langsung ke kantor atau via telepon pada jam kerja. Dalam hal ini untuk penyampaian kritik saran serta keluhan pelanggan merasa kurang terbantu karena dalam penyampaian harus bertatap muka atau via telepon, bukan berarti tidak berjalan hanya saja kurang dalam mencapai kepuasan pelanggan, hal ini lah pemicu untuk pelanggan beralih pada produk perusahaan lain, tentu saja ini tidak mendukung konsep CRM yang kedua yaitu peningkatan hubungan dengan pelanggan (*enhance*). kasus ini juga tidak mendukung konsep CRM yang ketiga yaitu mempertahankan pelanggan (*retain*), solusi yang ditawarkan yaitu membuat suatu form

khusus untuk penyampaian kritik dan saran guna membantu meningkatkan pelayanan pada perusahaan.

3. Dalam penyampaian pemberitahuan tentang waktu untuk melakukan pembayaran jasa telekomunikasi atau internet perusahaan PT. TELKOM WITEL SUMSEL untuk saat ini masih memberikan surat balasan untuk pemberitahuan pembayaran kepada pelanggan, hal ini sering terjadi permasalahan dalam penyampaian surat sehingga berdampak kerugian bagi perusahaan.

### **1.3 Tujuan**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mempelajari karakteristik, mekanisme dan manajemen hubungan terhadap pelanggan pada PT. TELKOM WITEL SUMSEL.
2. Membangun sistem informasi pelayanan yang dapat membantu PT. TELKOM WITEL SUMSEL dalam meningkatkan pelayanan kepada pelanggan dengan menerapkan *Customer Relationship Management (CRM)*.

### **1.4 Manfaat**

#### **1.4.1 Bagi Perusahaan**

1. Menciptakan hubungan yang lebih baik antara pihak PT. TELKOM WITEL SUMSEL dengan pelanggan sehingga terciptanya loyalitas pelanggan.
2. Memberikan respon dan solusi masalah yang cepat dan tepat bagi kebutuhan pelanggan sehingga tercipta hubungan jangka panjang yang akan membangun loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.
3. Membantu menarik pelanggan baru dengan menawarkan pelayanan yang lebih baik.

#### 1.4.2 Bagi Pelanggan

1. Mempermudah pelanggan dalam menyampaikan keluhan, kritik dan saran.
2. Mempermudah pelanggan mengetahui jumlah tagihan bulanan.
3. Mempermudah pelanggan mendapatkan informasi mengenai PT. TELKOM WITEL SUMSEL.

#### 1.5 Batasan Masalah

Untuk menghindari agar pembahasan tidak menyimpang dari rumusan masalah, maka penulis membatasi penelitian ini:

1. Perancangan CRM berfokus pada kegiatan pelayanan pelanggan di PT. TELKOM WITEL SUMSEL.
2. Perancangan CRM ini menyajikan informasi yang berhubungan dengan pendaftaran pelanggan baru, pemberian informasi tagihan Internet, menampilkan grafik pelanggan yang sudah membayar tagihan internet.
3. Sistem yang dirancang berupa *website* yang dapat dijalankan pada browser.
4. Sistem ini dibangun menggunakan bahasa pemrograman PHP dan MySQL.
5. Metode pengembangan sistem yang digunakan dalam penelitian ini adalah SDLC yaitu (*Waterfall*).

## BAB VI DAFTAR PUSTAKA

Budiardjo, E. K., Irwiensyah, F., & Obstetri, D. (2008). ANALISIS FITUR CRM UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PASIEN - BERBASIS PADA FRAMEWORK OF DYNAMIC CRM STUDI KASUS : DEPARTEMEN OBSTETRI DAN GINEKOLOGI FKUI - RSCM JAKARTA, 2008(semnasIF), 349–357.

Chalmeta, R. (2006). Methodology for customer relationship management, 79, 1015–1024. <https://doi.org/10.1016/j.jss.2005.10.018>

Chelsy, P. O. (2013). PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DENGAN DUKUNGAN TEKNOLOGI INFORMASI PADA.

Dyantina, O., Afrina, M., & Ibrahim, A. (2012). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN) 1,2,3, 4(2), 516–529.

Ibrahim, A. (2011). Pengembangan Sistem Informasi Monitoring Tugas Akhir Berbasis Short Message Service ( SMS ) Gateway di Fasilkom Unsri. *Jusi*, 1(2), 81–92. Retrieved from [http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:2Nc0pdT8OH4J:scholar.google.com/+pengembangan+sistem+informasi+monitoring&hl=id&as\\_sdt=0,5](http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:2Nc0pdT8OH4J:scholar.google.com/+pengembangan+sistem+informasi+monitoring&hl=id&as_sdt=0,5)

Management, C. R., Management, C. R., & Management, C. R. (2011). Customer relationship management, 10(3), 183–192.

Yunitarini, R., Budi, P., & Nurwarsito, H. (2012). Implementasi Perangkat Lunak Electronic Customer Relationship Management ( E-CRM ) dengan Metode Framework of Dynamic CRM. *Jurnal EECCIS*, 6(1), 83–90.

Al-Fatta, H. (2007). Analisis dan Perancangan Sistem Informasi. Yogyakarta: Andi.

Aprilins, (2016, Juni 10). Aprilins. (Aprilins, Editor) Retrieved Oktober 2017, from Aprilins Web Site : <https://www.aprillins.com/2016/2676/apa-itu-corporate-korporasi/>

Cahyo, (2017, Maret 03). Cahyo. (Cahyo, Editor) Retrieved Oktober 2017,

From Cahyo Web site :

<http://cahyo-welly.blogspot.co.id/2017/03/pengertian-vpn-ip-link-telkom.html>

Telkom,(2017, Oktober 12). Telkom.(Telkom, Editor) Retrieved Oktober 2017,  
From Telkom Web Site:

<http://cahyo-welly.blogspot.co.id/2017/03/pengertian-vpn-ip-link-telkom.html>

Whitten, J.(2004). Metode Desain dan Analisis Sistem. Yogyakarta:

Andi.