

**PENERAPAN *E-CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM)*
UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PADA
PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE *FRAMEWORK OF DYNAMIC
CRM* (STUDI KASUS: BAAN STORE PALEMBANG)**

SKRIPSI

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



Oleh

Enggi Rizani Putri

09031181419042

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

2018

HALAMAN PENGESAHAN

**PENERAPAN *E-CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM)*
UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PADA
PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE *FRAMEWORK OF DYNAMIC
CRM (STUDI KASUS: BAAN STORE PALEMBANG)***

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi
di Program Studi Sistem Informasi Si

Oleh

Enggi Rizani Putri
09031181419042

Disetujui,

Indralaya, Januari 2019

Pembimbing I,



Yadi Utama, M.Kom
NIP. 197901152008011008

Pembimbing II,



Pacu Putra Suarli, M.CS
NIP. 198912182015109101

Mengetahui,
Ketua Jurusan Sistem Informasi



Endang Lestari Ruskan, M.T
NIP. 197811172006042001

HALAMAN PERSETUJUAN

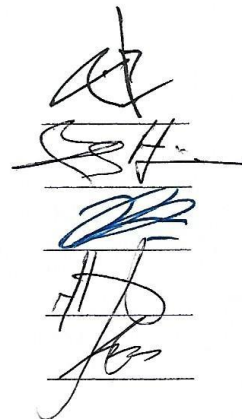
Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Senin


Tanggal : 17 Desember 2018

Tim Penguji :

1. Ketua : Ari Wedhasmara, M.TI
2. Pembimbing I : Yadi Utama, M.Kom
3. Pembimbing II : Pacu Putra Suarli, M.CS
4. Anggota I : Ali Ibrahim, M.T
5. Anggota II : Ali Bardadi, M.Kom



Mengetahui
Ketua Jurusan Sistem Informasi,


Endang Lestari Ruskan, M.T
NIP 197811172006042001

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Enggi Rizani Putri
NIM : 09031181419042
Program Studi : Sistem Informasi
Judul Skripsi : Penerapan *E-Customer Relationship Management (E-CRM)* Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan pada Pelanggan Menggunakan Metode *Framework of Dynamic CRM* (Studi Kasus: Baan Store Palembang).
Hasil Pengecekan Software : 8 %
(*Ithenticate/Turnitin*)

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

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

Indralaya, Januari 2019



Enggi Rizani Putri
NIM. 09031181419042

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah memberikan kesempatan, kesehatan, rezeki, serta rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini yang berjudul **“PENERAPAN *E-CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM)* UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PADA PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE *FRAMEWORK OF DYNAMIC CRM (STUDI KASUS: BAAN STORE PALEMBANG)*”**. Laporan Tugas Akhir ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.

Selama penyelesaian Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberikan berkat dan rahmat-Nya.
2. Kedua Orang tua tercinta yang telah memberikan limpahan kasih sayang, motivasi, serta doa yang tiada putus selama ini.
3. Bapak Jaidan Jauhari, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Endang Lestari Ruskan, M.T. selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi.
5. Bapak Yadi Utama, M.Kom. selaku Dosen Pembimbing I Tugas Akhir yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan serta membimbing dalam pembuatan Tugas Akhir ini hingga selesai.

6. Bapak Pacu Putra Suarli, M.CS. selaku Dosen Pembimbing II Tugas Akhir yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan serta membimbing dalam pembuatan Tugas Akhir ini hingga selesai.
7. Seluruh pimpinan, staff pengajar, administrasi, serta seluruh karyawan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
8. Bapak Muhammad Sauban selaku pemilik Baan Store yang telah memberikan kesempatan penelitian.
9. Kedua Adik kesayanganku, Robby dan Abi.
10. Sahabat - sahabat penulis yaitu Chairin Indah Ningsih, Helen Natalia, Herlia Rahmadona, Msy. Dewi Maisari, dan Della Audita yang selalu memberikan semangat dan motivasi.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini, oleh sebab itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat dibutuhkan bagi penulis agar bisa menjadi lebih baik lagi di masa mendatang. Semoga laporan Tugas Akhir ini bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, Desember 2018

Penulis,

Enggi Rizani Putri

NIM. 09031181419042

ABSTRAK**PENERAPAN *E-CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM)*
UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PADA
PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE *FRAMEWORK OF DYNAMIC
CRM* (STUDI KASUS: BAAN STORE PALEMBANG)****Oleh****Enggi Rizani Putri
09031181419042**

Baan Store adalah salah satu toko yang menjual barang perlengkapan mulai dari aksesoris gadget, peralatan dapur, peralatan kecantikan, mainan anak, serta barang *fashion*. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada pelanggan, maka dibutuhkan penerapan sebuah *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)* dengan metode khusus CRM yaitu *Framework of Dynamic CRM* yang mempunyai tiga fase yang diterapkan pada *website* Baan Store yang telah dibuat yakni mendapatkan pelanggan baru dengan menerapkan fitur *sharing* produk serta perbandingan produk (*acquisition*), mempertahankan pelanggan dengan menerapkan fitur notifikasi produk terbaru secara langsung melalui *web* dan *handphone* pelanggan menggunakan fitur *Short Message Service (SMS) Gateway (retention)*, dan membina hubungan baik yang telah ada dengan pelanggan dengan menerapkan survei *online* yang menggunakan perhitungan *Service Quality (expansion)*. Metode perhitungan *Service Quality (ServQual)* berfungsi untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Hasil perhitungan survei *online* menyatakan bahwa 79% pelanggan menyatakan puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Baan Store. Adapun metode pengembangan sistem yang digunakan adalah *waterfall* dan bahasa pemrogramannya adalah PHP (*Personal Hypertext Preprocessor*) serta MySQL sebagai basis datanya.

Kata Kunci : *E-CRM, Framework of Dynamic CRM, waterfall, pelanggan.*

ABSTRACT**APPLICATION OF E-CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM) TO IMPROVE SERVICE QUALITY AT CUSTOMER USING FRAMEWORK OF DYNAMIC CRM METHOD (CASE STUDY: BAAN STORE PALEMBANG)**

By

Enggi Rizani Putri
09031181419042

Baan Store is one of a store that sells equipment items start from gadget accessories, kitchen tools, beauty equipment, children's toys, and fashion items. To improving service quality for customers, it is necessary to implement an Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) with a special CRM method, namely Framework of Dynamic CRM which has three phases that are applied to the Baan Store website that has been created, that are acquiring new customers by applying the sharing feature product and product comparison (acquisition), retain customers by applying the latest product notification features directly through the web and customer's mobile using the Short Message Service (SMS) Gateway feature (retention), and fostering good relationships that already exist with customers by implementing online surveys that use the calculation of Service Quality (expansion). Service Quality (ServQual) calculation method serves to measure the level of customer satisfaction. The results of online survey calculations state that 79% of customers expressed satisfaction with the quality of services provided by Baan Store. The system development method used is waterfall and the programming language is PHP (Personal Hypertext Preprocessor) and MySQL as the database.

Keywords: *E-CRM, Framework of Dynamic CRM, waterfall, customers.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	3
1.3 Manfaat	4
1.4 Batasan Masalah	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Umum Baan Store Palembang	6
2.1.1 Sejarah Perusahaan	6
2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	6
2.1.2.1 Visi Perusahaan	6
2.1.2.2 Misi Perusahaan	6
2.1.3 Struktur Organisasi	7
2.2 Penelitian Terdahulu	8
2.3 Pengertian Penerapan	10
2.4 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	10
2.4.1 Pengertian CRM	10
2.4.2 Teknologi CRM	11
2.5 Pengertian <i>Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)</i>	13
2.6 Pengertian Kualitas Pelayanan	13
2.7 Pengertian Pelanggan	13
2.8 Pengertian Pengembangan Sistem	14
2.8.1 Metode Pengembangan Sistem	14
2.9 Pengertian Perancangan Sistem	16
2.10 Metode <i>Framework of Dynamic CRM</i>	17
2.11 <i>SMS (Short Message Service) Gateway</i>	18
2.12 <i>GNU All Mobile Management Utilities</i>	18
2.13 Bagan Alir (<i>Flowchart</i>)	19
2.14 Basis Data	21
2.15 Kamus Data	22

2.16 Konsep Pemodelan Sistem.....	22
2.16.1 <i>Data Flow Diagram (DFD)</i>	22
2.16.2 <i>Entity Relationship Diagram (ERD)</i>	24
2.17 Bahasa Pemrograman.....	25
2.15.1 <i>Personal Hypertext Preprocessor (PHP)</i>	25
2.15.2 <i>MySQL</i>	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Objek Penelitian	27
3.2 Metode Pengumpulan Data	27
3.2.1 Jenis Data	27
3.2.2 Sumber Data.....	27
3.2.3 Pengumpulan Data	27
3.3 Metode Pengembangan Sistem	28
3.4 Metode Penerapan CRM.....	31
BAB IV ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM	36
4.1 Analisis Kebutuhan Sistem	36
4.1.1 Sistem yang Sedang Digunakan.....	36
4.1.2 Kelemahan Sistem yang Sedang Digunakan	37
4.2 Perancangan Sistem	38
4.2.1 <i>Data Flow Diagram (DFD)</i>	38
4.2.2 <i>Entity Relationship Diagram (ERD)</i>	42
4.3 Kamus Data.....	45
4.3.1 <i>Data Store</i>	45
4.3.2 Aliran Data Masuk.....	47
4.3.3 Aliran Data Keluar	48
4.4 Spesifikasi Tabel.....	49
4.5 Rancangan Tampilan <i>Website</i>	53
4.5.1 Rancangan Tampilan Halaman <i>Home</i>	53
4.5.2 Rancangan Tampilan Halaman Detail Produk.....	53
4.5.3 Rancangan Tampilan Halaman Registrasi Pelanggan	54
4.5.4 Rancangan Tampilan Halaman Pelanggan	55
4.5.5 Rancangan Tampilan Halaman <i>Cart</i> dan <i>Checkout</i>	55
4.5.6 Rancangan Tampilan Halaman Konfirmasi Pembayaran	56
4.5.7 Rancangan Tampilan Halaman Kritik dan Saran.....	56
4.5.8 Rancangan Tampilan Halaman Pegawai.....	57
4.5.9 Rancangan Tampilan Halaman Pemilik.....	57
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	59
5.1 Hasil.....	59
5.1.1 Antarmuka Sistem (<i>System Interface</i>).....	59
5.1.1.1 Halaman <i>Home</i>	59
5.1.1.2 Halaman Kategori Produk.....	59
5.1.1.3 Halaman Detail Produk.....	60
5.1.1.4 Halaman <i>Login</i> Pelanggan	60
5.1.1.5 Halaman Registrasi Pelanggan	61
5.1.1.6 Halaman <i>Cart</i>	61

5.1.1.7 Halaman Survei.....	62
5.1.1.8 Halaman Profil	62
5.1.1.9 Halaman Histori Pemesanan	63
5.1.1.10 Halaman Kontak Kami	63
5.1.1.11 Halaman <i>Login</i> Pegawai	64
5.1.1.12 Halaman Utama Pegawai.....	64
5.1.1.13 Halaman Menu Barang	64
5.1.1.14 Halaman Menu Kategori.....	65
5.1.1.15 Halaman Menu Pemesanan.....	65
5.1.1.16 Halaman Menu Pengguna	66
5.1.1.17 Halaman Utama Pemilik	66
5.1.1.18 Halaman Cetak Laporan Barang.....	67
5.1.1.19 Halaman Cetak Laporan Pengguna.....	67
5.1.1.20 Halaman Cetak Laporan Pemesanan	68
5.2 Pembahasan.....	68
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	77
6.1 Kesimpulan	77
6.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>Framework of Dynamic CRM</i>	17
Gambar 4.1 <i>Flowchart</i> Sistem yang Sedang Berjalan	35
Gambar 4.2 Diagram Konteks Sistem yang Diusulkan	37
Gambar 4.3 DFD Level 1 yang Diusulkan	38
Gambar 4.4 DFD Level 2 Subproses Kelola Pengguna.....	40
Gambar 4.5 DFD Level 2 Subproses Kelola Role	40
Gambar 4.6 DFD Level 2 Subproses Kelola Kategori dan Barang	40
Gambar 4.7 DFD Level 2 Subproses Kelola Kuesioner	41
Gambar 4.8 DFD Level 2 Subproses Kelola Transaksi	41
Gambar 4.9 <i>Entity Relationship Diagram (ERD)</i>	42
Gambar 4.10 Rancangan Tampilan Halaman <i>Home</i>	52
Gambar 4.11 Rancangan Tampilan Halaman Detail Produk	53
Gambar 4.12 Rancangan Tampilan Halaman Registrasi Pelanggan.....	53
Gambar 4.13 Rancangan Tampilan Halaman Pelanggan.....	54
Gambar 4.14 Rancangan Tampilan Halaman <i>Cart</i> dan <i>Checkout</i>	55
Gambar 4.15 Rancangan Tampilan Halaman Konfirmasi Pembayaran	55
Gambar 4.16 Rancangan Tampilan Halaman Kritik dan Saran	56
Gambar 4.17 Rancangan Tampilan Halaman Pegawai.....	56
Gambar 4.18 Rancangan Tampilan Halaman Pemilik.....	57
Gambar 5.1 Halaman <i>Home</i>	58
Gambar 5.2 Halaman Kategori Produk.....	59
Gambar 5.3 Halaman Detail Produk	59
Gambar 5.4 Halaman <i>Login</i> Pelanggan	60
Gambar 5.5 Halaman Registrasi Pelanggan.....	60
Gambar 5.6 Halaman <i>Cart</i>	61
Gambar 5.7 Halaman Survei.....	61
Gambar 5.8 Halaman Profil	62
Gambar 5.9 Halaman Histori Pemesanan	62
Gambar 5.10 Halaman Kontak Kami.....	63
Gambar 5.11 Halaman <i>Login</i> Pegawai	63
Gambar 5.12 Halaman Utama Pegawai	63
Gambar 5.13 Halaman Menu Barang	64
Gambar 5.14 Halaman Menu Kategori	64
Gambar 5.15 Halaman Menu Pemesanan	65
Gambar 5.16 Halaman Menu Pengguna	65
Gambar 5.17 Halaman Utama Pemilik	66
Gambar 5.18 Halaman Cetak Laporan Barang	66
Gambar 5.19 Halaman Cetak Laporan Pengguna	67
Gambar 5.20 Halaman Cetak Laporan Pemesanan.....	67
Gambar 5.21 Halaman Perbandingan Produk.....	68
Gambar 5.22 Halaman <i>Share</i> Produk	68
Gambar 5.23 Halaman Notifikasi Produk Terbaru	69
Gambar 5.24 Halaman Detail Produk Terbaru	69

Gambar 5.25 Halaman Kritik dan Saran	70
Gambar 5.26 Halaman Pertanyaan (Hasil Kuesioner)	70

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 2.2 Simbol-simbol <i>Flowchart</i>	19
Tabel 2.3 Simbol-simbol <i>Data Flow Diagram</i>	21
Tabel 2.4 Simbol-simbol <i>Entity Relationship Diagram</i>	23
Tabel 3.1 Penentuan Skor Jawaban.....	32
Tabel 3.2 Skor Ideal	33
Tabel 3.3 <i>Rating Scale</i>	33
Tabel 4.1 Tabel <i>Role</i>	49
Tabel 4.2 Tabel Pengguna.....	49
Tabel 4.3 Tabel Pemesanan.....	49
Tabel 4.4 Tabel Detail_Pemesanan.....	50
Tabel 4.5 Tabel Barang.....	50
Tabel 4.6 Tabel Kategori_Barang.....	50
Tabel 4.7 Tabel Jawaban_Pengguna.....	51
Tabel 4.8 Tabel Pertanyaan.....	51
Tabel 4.9 Tabel Jawaban.....	51
Tabel 4.10 Tabel Kritik_Saran.....	51
Tabel 5.1 Hasil Perhitungan Pertanyaan Pertama	71
Tabel 5.2 Hasil Perhitungan Pertanyaan Kedua.....	71
Tabel 5.3 Hasil Perhitungan Pertanyaan Ketiga	71
Tabel 5.4 Hasil Perhitungan Pertanyaan Keempat.....	72
Tabel 5.5 Hasil Perhitungan Pertanyaan Kelima	72
Tabel 5.6 Hasil Perhitungan Pertanyaan Keenam.....	73
Tabel 5.7 Hasil Perhitungan Pertanyaan Ketujuh	73
Tabel 5.8 Hasil Perhitungan Pertanyaan Kedelapan	73
Tabel 5.9 Hasil Perhitungan Pertanyaan Kesembilan	74
Tabel 5.10 Hasil Perhitungan Pertanyaan Kesepuluh.....	74

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan usaha yang ketat mengharuskan perusahaan agar lebih fokus pada kebutuhan yang diinginkan oleh pelanggan. Kondisi persaingan bisnis yang terjadi juga membuat perusahaan harus mengetahui target pasar yang ditujunya dan kualitas dari produk-produknya (Zulfata, Wardani, & Brata, 2015). Perusahaan mulai mengubah pola pikir yang dulunya berorientasi pada keuntungan ke arah faktor-faktor potensial seperti tingkat kepuasan pelanggan, hal ini menjadi salah satu faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus mengenali apa yang diinginkan oleh pelanggannya melalui upaya mengelola hubungan yang baik dengan pelanggan. Sementara itu jumlah pelanggan tidak sedikit dan mereka juga memiliki karakteristik yang bervariasi (Yunitarini, Santoso, & Nurwarsito, 2012).

Dalam hal ini dibutuhkan manajemen hubungan pelanggan atau yang biasa disebut dengan *Customer Relationship Management (CRM)* yang dapat membantu perusahaan meningkatkan keuntungan dan loyalitas pelanggan. CRM mendukung suatu perusahaan untuk menyediakan pelayanan kepada pelanggan secara *real time* dan menjalin hubungan dengan tiap pelanggan melalui penggunaan informasi tentang pelanggan (Kotler & Keller, 2009). Dengan menggunakan metode *Framework of Dynamic CRM*, penerapan strategi CRM dapat dikembangkan untuk mendapatkan pelanggan baru (*Acquire*), mempertahankan pelanggan (*Retain*), dan membina hubungan yang baik dengan pelanggan yang telah ada (*Expansion*) yang pada akhirnya akan terciptanya kesetiaan pelanggan. Berdasarkan perkembangan

teknologi dan kebutuhan customer akan akses layanan yang cepat dan praktis, maka terdapat konsep yang menghubungkan antara CRM tradisional dengan CRM berbasis web yaitu E-CRM. *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) merupakan proses yang mendukung operasi pelayanan, pemasaran, dan penjualan yang melibatkan interaksi pelanggan secara langsung dan tidak langsung melalui internet (John W.Satzinger, 2005). Dengan adanya E-CRM ini pihak perusahaan dapat mengintegrasikan dan mengotomatisasi proses layanan pelanggan dalam bidang penjualan, pemasaran, dan layanan produk atau jasa yang berkaitan dengan perusahaan.

Baan Store Palembang merupakan salah satu usaha bisnis yang bergerak pada bidang penjualan aksesoris *handphone* dan juga menjual beberapa produk kecantikan, peralatan dapur, serta mainan anak-anak sebagai pelengkap toko tersebut. Adapun kondisi yang terjadi pada Baan Store yaitu proses pemasaran yang masih menggunakan media sosial Instagram sehingga informasi produk barang yang dijual di Baan Store (aksesoris HP, peralatan kecantikan, peralatan dapur, dan mainan anak-anak) tidak beraturan yang akan menyebabkan calon pelanggan kurang tertarik untuk mengunjungi akun Baan Store tersebut. Sedangkan untuk proses promo pada produk terkadang pelanggan tidak mengetahui adanya potongan harga yang diadakan oleh Baan Store dikarenakan proses promo hanya disampaikan kepada pelanggan yang datang ke toko. Permasalahan lainnya adalah belum adanya layanan yang berfungsi untuk berinteraksi dengan pelanggan untuk menyampaikan keluhan sehingga pelanggan tidak dapat menyampaikan saran, kritik, maupun keluhan.

Oleh karena itu, Baan Store memerlukan adanya suatu media berupa sistem yang mengintegrasikan antara pemasaran, proses transaksi dan pelayanan kepada pelanggan menjadi suatu aplikasi berbasis *online* yang dapat mengelola hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya dengan membuat sebuah *website* yang menerapkan konsep *Customer Relationship Management (CRM)*. Dengan adanya *website* CRM diharapkan dapat menjadi solusi perusahaan dalam manajemen pelayanan perusahaan dan dapat memanfaatkan database pelanggan beserta keluhannya untuk menjadi masukan dan perbaikan perusahaan untuk kedepan dan dapat mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan (*order*) *online* serta dijadikan sebagai media promosi produk perusahaan yang dapat menghemat biaya perusahaan dalam mempromosikan produk kepada pelanggan.

Berdasarkan dari uraian diatas, maka penulis menjadikan topik ini sebagai penulisan skripsi dengan judul **“PENERAPAN *E-CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM)* UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PADA PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE *FRAMEWORK OF DYNAMIC CRM* (STUDI KASUS: BAAN STORE PALEMBANG)”**.

1.2 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan penerapan *E-CRM* untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada pelanggan menggunakan metode *Framework of Dynamic CRM* pada Baan Store Palembang.

1.3 Manfaat

Dengan adanya penelitian ini diharapkan ada manfaat yang dapat diambil bagi semua pihak yang berkepentingan. Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini antara lain:

a. Bagi Baan Store

Dapat menjadi solusi bisnis terbaru dalam meningkatkan penjualan, pemasaran, serta kualitas pelayanan terhadap pelanggan.

b. Bagi Karyawan

Dapat mempermudah dalam mengelola semua transaksi yang terkait dalam penjualan, serta mempermudah dalam melayani pelanggan dan calon pelanggan.

c. Bagi Pelanggan

Memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melihat detail produk dan melakukan pembelian secara *online*

d. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan serta pengetahuan yang lebih mendalam mengenai *Customer Relationship Management (CRM)*.

1.4 Batasan Masalah

Untuk menghindari agar pembahasan tidak menyimpang, maka penulis membatasi skripsi ini. Secara rinci, batasan masalah pada skripsi ini adalah:

1. Penelitian ini dilakukan di toko Baan Store Palembang yang menjual aksesoris *handphone*, peralatan kecantikan, peralatan dapur, serta mainan anak-anak.

2. Perancangan *web Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)* yang dibuat mencakup kelola pengguna, kelola role, kelola kategori dan barang, kelola kuisisioner, kelola transaksi, konfirmasi pembayaran, pengisian kuisisioner, pengisian kritik dan saran, serta pembuatan laporan.
3. Fitur CRM meliputi *sharing* produk langsung dari *web* ke media sosial *Facebook* menggunakan fitur *Facebook Sharer API*, notifikasi update produk terbaru melalui web serta langsung ke *handphone* pelanggan menggunakan fitur *Short Message Service (SMS) Gateway*, perbandingan produk, pengisian kuisisioner *online* menggunakan perhitungan *ServQual*, serta promo pada produk tertentu.
4. Metode penerapan CRM yang digunakan ialah *Framework of Dynamic CRM*.
5. Metodologi pengembangan sistem yang digunakan adalah *waterfall*. Adapun tahap yang digunakan hanya sampai tahap *implementation* dan *testing*, dan tidak membahas mengenai tahap *maintenance*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhikari, B. (2009, Agustus). *Managing Customer Relationships in Service Organizations*. Administration and Management Review, 21(2).
- Anhar. 2010. *Panduan Menguasai PHP dan MySQL Secara Otodidak*. Jakarta: Penerbit Mediakita
- Budiardjo, E., Irwiensyah, F. (2008, Mei). *Analisis Fitur CRM untuk Meningkatkan Kepuasan Pasien Berbasis pada Framework of Dynamic CRM Studi Kasus:Departemen Obstetri dan Ginekologi FKUI-RSCM Jakarta*. Seminar Nasional Informatika.
- Date, C.J. 2004. *An Introduction to Database System, Seventh Edition*. USA:Addison Wesley.
- Greenberg, Paul. (2002). *Customer Relationship Management at the Speed of Light*. Berkeley: Mc-Graw Hill.
- Griffin, Jill. (2003). *Customer Loyalty*. Terjemahan oleh Dwi Kartini Yahya, Jakarta : Erlangga
- Jogiyanto. (2005). *Analisis dan Desain Sistem Informasi Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta : ANDI.
- Kalakota, R. a. (2001). *e-Business 2.0 : Roadmap For Success*. Boston: Addison-Wesley.
- Kotler, P., Keller, K L. (2006). *Marketing Management*. Pearson Education Pvt. Ltd, 12th Edition.
- Kristanto, A. (2008). *Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya*. Yogyakarta: penerbit Gava Media.

- Mujiastuti, R., Haryani, D. R. (2014, Januari). *Aplikasi Customer Relationship Management (CRM) dengan Metode Framework of Dynamic CRM*. Jurnal Teknologi, 6(1).
- Nugroho, Bunafit. 2005. *Aplikasi Pemrograman Web Dinamis dengan PHP dan MySQL*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media
- Nugroho, C.C., Santoso, N. (2015). *Implementasi Perangkat Lunak E-Customer Relationship Management dengan Metode Framework of Dynamic CRM (Studi Kasus: Fotorentis Studio)*. Prosiding Seminar Informatika Aplikatif Polinema 2015.
- Priyanto, D. 2015. *Rancang Bangun Customer Relationship Management (CRM) Menggunakan Metode Framework of Dynamic CRM pada Totebag Corner Semarang*. Jurnal Ilmiah Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Sutabri, T. 2005. *Analisa Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Whitten. (2004). *Metode. Desain dan Analisis Sistem (Terjemahan)*. Yogyakarta: ANDI.
- Widjaja, Tunggal Amin. (2008). *Dasar-Dasar Customer Relationship Management*. Jakarta: Harvarindo.
- Yunitarini, R., Santoso, B. P. & Nurwarsito, H. (2012, Juni). *Implementasi Perangkat Lunak Electronic Customer Relationship (E-CRM) dengan Metode Framework of Dynamic CRM*. Jurnal EECCIS, 6(1), 83-90.
- Zulfata, G., Hendrakusuma, N. & Brata, H.A. (2015). *Pengembangan Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Pada Toko Sepatu Aneka Sport Malang Dengan Metode Kerangka Kerja Dynamic CRM*. Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer, Universitas Brawijaya.