

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) PADA
LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR Matrik Palembang**

TUGAS AKHIR

**Program Studi Sistem Informasi
Jenjang Strata Satu**



Oleh :

WARSILAH

09081003007

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
JULI 2015**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) PADA
LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR Matrik Palembang**

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

Oleh :

Warsilah

09081003007

Pembimbing I,

**Endang Lestari R, S.Kom, M.T
NIP 19781117 200604 2 001**

**Palembang, 7 Juli 2015
Pembimbing II,**

**Ari Wedhasmara, M.TI
NIP 19781211 201012 1 002**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Sistem Informasi

**Fathoni, MMSI
NIP19721018 200812 1 001**

Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 7 Juli 2015

Tim Penguji

1. Ketua (Pembimbing I) : Endang Lestari R, S.Kom, M.T _____
2. Sekretaris (Pembimbing II) : Ari Wedhasmara, M.TI _____
3. Anggota I : Ken Ditha Tania, M.Kom _____
4. Anggota II : Rizka Dhini Kurnia, M.Sc _____

Mengetahui,

Ketua Jurusan Sistem Informasi

Fathoni, MMSI

NIP19721018 200812 1 001

ABSTRAK

PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) PADA LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR Matrik PALEMBANG

Oleh

WARSILAH

09081003007

Customer Relationship Management (CRM) merupakan sebuah pendekatan terintegrasi antara manusia, proses dan teknologi untuk memahami pelanggan suatu perusahaan dengan berfokus pada pelanggan dan pengembangan hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya. Pada dasarnya, tujuan suatu perusahaan mengadopsi CRM adalah untuk meningkatkan ketahanan dan kepuasan pelanggan. Tujuan penerapan CRM pada Matrik Palembang adalah untuk membantu Matrik dalam memberikan pelayanan dan informasi seputar bimbingan belajar Matrik Palembang dengan tujuan mendapatkan pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, dan memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode FAST, untuk menggambarkan model data menggunakan ERD (Entity Relationship Diagram) dan untuk model fungsional menggunakan DFD (Data Flow Diagram). Sedangkan bahasa pemrograman yang digunakan untuk membuat program ini adalah PHP dengan database server MySQL. Penelitian ini menghasilkan sebuah sistem CRM yang berbentuk sebuah website yang memiliki beberapa menu sesuai dengan kebutuhan strategi bisnis CRM. Website ini juga memiliki kelengkapan informasi yang cukup sehingga pelanggan dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang diinginkan serta memudahkan pelanggan dalam menyampaikan kritik dan saran terhadap layanan yang diberikan oleh pihak Matrik Palembang.

Kata kunci : *Customer Relationship Management*, CRM, pelanggan, bimbingan belajar Matrik Palembang.

ABSTRACT

IMPLEMENTATION OF WEB-BASED COSTUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) ON MATRIK EDUCATION CENTRE OF PALEMBANG

By

WARSILAH

09081003007

Customer Relationship Management (CRM) is an integrated approach between people, processes and technology to understand customer of a company with a focus on the customer and the development of relations between the company and its customers. Basically, the purpose of a company to adopt CRM is to improve performance and customer satisfaction. The purpose of implementation of CRM at Matrik Education Centre of Palembang is to assist Matrik in providing services and information about Matrik Education Centre of Palembang with the aim of acquiring new customers, retaining existing customers, and provide added value to customers. The method used in this research is FAST, to describe the data model using the ERD (*Entity Relationship Diagram*) and for the functional model using DFD (*Data Flow Diagram*). While the programming language used to create this program is PHP with MySQL database server. The result of this research is to develop a CRM system in the form of a website which has menu to proper the needs of the CRM business strategy. The website also has a complete enough information so that customers can easily get the information and enable customers to deliver feedback on the services provided by the Matrik Education Centre Palembang.

Keyword : Customer Relationship Management, CRM, customer, Matrik Education Centre of Palembang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas Berkat dan Rahmat-Nya penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) PADA LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR Matrik PALEMBANG”.

Dalam melaksanakan dan menyusun Tugas Akhir ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Darmawijoyo, M.Si, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya
2. Bapak Fathoni, MMSI selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi di Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
3. Endang Lestari R, S.Kom, M.T selaku Dosen Pembimbing I Tugas Akhir.
4. Ari Wedhasmara, M.TI selaku Dosen Pembimbing II Tugas Akhir.
5. Seluruh Staf dan Dosen yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Ibu Novirita Candra Dewi, selaku Pimpinan bimbingan belajar Matrik Palembang.
7. Seluruh Karyawan bimbingan belajar Matrik Palembang yang telah membantu penulis dalam penelitian.

8. Kedua orang tua penulis “Tasiman Wiharma dan Soniyati Atmorejo”.
Kedua saudara Penulis “Dariyah, A.Md dan Lasmini, S.KM” terima kasih atas dukungan dan motivasi yang diberikan kepada penulis.
9. Teman-teman SI 08 yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
10. Sahabat-sahabat penulis : Lastri Mahardika, S.SI, Cindya Viola Criesna, S.SI, Meylani Utari, S.SI, Tri Yuvita, S.SI, dan Salman Farizy Siregar, S.T yang selalu memberi dukungan dan motivasi kepada penulis.
11. Staf Administrasi Fakultas Ilmu Komputer yang selalu membantu dan mendukung Penulis dalam hal administrasi perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih belum sempurna, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi menyempurnakan tugas akhir ini. Penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, Juli 2015

Warsilah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan dan Manfaat.....	5
1.2.1 Tujuan	5
1.2.2 Manfaat	5
1.3 Batasan Masalah	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Matrik	8
2.2 Customer Relationship Management (CRM).....	10
2.2.1 Pengertian Customer Relationship Management (CRM)	10
2.2.2 Tujuan Customer Relationship Management (CRM)	12
2.2.3 Manfaat Customer Relationship Management (CRM).....	13
2.2.4 Fase-fase dari Customer Relationship Management (CRM).....	16
2.2.5 Kerangka Customer Relationship Management (CRM).....	17
2.2.6 Tahapan Customer Relationship Management (CRM)	19
2.2.7 Fitur-fitur dalam Customer Relationship Management (CRM)	20
2.3 Data Flow Diagram (DFD).....	21
2.4 Entity Relationship Diagram(ERD)	24
2.5 Kamus Data	25
2.6 Basis Data.....	26
2.7 Hypertext Preprocessor (PHP)	26

2.8 MySQL	27
BAB III METODE PENELITIAN	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
3.2.4 Deskripsi Data	30
3.3 Metode Pengembangan Sistem	31
3.4 Metode Kepuasan Pelanggan	39
3.4.1 Dimensi Kepuasan Pelanggan	41
3.4.2 Skala Likert	42
BAB IV ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM	44
4.1 Definisi Proyek (Project Definition)	44
4.1.1 Tujuan Proyek	44
4.1.2 Gambaran Proyek	45
4.1.3 Pernyataan Masalah dan Opportunities	46
4.1.3.1 Pernyataan Masalah	46
4.1.3.2 Kesempatan (Opportunities)	49
4.1.3.3 Tabel Pernyataan Masalah	49
4.1.4 Keterbatasan Proyek (Project Constraints)	51
4.1.4.1 Business Constraints	51
4.1.4.2 Technology Constraints	52
4.1.5 Ide Solusi Tahap Awal	52
4.1.6 Ruang Lingkup Proyek	53
4.2 Analisis Masalah	53
4.2.1 Domain Permasalahan	54
4.3 Cause-Effect Analysis & System Improvement Objective	56
4.4 Analisis Kebutuhan	61
4.4.1 Kebutuhan Fungsional	61
4.4.2 Kebutuhan Nonfungsional	62
4.5 Prioritas Kebutuhan	63
4.5.1 Mandatory Requirement	63
4.5.2 Desirable Requirement	65

4.6 Desain Logika.....	67
4.6.1 Permodelan Proses.....	67
4.6.2 Permodelan Data.....	78
4.7 Analisa Keputusan.....	81
4.7.1 Identifikasi Solusi Kandidat (Identify Candidate Solutions).....	82
4.7.2 Analisis Solusi Kandidat (Analyze Candidate Solutions).....	84
4.7.3 Perbandingan Solusi Kandidat (Compare Candidate Solutions).....	85
4.7.4 Rekomendasi Solusi Kandidat (Recommend A System Solution).....	88
BAB V DESAIN SISTEM	89
5.1 Perancangan Sistem.....	89
5.1.1 <i>Physical Data Flow Diagram</i> (PDFD).....	89
5.1.2 Arsitektur Sistem Informasi dalam Jaringan	93
5.2 Perancangan Perangkat Lunak.....	94
5.2.1 Rancangan <i>Database</i>	94
5.2.1.1 Skema <i>Database</i>	94
5.2.2 Rancangan <i>Interface</i> Perangkat Lunak.....	103
5.2.2.1 Rancangan Antar Muka Halaman Utama.....	103
5.2.2.2 Rancangan Antar Muka Halaman Paket Belajar	104
5.2.2.3 Perancangan Antar Muka Halaman Berita	105
5.2.2.4 Perancangan Antar Muka Halaman FAQ.....	105
5.2.2.5 Perancangan Antar Muka Halaman Tentang Matrik.....	106
5.2.2.6 Perancangan Antar Muka Halaman Pelanggan	106
5.2.2.7 Perancangan Antar Muka Hal. Perm. Materi Modul.....	107
5.2.2.8 Perancangan Antar Muka Hal. Kritik & Saran.....	107
5.2.2.9 Perancangan Antar Muka Halaman Kuesioner.....	108
5.2.2.10 Perancangan Antar Muka Hal. Hasil <i>Try Out</i>	108
5.2.2.11 Perancangan Antar Muka Halaman Admin.....	109
5.2.2.12 Perancangan Antar Muka Hal. Kritik & Saran Admin.....	109
5.2.2.13 Perancangan Antar Muka Hal. Perm. Materi Modul Admin.....	110
5.2.2.14 Perancangan Antar Muka Hal. Input Kuesioner.....	110
5.2.2.15 Perancangan Antar Muka Hal. Input Nilai	110
5.2.2.16 Perancangan Antar Muka Hal. Input Paket Belajar.....	111
5.2.2.17 Perancangan Antar Muka Hal. Input Berita.....	111
5.2.2.18 Perancangan Antar Muka Hal. Input Mata Pelajaran	111

5.2.2.19 Perancangan Antar Muka Hal. Input Kelas.....	112
5.2.2.20 Perancangan Antar Muka Hal. Lap. Kritik & Saran	112
5.2.2.21 Perancangan Antar Muka Hal. Lap. Kepuasan Pelanggan.....	112
5.2.2.22 Perancangan Antar Muka Hal. Lap. Perm. Materi Modul	113
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN	114
6.1 Hasil.....	114
6.1.1 <i>Interface</i> Sistem	114
6.1.2 Hasil Uji Coba	129
6.2 Pembahasan	137
6.3 Kelebihan dan Kelemahan Sistem.....	139
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN	140
7.1 Kesimpulan.....	140
7.2 Saran	141
DAFTAR PUSTAKA	143
LAMPIRAN.....	145



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Bimbingan Belajar Matrik	9
Gambar 2.2 Kerangka Customer Relationship Management (CRM)	18
Gambar 3.1 Metode Pengembangan Sistem FAST	32
Gambar 3.2 Tugas-tugas untuk Fase Definisi Lingkup	33
Gambar 3.3 Tugas-tugas untuk Fase Tahap Analisis Masalah	34
Gambar 3.4 Tugas-tugas untuk Fase Analisis Kebutuhan	35
Gambar 3.5 Tugas-tugas untuk Fase Desain Logis.....	36
Gambar 3.6 Tugas-tugas untuk Fase Analisis Keputusan.....	37
Gambar 4.1 Diagram konteks sistem yang diusulkan.....	67
Gambar 4.2 DFD level 1 sistem yang diusulkan	69
Gambar 4.3 DFD level 2 proses registrasi pelanggan.....	71
Gambar 4.4 DFD level 2 proses login.....	72
Gambar 4.5 DFD level 2 proses pengolahan data master	73
Gambar 4.6 DFD level 2 proses pengolahan kuesioner dan polling.....	74
Gambar 4.7 DFD level 2 proses permintaan materi modul	75
Gambar 4.8 DFD level 2 proses kritik dan saran.....	76
Gambar 4.9 DFD level 2 proses pengolahan pengumuman akademik	76
Gambar 4.10 DFD level 2 proses pengolahan laporan	77
Gambar 4.11 ERD sistem yang diusulkan	79
Gambar 5.1 PDFD Proses Registrasi Pelanggan	89
Gambar 5.2 PDFD Proses <i>Login</i>	90
Gambar 5.3 PDFD Proses Pengolahan Data <i>Master</i>	90
Gambar 5.4 PDFD Proses pengolahan Kuesioner dan Polling.....	91
Gambar 5.5 PDFD Proses Permintaan Materi Modul.....	91
Gambar 5.6 PDFD Proses Kritik dan Saran.....	92
Gambar 5.7 PDFD Proses Pengumuman Akademik	92
Gambar 5.8 PDFD Proses Pelaporan	93
Gambar 5.9 Rancangan Arsitektur Sistem Informasi dalam Jaringan	94
Gambar 5.10 Skema <i>Database</i>	95
Gambar 5.11 Perancangan Antar Muka Halaman Utama.....	103
Gambar 5.12 Perancangan Antar Muka Halaman Paket Belajar	104
Gambar 5.13 Perancangan Antar Muka Halaman Berita.....	105
Gambar 5.14 Perancangan Antar Muka Halaman FAQ	105

Gambar 5.15 Perancangan Antar Muka Halaman Tentang Matrik	106
Gambar 5.16 Perancangan Antar Muka Halaman Pelanggan Modul	106
Gambar 5.17 Perancangan Antar Muka Halaman Permintaan Materi.....	107
Gambar 5.18 Perancangan Antar Muka Halaman Kritik & Saran.....	107
Gambar 5.19 Perancangan Antar Muka Halaman Kuesioner	108
Gambar 5.20 Perancangan Antar Muka Halaman Hasil <i>Try Out</i>	108
Gambar 5.21 Perancangan Antar Muka Halaman Admin	109
Gambar 5.22 Perancangan Antar Muka Halaman Kritik & Saran.....	109
Gambar 5.23 Perancangan Antar Muka Hal. Perm. Materi Modul Admin	110
Gambar 5.24 Perancangan Antar Muka Hal. Input Pertanyaan Kuesioner	110
Gambar 5.25 Perancangan Antar Muka Halaman Input Nilai Hasil <i>Try Out</i>	110
Gambar 5.26 Perancangan Antar Muka Halaman Input Paket Belajar.....	111
Gambar 5.27 Perancangan Antar Muka Halaman Input Berita	111
Gambar 5.28 Perancangan Antar Muka Halaman Input Mata Pelajaran	111
Gambar 5.29 Perancangan Antar Muka Halaman Input kelas.....	112
Gambar 5.30 Perancangan Antar Muka Hal. Laporan Kritik & Saran	112
Gambar 5.31 Perancangan Antar Muka Hal. Lap. Kepuasan Pelanggan	112
Gambar 5.32 Perancangan Antar Muka Hal. Lap. Permintaan Materi Modul	113
Gambar 6.1 Halaman Utama.....	114
Gambar 6.2 Halaman Paket Belajar	115
Gambar 6.3 Halaman Berita.....	116
Gambar 6.4 Halaman FAQ	116
Gambar 6.5 Halaman Tentang Matrik	117
Gambar 6.6 Tampilan Login.....	118
Gambar 6.7 Tampilan Menu Pelanggan	118
Gambar 6.8 Halaman Profil	119
Gambar 6.9 Halaman Hasil Try Out	120
Gambar 6.10 Tampilan Hasil Try Out	120
Gambar 6.11 Halaman Kritik dan Saran	121
Gambar 6.12 Halaman Permintaan Materi Modul.....	121
Gambar 6.13 Halaman Kuesioner	122
Gambar 6.14 Halaman Utama Admin.....	123
Gambar 6.15 Halaman Admin Data Pelanggan	123
Gambar 6.16 Halaman Kuesioner dan Polling.....	124
Gambar 6.17 Halaman Kehadiran.....	125
Gambar 6.18 Halaman data Mata Pelajaran.....	125

Gambar 6.19 Halaman data Mata Pelajaran.....	126
Gambar 6.20 Halaman data paket belajar	127
Gambar 6.21 Halaman data kritik dan saran.....	127
Gambar 6.22 Tampilan balas kritik dan saran	128
Gambar 6.23 Halaman data permintaan materi modul belajar	128
Gambar 6.24 Tampilan balas permintaan materi paket belajar	129



DAFTAR TABEL

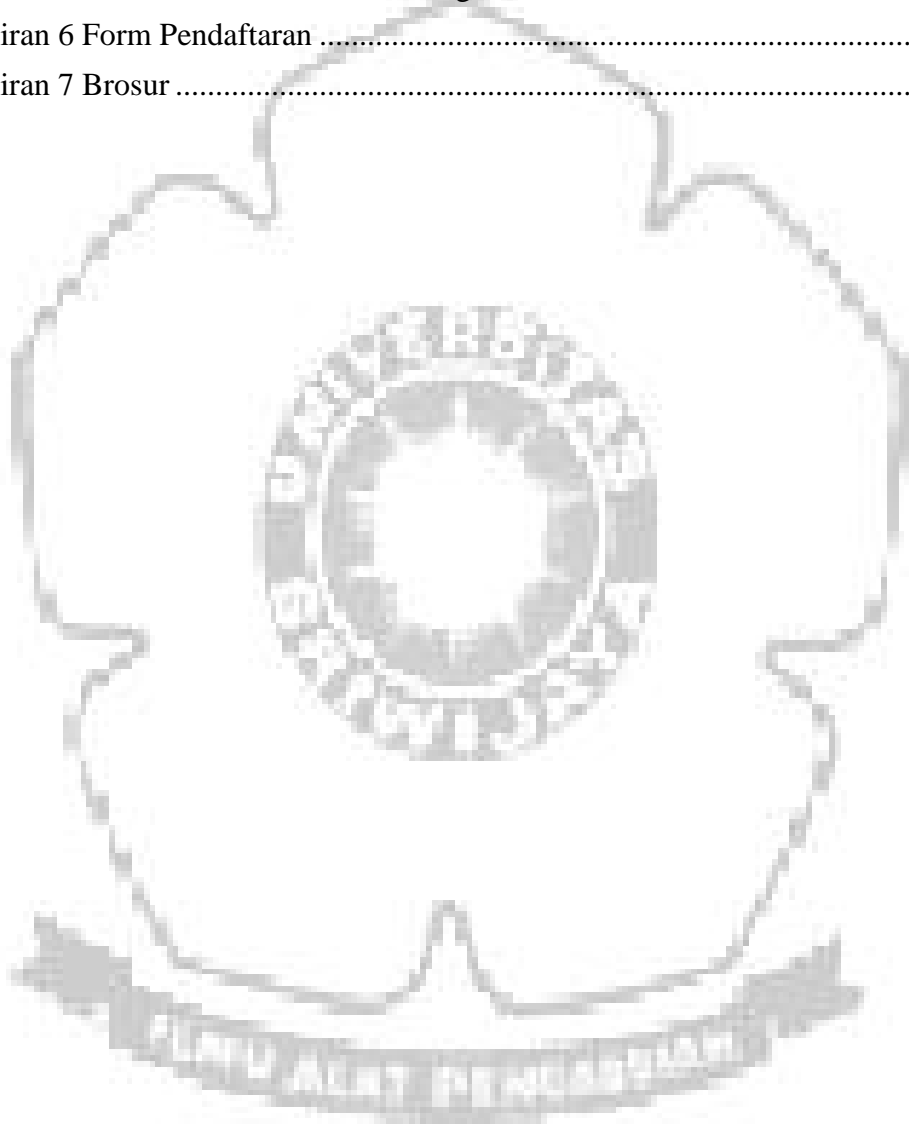
Tabel 2.1 Simbol-simbol Data Flow Diagram (DFD)	24
Tabel 2.2 Simbol-simbol Entity Relational Diagram (ERD).....	25
Tabel 2.3 Notasi Kamus Data	26
Table 3.1 Range Score	43
Tabel 4.1 Business goal dan project goal.....	45
Tabel 4.2 Pernyataan Masalah	50
Tabel 4.3 Problems, Opportunities, Objectives and Constraints Matrix	57
Tabel 4.4 Kebutuhan Nonfungsional Klasifikasi Kerangka Kerja PIECES	62
Tabel 4.5 Desirable requirement	65
Tabel 4.6 Candidate System Matrix.....	82
Tabel 4.7 Feasibility Matrix.....	86
Tabel 5.1 Tabel administrator	95
Tabel 5.2 Tabel pelanggan	96
Tabel 5.3 Tabel Paket Belajar	96
Tabel 5.4 Tabel nilai	97
Tabel 5.5 Tabel permintaan materi modul	97
Tabel 5.6 Tabel kehadiran.....	98
Tabel 5.7 Tabel kelas	98
Tabel 5.8 Tabel mata pelajaran	99
Tabel 5.9 Tabel tahun ajaran.....	99
Tabel 5.10 Tabel isi kuesioner	100
Tabel 5.11 Tabel berita	100
Tabel 5.12 Tabel kritik_saran	101
Tabel 5.13 Tabel Kuesioner	102
Tabel 5.14 Tabel faq	102
Tabel 5.15 Tabel polling	103
Tabel 6.1 Pengujian Blackbox	130
Tabel 6.2 Pengujian Black-box Menu Login	131
Tabel 6.3 Pengujian Black-box Menu Profil	132
Tabel 6.4 Test Case Edit Profil	132
Tabel 6.5 Test Case lihat hasil Try Out dan kehadiran	132
Tabel 6.6 Test Case Kritik dan saran	133
Tabel 6.7 Test Case Permintaan Materi Modul	133

Tabel 6.8 Test Case Kuisisioner	134
Tabel 6.9 Test Case Kelola Data Pelanggan	134
Tabel 6.10 Test Case Kelola Data Kuesioner	135
Tabel 6.11 Test Case Kelola Data Kehadiran	135
Tabel 6.12 Test Case Kelola Data Nilai	136
Tabel 6.13 Test Case Kelola Data Permintaan Modul	136
Tabel 6.14 Test Case Kelola Data Kritik dan Saran	137
Tabel 6.15 CRM pada bimbingan belajar Matrik Palembang	139



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar Pengumpulan Data	A-1
Lampiran 2 Surat Balasan Matrik	B-1
Lampiran 3 Draft Wawancara.....	C-1
Lampiran 4 Kartu Konsultasi Pembimbing I.....	H-1
Lampiran 5 Kartu Konsultasi Pembimbing II.....	I-1
Lampiran 6 Form Pendaftaran	J-1
Lampiran 7 Brosur	K-1



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dalam dunia bisnis tidak hanya bergantung pada kualitas produknya saja, tetapi juga melihat dari sisi kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan. Dari sisi kualitas produk yang ditawarkan dapat lebih mendorong pelanggan untuk membeli produk yang kita tawarkan. Kualitas layanan merupakan suatu hal yang sangat penting, dalam menghadapi pelanggan yang membutuhkan perhatian dan layanan yang tinggi. Pelayanan yang berkualitas tinggi yang dapat memberikan kepuasan tersendiri terhadap kebutuhan pelanggan.

Lembaga bimbingan belajar Matrik Palembang merupakan salah satu lembaga penyedia jasa layanan bimbingan belajar untuk anak-anak Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama dan Sekolah Menengah Pertama. Selain itu, bimbingan belajar Matrik juga menyediakan bimbingan belajar untuk program UN dan program setelah UN. Matrik memiliki 11 tempat bimbingan belajar yang terletak di berbagai tempat di wilayah Palembang. Adapun untuk mata pelajaran yang diajarkan di bimbingan belajar Matrik antara lain, Matematika, Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, Ilmu Pengetahuan Alam seperti Fisika, Biologi, dan Kimia, serta Ilmu Pengetahuan Sosial seperti Akuntansi, Geografi, dan Sosiologi.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Pimpinan bimbingan belajar Matrik, ditemukan beberapa permasalahan di dalam sistem yang berjalan saat ini salah satunya adalah masalah dalam mendapatkan pelanggan baru. Promosi yang dilakukan dengan menyebarkan brosur dan spanduk yang dipasang

di berbagai tempat di wilayah Palembang serta dengan mengandalkan orang tua/wali siswa dan siswa lama untuk berbagi informasi mengenai paket belajar, biaya, fasilitas dan keistimewaan bimbingan belajar Matrik ke calon orang tua/wali siswa atau calon siswa baru menyebabkan kurang lengkapnya informasi yang didapat oleh calon pelanggan sehingga untuk mendapatkan informasi yang lengkap calon pelanggan harus datang langsung ke bimbingan belajar Matrik. Hal ini dapat menimbulkan keengganan bagi calon pelanggan yang dapat berakibat kurangnya ketertarikan calon pelanggan sehingga peluang untuk mendapatkan pelanggan baru kurang terpenuhi. Hal ini berdasarkan observasi yang dilakukan dalam penelitian selama 1 bulan, kelas belajar yang memiliki kapasitas untuk 25 siswa tiap kelasnya hanya berisi kurang dari 15 orang.

Permasalahan lainnya adalah penyebaran informasi terhadap orang tua/wali siswa disampaikan melalui surat oleh administrasi umum yang dititipkan kepada siswa atau ditampilkan di papan pengumuman yang ada di lembaga bimbingan belajar Matrik. Oleh karena itu, informasi seringkali terlambat bahkan tidak sampai kepada orang tua/wali siswa. Penyebaran informasi yang tidak efektif membuat orang tua/wali siswa tidak mengetahui perkembangan belajar anak dan informasi-informasi terbaru sehingga dapat mempengaruhi orang tua/wali siswa untuk beralih ke bimbingan belajar lain.

Selain kedua permasalahan yang telah disebutkan di paragraf sebelumnya, terdapat permasalahan lain yaitu belum adanya sarana untuk menjalin komunikasi dengan pelanggan, seperti sarana untuk mendengarkan keluhan atau saran pelanggan mengenai hal-hal yang dibutuhkan pelanggan. Dengan adanya sarana tersebut Matrik dapat mengetahui apa yang dibutuhkan pelanggan, sehingga

Matrik dapat meningkatkan kualitas layanan dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan meningkatkan layanan dan memenuhi kebutuhan pelanggan akan menghasilkan kepuasan pelanggan, dengan meningkatnya kepuasan pelanggan maka akan meningkat pula loyalitas pelanggan. Pelanggan yang loyal merupakan cermin dari kepuasan pelanggan, dimana pada saat ini harga tidak menjadi faktor yang utama bagi pelanggan, namun menjadi sesuatu yang relatif.

Berdasarkan permasalahan yang telah disebutkan pada paragraf sebelumnya, salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan menerapkan aplikasi yang dapat mengatasi permasalahan yang ada, yaitu dengan menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web. Penerapan CRM berbasis web ini juga merupakan hasil kesimpulan dari survey yang dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden yang terdiri dari, calon siswa baru, orang tua calon siswa baru, siswa lama, dan orang tua siswa lama. Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan, baik calon pelanggan baru maupun pelanggan lama menyatakan perlunya bagi bimbingan belajar Matrik untuk menerapkan CRM berbasis web agar mempermudah dalam membantu mencari informasi mengenai program/paket belajar yang ada di Matrik bagi calon pelanggan baru dan membantu dalam penyebaran informasi serta sarana menjalin komunikasi bagi pelanggan lama. Dengan adanya CRM yang berbasis web ini, dapat membantu meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan, baik pelanggan lama ataupun calon pelanggan baru.

Customer Relationship Management atau yang lebih dikenal dengan CRM merupakan kombinasi dari proses bisnis dan teknologi yang tujuannya memahami pelanggan dari berbagai perspektif untuk membedakan produk dan jasa secara

kompetitif. Dimana CRM lebih fokus untuk memperbaiki tingkat kepuasan pelanggan, meningkatkan loyalitas pelanggan dan meningkatkan pendapatan dari pelanggan yang ada, dalam menghadapi tingkat persaingan globalisasi. Dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa, CRM (*Customer Relationship Management*) sangat dibutuhkan untuk membantu memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Menurut Strauss (2001) :

Customer Relationship Management digunakan untuk mendefinisikan proses menciptakan dan mempertahankan hubungan dengan *customer-customer* bisnis atau pelanggan. CRM adalah proses mengidentifikasi, menarik, membedakan dan mempertahankan *customer*.

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengukur keberhasilan CRM dalam membantu tingkat kepuasan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian terhadap pengaruh CRM dalam membantu hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan di PT. Nasmoco Pemuda Semarang menyimpulkan bahwa sebesar 46% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh *Customer Relationship Management* (CRM). Sedangkan sisanya atau sebesar 54% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh faktor lain selain SDM, proses dan teknologi, seperti misalnya kualitas pelayanan, kualitas produk, nilai merek, harga, promosi dan lain sebagainya (Adnin, 2013).

Di Indonesia sendiri sudah banyak perusahaan yang menerapkan CRM mulai dari industri perbankan seperti BCA (www.klickbca.com), operator selular XL (www.xl.co.id), industri makanan dan minuman Nestle (www.id.nestle.com) (Andreani, 2007). Selain itu, penelitian mengenai penerapan CRM dalam meningkatkan loyalitas pelanggan juga dilakukan di Bandung Sport *Distro*

Malang dan menghasilkan kesimpulan bahwa penerapan CRM yang dilakukan Bandung Sport sebagai upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan sudah baik dibuktikan dengan adanya tingkat pembelian kembali mencapai 25% dari total penjualan setiap bulan (Carissa, 2014).

Dari uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengangkat masalah tersebut menjadi laporan Tugas Akhir dengan judul “**Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) Pada Lembaga Bimbingan Belajar Matrik Palembang**”.

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mempelajari karakteristik dan mekanisme proses pelayanan dan manajemen hubungan terhadap pelanggan pada Lembaga Bimbingan Belajar Matrik Palembang.
2. Untuk membangun dan menerapkan sistem *Customer Relationship Management* (CRM) sebagai penunjang strategi bisnis pada lembaga bimbingan belajar Matrik Palembang.

1.2.2 Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Matrik, antara lain :
 - Menciptakan hubungan yang lebih baik antara Lembaga Bimbingan Belajar Matrik Palembang dengan pelanggan demi

terciptanya loyalitas pelanggan sehingga pihak Matrik dapat mengenal lebih jelas tentang karakteristik dari pelanggan yang beranekaragam.

- Dapat memberikan respon dan solusi masalah yang cepat bagi kebutuhan pelanggan terhadap pelayanan yang diinginkan.

2. Untuk Pelanggan, antara lain :

- Memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam mencari informasi yang dibutuhkan, seperti informasi nilai, kehadiran dan biaya.
- Memudahkan pelanggan dalam menyampaikan saran, kritik dan pertanyaan.

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari agar pembahasan tidak menyimpang dari rumusan masalah, maka penulis membatasi penelitian ini. Secara umum, batasan masalah pada penelitian ini adalah semua proses yang berhubungan dengan pelayanan terhadap pelanggan. Secara rinci, batasan masalah pada penelitian ini adalah :

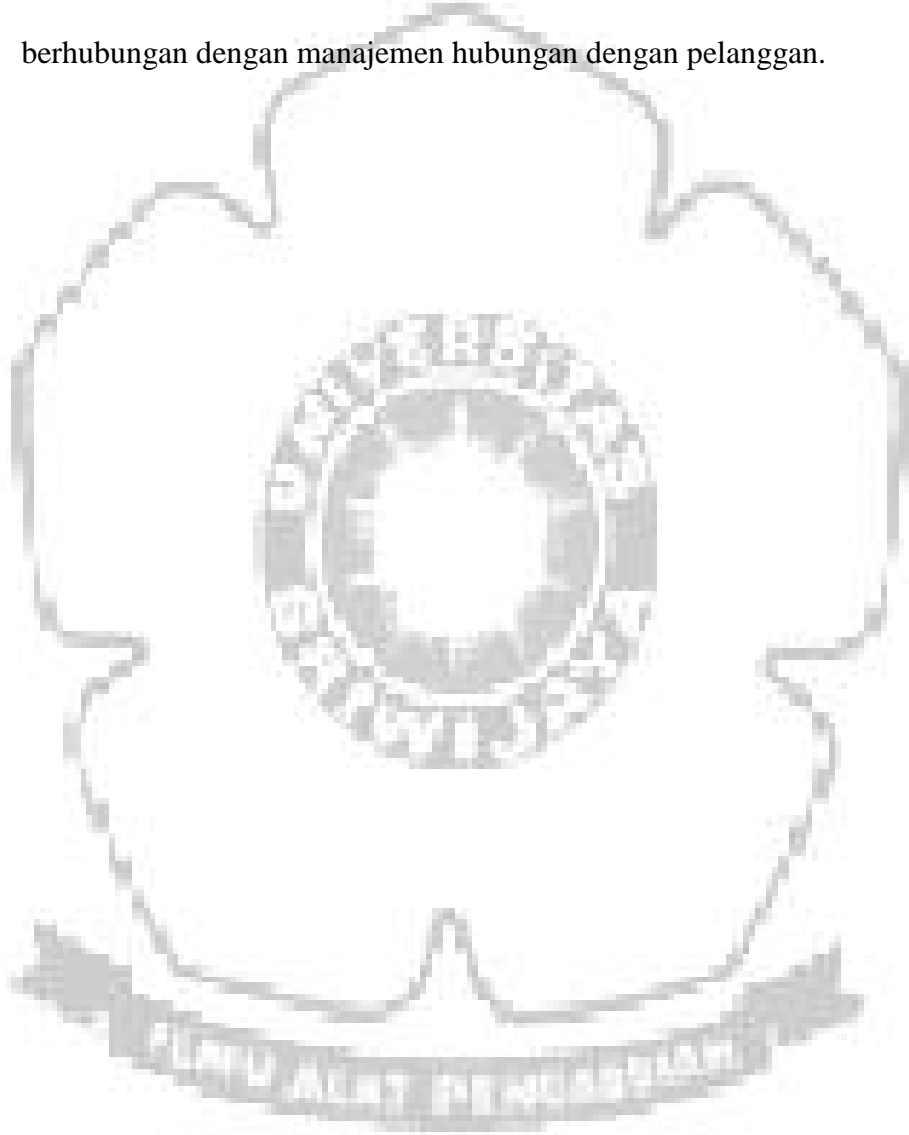
1. Perancangan aplikasi *customer relationship management* (CRM) yang dibuat mencakup proses pendaftaran pelanggan, pemasaran produk/paket belajar, pelayanan pelanggan (mendengarkan keluhan, kritik, dan saran dari pelanggan), permintaan materi pelajaran untuk modul belajar, dan pengisian kuesioner untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan.
2. Pengelolaan informasi dalam menganalisis kebutuhan pelanggan terhadap paket belajar atau materi pelajaran yang saat ini sesuai dengan kurikulum yang berlaku.

3. Pembangunan situs akan menggunakan macromedia dreamweaver sebagai developer dan Microsoft Windows7 sebagai sistem operasi serta menggunakan MySQL sebagai database dan PHP sebagai bahasa pemrograman.



bagi kedua belah pihak antara pelanggan dan pihak bimbingan belajar Matrik Palembang.

2. Aplikasi penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) pada lembaga bimbingan belajar Matrik Palembang diharapkan dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menambah fitur-fitur lainnya yang berhubungan dengan manajemen hubungan dengan pelanggan.



DAFTAR PUSTAKA

- Adnin, R. J. 2013. "Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Nasmoco Pemuda Semarang". *Diponegoro Journal Of Social And Politic Of Science*, Hal. 1-8.
- Al Fatta, Hanif. 2007. *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi*. Yogyakarta : penerbit ANDI.
- Andreani, F. "Customer Relationship Management (CRM) Dan Aplikasinya Dalam Industri Manufaktur Dan Jasa". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 2, No. 2, Oktober 2007: 59-65.
- Brien, James A'O. (2003b). *Introduction to Information Systems*, Fifth Edition. Mc Graw Hill. North America.
- Carissa, A. O., Fauzi, A. & Kumadji, S. "Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Bandung Sport Distro Malang)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 15 No. 1 Oktober 2014*.
- Gaffar F., Vanessa. 2007. CRM dan MPR Hotel. Bandung: Alfabeta.
- I, Gautama. 2005. "Relationship Marketing Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Customer Relationship Management untuk Memenangkan Persaingan Bisnis". *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2005 (SNATI 2005) ISBN: 979-756-061-6*
- Jogiyanto HM. 2005. *Analisis dan Desain Sistem Informasi* . Yogyakarta : penerbit ANDI.
- Kadir, Abdul. 2003. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta : penerbit ANDI.
- Kalakota, R. and Robinson, M. 2001. *E-Business 2.0 Roadmap for Success*. Massachusetts : Addison Wesley Longman Inc.
- Kasiman, Peranginangin. 2006. *Aplikasi Web dengan PHP dan MySQL*. Yogyakarta : Penerbit ANDI.

Kurniawan, Daniel. 2009. Penerapan Aplikasi CRM (*Customer Relationship Management*) Berbasis Web Dalam Bidang Jasa. Universitas Bina Nusantara : Tugas Akhir Tidak Diterbitkan.

Oetomo, B. S. D., John P. S., dan Andreas A. S. (2003), *I-CRM Membina Relasi dengan Pelanggan.com*, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Panduan Tugas Akhir Jurusan Sistem Informasi (SI, MI, KA) Tahun 2009.
Palembang : Fasilkom.

Rangkuti, Freedy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction : Gaining Customer Relationship Strategy Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan & Analisis Kasus PLN-JP*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Suliyanto. 2011. *Perbedaan Pandangan Skala Likert Sebagai Skala Ordinal atau Skala Interval*. Semarang : Universitas Diponegoro.

Whitten, L. Jeffery. 2004. *Metode Desain dan Analisis Sistem*. Indianapolis : ANDI.