

TUGAS AKHIR

RANCANG BANGUN SISTEM *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* DENGAN MENGGUNAKAN *CRM-IRIS METHODOLOGY* PADA PT. LARAS ASTRA KARTIKA PALEMBANG



Oleh

NADIA APRILIA PUTRI

NIM 59081003008

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI BILINGUAL

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2015

HALAMAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

**RANCANG BANGUN SISTEM *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT (CRM) DENGAN MENGGUNAKAN *CRM-IRIS*
METHODOLOGY PADA PT. LARAS ASTRA KARTIKA PALEMBANG**

Sebagai salah satu syarat penyelesaian studi
di Program Studi Sistem Informasi Bilingual Strata 1

Oleh
Nadia Aprilia Putri
59081003008

Mengetahui,
Ketua Jurusan Sistem Informasi

Palembang, Juli 2015

Pembimbing,

Fathoni, MMSI
NIP. 197210182008121001

Ari Wedhasmara, S.Kom, M.TI
NIP. 197812112010121002

HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 28 Juli 2015

Tim Penguji :

1. Ketua (Pembimbing) : Ari Wedhasmara, M.TI _____
2. Anggota I : Fathoni, MMSI _____
3. Anggota II : Ali Ibrahim, M.T _____

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Sistem Informasi,**

**Fathoni, MMSI
NIP.197210182008121001**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- ❖ *“Sungguh bersama kesukaran dan keringanan. Karna itu bila kau telah selesai (mengerjakan yang lain). Dan kepada Tuhan, berharaplah” (QS. Al-Insyirah : 6-8)*
- ❖ *“Harga kebaikan manusia adalah diukur menurut apa yang telah dilaksanakannya atau diperbuatnya” (Ali bin Ali Thalib)*
- ❖ *Belajar dari kesalahan masa lalu, mencoba dengan cara yang berbeda dan selalu berharap untuk sebuah kesuksesan di masa depan*
- ❖ *Don't be afraid to move, because the distance of 1000 miles starts by a single step*

Kupersembahkan kepada :

- *Allah SWT*
- *Papa Budiono, SE*
- *Mama Sinarwati*
- *Kakak saya Sindi Paramita Sari, M.Si*
- *Pembimbingku*
- *Sahabat – sahabatku*
- *Almamaterku*

ABSTRAK

RANCANG BANGUN SISTEM *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* DENGAN MENGGUNAKAN *CRM-IRIS METHODOLOGY* PADA PT. LARAS ASTRA KARTIKA PALEMBANG

Oleh

NADIA APRILIA PUTRI

59081003008

PT. Laras Astra Kartika Merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang penjualan minyak kelapa sawit. Proses pelayanan pelanggan di perusahaan ini telah berjalan dengan baik dengan sistem yang ada, tetapi belum mencakup keseluruhan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan seperti profil setiap pelanggan, belum tersedianya waktu untuk mendengarkan kebutuhan pelanggan termasuk ketidakpuasan pelanggan terhadap produk ataupun pelayanan perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan aplikasi *customer relationship management* yang dapat digunakan untuk membantu dalam proses pelayanan pelanggan dan kepuasan pelanggan dengan menggunakan kuesioner, polling serta penyampaian kritik dan saran. Pengembangan aplikasi ini menggunakan *CRM-IRIS methodology*, menggunakan tahapan *CRM retain* yang digunakan perusahaan untuk mempertahankan pelanggan dan komponen CRM yang dipakai yaitu *analytical CRM* yang datanya berasal dari operasional dalam bentuk kuesioner. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dibuatlah aplikasi CRM yang dapat digunakan perusahaan agar lebih mudah, lebih cepat dan lebih efisien dalam kegiatan operasional, memberikan dan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan PT. Laras Astra Kartika serta meningkatnya kualitas perusahaan karena meningkat pula cara memberikan pelayanan kepada pelanggan yang sudah terkomputerisasi.

Kata kunci : *Customer Relationship Management*, *CRM-IRIS*, pelayanan.

ABSTRACT

THE BUILD OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) SYSTEM USING CRM-IRIS METHODOLOGY ON PT. LARAS ASTRA KARTIKA PALEMBANG

By

NADIA APRILIA PUTRI

59081003008

PT. Laras Astra Kartika Palembang is a company which engaged in sales crude palm oil. Customer care services process going well at the moment using current system but not good enough to cover all of the information needed by customer such as customer profile, the unavailability of time to listen to customer needs including customer dissatisfaction towards the product or service of the company. Therefore, it is necessary customer relationship management application that can be used to assist in the customer service process instance to maximize customer data management, customer satisfaction management using questionnaires and polls as well as the submission of comments and suggestions. This application was developed by using CRM-IRIS Methodology, using CRM retain stage which used company for retain customers, and used analytical CRM component which the data come from operational in the form of a questionnaire. Based on the research that has been done, so made CRM application which can be used by the company in order to make easier, faster and more efficient in operational activity, provide and improve service to customers PT. Laras Astra Kartika as well as increasing the quality of the company as well as increasing the way to give service to the costumers which are already computerized.

Keywords : Customer Relationship Management, CRM-IRIS, service.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya laporan tugas akhir yang berjudul "**Rancang Bangun Sistem Customer Relationship Management (CRM) Dengan Menggunakan CRM-IRIS Methodology Pada PT. Laras Astra Kartika Palembang**" dapat diselesaikan dengan baik. Laporan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat penulis untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata I pada Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.

Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya penulis ucapkan 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 Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Ari Wedhasmara, M.TI selaku pembimbing tugas akhir yang telah membantu dalam perbaikan, penulisan dan pelaporan tugas akhir.
4. Dosen atau pengajar di Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya yang telah membimbing, mengajari dan membagi ilmunya kepada penulis selama menuntut.
5. Staff administrasi Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya yang telah membantu memberikan data yang diperlukan selama tugas akhir.

6. Staf tata usaha Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya yang telah membantu memberikan data yang diperlukan selama tugas akhir.
7. Kedua orangtua penulis: ayah Budiono, SE, Ibu Sinarwati, Kakak Perempuan Sindi Paramita Sari, M.Si, Kakak Laki-Laki M. Ikhbal Tawaqal, SH dan keluarga yang telah memberikan do'a, kasih sayang, semangat, dan motivasi yang tiada henti-hentinya.
8. Sahabat-sahabat penulis (Afifah Fadlilah, Dwi Anggraini, Ria Rizki Destiani, Firly Arie Azland, Nadra Elliza Utami, Mega Nur Utami, dan Mgs.M.Dedi Lukman Afrizal) yang telah memberikan motivasi kepada penulis.
9. Teman-teman Sistem Informasi Bilingual 2008 yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kesalahan atau kekhilafan serta mereka yang tidak dapat disebutkan satu per satu dalam laporan tugas akhir ini karena keterbatasan penulis yang jauh dari kata sempurna.

“Maka nikmat Tuhan kamu yang manakah yang kamu dustakan?”

(QS Ar Rahman 55:13)

Palembang, Juli 2015

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	5
1.3 Manfaat	5
1.4 Batasan Masalah	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Sejarah Singkat PT. Laras Astra Kartika Palembang	7
2.2 Visi dan Misi PT. Laras Astra Kartika	8
2.2.1 Visi PT. Laras Astra Kartika	8
2.2.2 Misi PT. Laras Astra Kartika	9
2.3 Struktur Organisasi PT. Laras Astra Kartika	9
2.4 Konsep Sistem Informasi	10
2.4.1 Pengertian Sistem Informasi	10
2.4.2 Komponen Sistem Informasi	10
2.5 <i>Pelayanan</i>	11
2.6 Kepuasan Pelanggan	12
2.7 <i>Customer Relationship Management(CRM)</i>	13
2.7.1 Pengertian <i>Customer Relationship Management(CRM)</i>	13
2.7.2 Tujuan <i>Customer Relationship Management(CRM)</i>	15
2.7.3 Faktor Utama Penentu Keberhasilan CRM	16
2.7.4 Penyebab Utama Kegagalan CRM	17
2.7.5 Kerangka Komponen CRM	18
2.7.6 Tahapan Dalam CRM	20
2.7.7 Konsep CRM	21
2.7.8 Fitur-Fitur Dalam CRM	24
2.7.9 Analisis Profitabilitas Pelanggan	25
2.7.10 Analisis Kuesioner	27
2.7.11 Dimensi Kualitas Pelayanan	30
2.7.12 CRM-Iris Methodology	32
2.8 Pengembangan Sistem	32
2.9 Konsep Pemodelan Sistem	32

2.9.1 <i>Data Flow Diagram</i> (DFD).....	32
2.9.2 <i>Entity Relationship Diagram</i> (ERD).....	35
2.10 Bahasa Pemrograman.....	36
2.10.1 <i>Personal Hyperterxt Preprocessor</i> (PHP).....	36
2.10.2 <i>Structured Query Language</i> (SQL)	36
2.11. Perangkat Lunak	37
2.11.1 <i>Microsoft Office Visio 2007</i>	37
2.11.2 <i>My Structure Language</i> (MySQL)	37
2.11.3 Macromedia Dreamweaver CS5	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Objek Penelitian..	38
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	38
3.2.1 Jenis Data	38
3.2.2 Sumber Data.....	38
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.2.4 Metode Pengembangan dan Implementasi Sistem	42
BAB IV ANALISIS SISTEM	52
4.1 Definisi Lingkup.....	52
4.1.1 Tujuan Proyek	52
4.1.2 Gambaran Proyek	53
4.1.3 Batasan Proyek	53
4.2 <i>Project Management and Prerequisites</i>	54
4.2.1 Sebelum Memulai Proyek	54
4.2.2 Proyek yang Sedang Dijalankan.....	56
4.3 Organisational Framework	56
4.3.1 Visi dan Misi PT.Laras Astra Kartika	56
4.3.2 Strategi Perusahaan.....	57
4.3.3 Budaya Perusahaan.....	58
4.4 Customer Strategy	58
4.4.1 Mengidentifikasi Pelanggan.....	58
4.4.2 Analisis Profitabilitas Pelanggan.....	59
4.4.3 Mendefinisikan Tujuan Pelanggan	63
4.5 System for Assesing Customer Relations.....	64
4.6 Process Map	68
4.6.1 Analisis Sistem Lama (AS-IS)	68
4.6.2 Sistem yang Diusulkan	70
4.7 Human Resources.....	81
BAB V PERANCANGAN SISTEM	86
5.1 Physical Data Flow Diagram.....	86
5.1.1 Arsitektur Sistem.....	89
5.1.2 Database Design	90
5.2 Rancangan Interface	91
5.2.1 Rancangan Form Login.....	91
5.2.2 Halaman User Admin..	92
5.2.2.1 Halaman Home Admin.....	92

5.2.2.2 Halaman List Pelanggan.....	93
5.2.2.3 Halaman Kritik&Saran.....	93
5.2.2.4 Halaman List FAQ.....	94
5.2.2.5 Halaman Input FAQ.....	95
5.2.2.6 Halaman List Kuesioner.....	95
5.2.2.7 Halaman Kelola Data Kuesioner	96
5.2.2.8 Halaman List Polling	97
5.2.2.9 Halaman Kelola Polling	97
5.2.3 Halaman User Pelanggan.....	98
5.2.3.1 Halaman Registrasi Pelanggan	98
5.2.3.2 Halaman Home Pelanggan	99
5.2.3.3 Halaman Profil Pelanggan.....	99
5.2.3.4 Halaman List Kritik&Saran.....	100
5.2.3.5 Halaman Kelola Kritik&Saran	101
5.2.3.6 Halaman FAQ.....	101
5.2.4 Halaman User Pimpinan	102
5.2.4.1 Halaman Home Pimpinan	102
5.2.4.2 Halaman Laporan Data Pelanggan	103
5.2.4.3 Halaman Laporan Kritik&Saran.....	103
5.2.4.4 Halaman Laporan FAQ.....	104
5.2.4.5 Halaman Laporan Kuesioner.....	105
5.2.4.6 Halaman Laporan Polling.....	105

BAB VI IMPLEMENTASI.....	107
6.1 Implementasi Perangkat Lunak	107
6.2 Pembahasan	107
6.2.1 Halaman Login.....	108
6.2.2 Interface User Admin	108
6.2.2.1 Halaman Home Admin	109
6.2.2.2 Halaman List Pelanggan	109
6.2.2.3 Halaman FAQ Admin	110
6.2.2.4 Halaman List Kuesioner Admin	110
6.2.2.5 Halaman Kelola Kuesioner	111
6.2.2.6 Halaman Polling Admin.....	111
6.2.3 Halaman User Pelanggan.....	112
6.2.3.1 Halaman Registrasi Pelanggan	112
6.2.3.2 Halaman Polling Pelanggan	112
6.2.3.3 Halaman Kuesioner Pelanggan.....	113
6.2.3.4 Halaman Profil Pelanggan.....	114
6.2.3.5 Halaman Kritik&Saran Pelanggan	114
6.2.3.6 Halaman FAQ Pelanggan.....	115
6.2.4 Halaman User Pimpinan	115
6.2.4.1 Halaman Laporan Data Pelanggan	115
6.2.4.2 Halaman Laporan Kritik&Saran.....	116
6.2.4.3 Halaman Laporan FAQ.....	116
6.2.4.4 Halaman Laporan Kuesioner.....	117
6.2.4.5 Halaman Laporan Polling.....	117
6.3 Pengujian Sistem.....	118

BAB VII KESIMPULAN&SARAN	129
7.1 Kesimpulan.....	129
7.2 Saran.....	130
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN	133

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT Laras Astra Kartika	9
Gambar 2.2 Kerangka <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	19
Gambar 2.3 Tiga Tahapan CRM	20
Gambar 3.1 <i>CRM-Iris Methodology</i>	43
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Proyek	55
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Laras Astra Kartika.....	57
Gambar 4.3 Perhitungan Profitabilitas Pelanggan	61
Gambar 4.4 Metrik Ringkasan Per Pelanggan.....	63
Gambar 4.5 DFD Level 0 Sistem Lama	70
Gambar 4.6 DFD Level 0 Sistem yang Diusulkan	73
Gambar 4.7 DFD Level 1 Sistem yang Diusulkan	75
Gambar 4.8 DFD Level 2 Proses Kuesioner	76
Gambar 4.9 DFD Level 2 Proses Cetak Laporan	78
Gambar 4.10 ERD sistem yang diusulkan.....	80
Gambar 5.1 PDFD Level 2 Proses Kuesioner	87
Gambar 5.2 PDFD Level 2 Proses Cetak Laporan.....	88
Gambar 5.3 Arsitektur Sistem Aplikasi CRM.....	89
Gambar 5.4 Skema Database.....	90
Gambar 5.5 Rancangan Form Login.....	91
Gambar 5.6 Halaman Home Admin	92
Gambar 5.7 Halaman List Pelanggan	93
Gambar 5.8 Halaman Kritik&Saran	93
Gambar 5.9 Halaman List FAQ.....	94
Gambar 5.10 Halaman Input FAQ.....	95
Gambar 5.11 Halaman List Kuesioner.....	95
Gambar 5.12 Halaman Kelola Data Kuesioner	96
Gambar 5.13 Halaman List Polling	96
Gambar 5.14 Halaman Kelola Polling	97
Gambar 5.15 Halaman Regsitrasasi Pelanggan	98
Gambar 5.16 Halaman Home Pelanggan	99
Gambar 5.17 Halaman Profil Pelanggan.....	99
Gambar 5.18 Halaman List Kritik&Saran	100
Gambar 5.19 Halaman Kelola Kritik&Saran	101
Gambar 5.20 Halaman FAQ.....	101
Gambar 5.21 Halaman Home Pimpinan	102
Gambar 5.22 Halaman Laporan Data Pelanggan	103
Gambar 5.23 Halaman Laporan Kritik&Saran.....	103
Gambar 5.24 Halaman Laporan FAQ	104
Gambar 5.25 Halaman Laporan Kuesioner	105
Gambar 5.26 Halaman Laporan Polling	105
Gambar 6.1 Halaman Login	107
Gambar 6.2 Halaman Home Admin	108
Gambar 6.3 Halaman List Pelanggan	109
Gambar 6.4 Halaman FAQ Admin.....	109

Gambar 6.5 Halaman List Kuesioner Admin.....	110
Gambar 6.6 Halaman Kelola Kuesioner Admin.....	111
Gambar 6.7 Halaman Polling Admin.....	111
Gambar 6.8 Halaman Regsitrase Pelanggan.....	112
Gambar 6.9 Halaman Polling Pelanggan.....	112
Gambar 6.10 Halaman Kuesioner Pelanggan.....	113
Gambar 6.11 Halaman Profil Pelanggan.....	114
Gambar 6.12 Halaman Kritik&Saran Pelanggan.....	114
Gambar 6.13 Halaman FAQ Pelanggan.....	115
Gambar 6.14 Halaman Laporan Data Pelanggan.....	115
Gambar 6.15 Halaman Laporan Kritik&Saran.....	116
Gambar 6.16 Halaman Laporan FAQ.....	116
Gambar 6.17 Halaman Laporan Kuesioner.....	117
Gambar 6.18 Halaman Laporan Polling.....	117

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Simbol-simbol <i>Data Flow Diagram</i> (DFD)	34
Tabel 2.2 Simbol-simbol <i>ERD</i>	35
Tabel 3.1 Variabel Kuesioner PT.Laras Astra Kartika	40
Tabel 4.1 Aktivitas Pelanggan.....	60
Tabel 4.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	64
Tabel 4.3 Bobot Dimensi Kualitas Pelayanan.....	67
Tabel 4.4 Perbandingan dengan Pesaing.....	67
Tabel 4.5 <i>Schedule</i>	85
Tabel 6.1 Rancangan Pengujian Sistem Dengan Teknik Black-Box	119
Tabel 6.2 Pengujian Black-Box Menu Login.....	120
Tabel 6.3 Pengujian Black-Box Menu Data User	121
Tabel 6.4 Pengujian Black-Box Menu Data Pelanggan.....	121
Tabel 6.5 Pengujian Black-Box Menu Data Kritik&Saran.....	122
Tabel 6.6 Pengujian Black-Box Menu Data FAQ	122
Tabel 6.7 Pengujian Black-Box Menu Data Polling.....	122
Tabel 6.8 Pengujian Black-Box Menu Data Kuesioner	123
Tabel 6.9 Pengujian Black-Box Menu Data Hasil Kuesioner.....	123
Tabel 6.10 Pengujian Black-Box Menu Data Kuesioner Pelanggan	124
Tabel 6.11 Pengujian Black-Box Menu Profil Pelanggan	124
Tabel 6.12 Pengujian Black-Box Menu Data FAQ	125
Tabel 6.13 Pengujian Black-Box Menu Data Polling.....	125
Tabel 6.14 Pengujian Black-Box Menu Data Kritik&Saran Pelanggan.....	125
Tabel 6.15 Pengujian Black-Box Menu Data Pelanggan.....	126
Tabel 6.16 Pengujian Black-Box Menu Data FAQ	126
Tabel 6.17 Pengujian Black-Box Menu Data Polling.....	127
Tabel 6.18 Pengujian Black-Box Menu Data Kritik&Saran	127
Tabel 6.19 Pengujian Black-Box Menu Data Laporan Kuesioner	128

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis sekarang tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga melihat dari segi kualitas layanan, yang lebih mendorong pelanggan untuk membeli produk atau menggunakan solusi yang ditawarkan. Kualitas layanan tetap menjadi sesuatu yang sangat penting dalam menghadapi pelanggan yang membutuhkan *level of excellence* yang tinggi. Pelayanan yang bermutu tinggi adalah pelayanan yang mampu memberikan keselarasan terhadap kebutuhan pelanggan. Secara tingkatan, baik pelanggan kelas atas, pelanggan kelas menengah bahkan pelanggan kelas bawah juga membutuhkan pelayanan yang baik dan bermutu demi terciptanya loyalitas dan kepuasan pelanggan.

Kondisi persaingan bisnis yang terjadi pada saat ini membuat perusahaan harus menyadari dengan cermat target *market* yang dituju dan tingkat kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Selain itu, faktor penting yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis adalah tingkat *value* yang mampu diberikan kepada pelanggan dan cara memperlakukan pelanggan dari hari ke hari. Beberapa riset yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa dalam strategi bisnis mempertahankan pelanggan lama lebih menguntungkan daripada menarik pelanggan baru (Kurniawan, 2009).

Dalam Jurnal *Methodology For Customer Relationship Management* (CRM) berdasarkan penelitiannya dapat disimpulkan *Customer Relationship*

Management (CRM) adalah strategi bisnis yang fokus pada pelanggan yang secara dinamis mengintegrasikan penjualan, pemasaran dan layanan pelanggan dalam rangka menciptakan dan menambah nilai bagi perusahaan dan pelanggannya. Untuk mengatasi proyek *Customer Relationship Management* (CRM) agar berhasil, maka penting untuk memiliki metodologi formal yang mengarahkan ke proses pengembangan dan pengimplementasian. Metodologi diperoleh sebagai hasil dari Proyek *CRM-Iris*, metodologi ini mempertimbangkan berbagai aspek dari sistem *Customer Relationship Management* (CRM) seperti mendefinisikan strategi pelanggan, menyusun ulang teknik proses bisnis berorientasi pelanggan, manajemen sumber daya manusia, sistem komputer, manajemen perubahan dan perbaikan terus-menerus. (Chalmeta, 2006).

Persaingan bisnis dan usaha mempertahankan pelanggan juga terjadi pada PT. Laras Astra Kartika Palembang yang bergerak pada bidang produksi minyak kelapa sawit. Pada PT. Laras Astra Kartika Palembang ini dalam pengelolaannya masih dilakukan secara manual, misalnya penggunaan saluran hubungan pelanggan seperti penggunaan nomor telepon/*handphone*, penggunaan *faximilie* untuk pemasaran produknya dan belum adanya *database* untuk menyimpan data *customer*.

Produk yang dihasilkan oleh PT. Laras Astra Kartika adalah *Crude Palm Oil* (CPO) dan *Palm Kernel*(PK). CPO adalah minyak setengah jadi merupakan bahan baku utama untuk pembuatan minyak goreng. Sedangkan *Palm Kernel* (PK) adalah biji kelapa sawit yang nantinya diolah menjadi minyak inti sawit atau *Palm Kernel Oil* (PKO).

Proses bisnis PT. Laras Astra Kartika di bagian pemasaran dari mulai penawaran sampai barang dikirim adalah pertama-tama bagian pemasaran ini mengirimkan surat penawaran kepada calon pembeli, barang yang akan di tawarkan adalah berupa CPO atau PK. Komoditi penawaran adalah barang diterima di gudang pembeli, biasanya barang dikirim di gudang pembeli di Palembang atau Lampung. Dari penawaran yang masuk, di lakukan evaluasi dan negosiasi guna memperoleh harga yang terbaik. Penawar dengan harga tertinggi di tetapkan sebagai pemenang dan diberi surat ketetapan pemenang. Dalam surat pemenang dan mutu barang antara lain berisi jumlah barang yang di jual, jumlah harga, waktu pembayaran dan waktu pengiriman. Setelah pihak pembeli membayar/transfer ke rekening PT. Laras Astra Kartika, maka di terbitkan DO (Delivery Order) terhadap barang yang dibeli. Selanjutnya DO tersebut di serahkan kepada pihak ekspedisi/transportasi untuk mengirim barang sesuai DO ke gudang milik pembeli. Atas data DO tersebut pabrik/gudang PT. Laras Astra Kartika mengeluarkan barang (CPO atau PK). Pengiriman CPO menggunakan *truck* tangki sedangkan pengiriman PK menggunakan *truck* biasa yang di tutup terpal dan di segel sebagai pengaman.

Manajemen pemasaran PT.Laras Astra Kartika mempunyai dua tanggung jawab dalam perusahaan yang berpusat pada mutu. Pertama, manajemen pemasaran harus berpartisipasi dalam merumuskan strategi dan kebijakan yang dirancang untuk membantu keberhasilan perusahaan lewat keunggulan mutu terpadu. Kedua, pemasaran harus menyampaikan mutu pemasaran disamping mutu produksi. Pemasaran harus melaksanakan setiap aktivitas pemasaran - riset

pemasaran, pelatihan penjualan, periklanan, jasa pelanggan, dan lain-lain dengan standar yang tinggi.

Oleh karena itu, seiring berkembangnya teknologi informasi dan semakin tingginya tingkat persaingan bisnis, maka perlu diterapkan suatu strategi yang lebih baik dengan cara mengimplementasikan suatu produk teknologi komunikasi informasi yang dapat membantu suatu bisnis menjadi lebih efektif dalam meningkatkan layanan *marketing* dan *customer support*, serta dapat menunjang pengambilan keputusan yang lebih baik bagi PT. Laras Astra Kartika Palembang. Melalui *Customer Relationship Management* (CRM), PT. Laras Astra Kartika Palembang dapat mengetahui apa yang diharapkan dan dibutuhkan oleh pelanggan sehingga tercipta ikatan emosional yang mampu menciptakan hubungan bisnis yang erat dan terbuka serta komunikasi dua arah antara PT. Laras Astra Kartika Palembang dengan pelanggan. *Customer Relationship Management* (CRM) membantu proses bisnis untuk mengumpulkan dan menganalisa informasi tentang sejarah pelanggan, apa-apa yang disenangi oleh pelanggan, apa yang menjadi keluhan pelanggan dan bahkan data *history* transaksi pelanggan dapat digunakan untuk memprediksikan kebutuhan pelanggan di masa yang akan datang.

Menurut Strauss (2001) :

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

Dari uraian diatas, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian tugas akhir dengan judul “**RANCANG BANGUN SISTEM CUSTOMER**

RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DENGAN MENGGUNAKAN CRM-IRIS METHODOLOGY PADA PT. LARAS ASTRA KARTIKA PALEMBANG”

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk merancang dan membangun sistem *Customer Relationship Management* (CRM) dengan menggunakan *CRM-Iris Methodology* pada PT. Laras Astra Kartika Palembang.

1.2.2 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Dengan adanya *Customer Relationship Management* (CRM) pada PT. Laras Astra Kartika Palembang akan mempermudah dan menjadi lebih efektif dalam mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja perusahaan.
2. Meningkatkan dan memperluas hubungan dengan pelanggan untuk menghasilkan peluang bisnis baru.
3. Sebagai masukan atau rekomendasi bagi perusahaan dalam mengembangkan dan mengimplementasikan sistem *Customer Relationship Management* (CRM) menggunakan *CRM-Iris Methodology*.

1.3 BATASAN MASALAH

Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Sistem yang dikembangkan adalah pengembangan sistem *Customer Relationship Management* yang dimulai dari mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, mengetahui bagaimana segmen (kelas) pelanggan, mengembangkan sistem *Customer Relationship Management* (CRM) dengan menggunakan *CRM-Iris Methodology*. Aplikasi akhir ini nantinya akan digunakan sebagai bahan rekomendasi bagi PT. Laras Astra Kartika dalam mengetahui tingkat kepuasan pelanggan serta meningkatkan pelayanan pelanggan.
2. Pelanggan di perusahaan ini terbagi menjadi dua yaitu pelanggan yang di kebun kelapa sawit dan pelanggan hasil pengolahan CPO di pabrik. Aplikasi CRM ini ditujukan untuk pelanggan hasil pengolahan CPO di pabrik.
3. Komponen CRM yang dipakai yaitu *Analytical CRM* yang datanya berasal dari CRM operasional dalam bentuk kuesioner.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Fatta, Hanif. 2007. Analisis dan Perancangan Sistem Informasi. Yogyakarta: ANDI
- Arie, F. 2014. Penerapan Konsep *Customer Relationship Management* (CRM). Melalui SMS Gateway Pada PT. Karya Semesta Investama Cabang Basuki Rahmat Palembang. Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya. Tugas Akhir Tidak Diterbitkan.
- Chalmeta, R. (2006). Methodology for Customer Relationship Management. *The Journal of System and Software*, 1015-1024. Publisher Elsevier.
- Dyche, J. (2001). CRM Handbook, The: A Business Guide to Customer Relationship Management. Addison Wesley.
- Fendy Tjiptono, G. C. 2005. Service, Quality and Satisfaction.
- Irawan, H. 2002. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Jogiyanto, H. 2005. *Analisis dan Desain*. Yogyakarta: ANDI.
- Kadir, A. 2003. Pengenalan Sistem Informasi: Peranan Teknologi Informasi. Yogyakarta : ANDI
- Kasiman, Peranginangin. 2006. *Aplikasi Web Dengan PHP dan MySQL*. Yogyakarta: ANDI.
- Nugroho, B. 2004. PHP dan MySQL dengan Editor Dreamweaver MX. Yogyakarta: ANDI.
- Parvatiyar, A., & Sheth, J. N. (2002). Customer Relationship Management: Emerging Practice, Process, and Discipline. *Journal of Economic and Social Research*, 1-34.
- Rachmawati, F. 2012. Penerapan Konsep *Customer Relationship Management* (CRM). Dalam Pengembangan Sistem Informasi Jasa Ekspedisi pada PT. Pandu Siwi Sentosa Cabang Tanjung Enim. Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya. Tugas Akhir Tidak Diterbitkan.
- Rizki, R. 2014. Pengembangan Dan Implementasi Aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) Berbasis Web Pada PT.Semen Baturaja (Persero) Palembang. Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya. Tugas Akhir Tidak Diterbitkan.
- Rootman, C. (2006). THE INFLUENCE OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT ON THE SERVICE QUALITY OF BANKS. Port Elizabeth: FACULTY OF BUSINESS AND ECONOMIC SCIENCES NELSON MANDELA METROPOLITAN UNIVERSITY.
- Setiawan, E. *Implementasi Costumer Relationship Management Pada Perguruan Tinggi Berbasis SMS Gateway*. Fakultas Teknologi Informasi Universitas Narotama. Tugas Akhir Tidak Diterbitkan

- Turban. (2002). "*InformationTechnology for Management : Transforming Business in the Digital Economy*".
- van Raaij, E. M., Vernooij, M. J., & van Triest, S. (2002). The Implementation of Customer Profitability Analysis : A Case Study. *Industrial Marketing Management* , 573-583.
- Whitten, L Jeffery. *Metode Desain dan Analisis Sistem*. Indianapolis : penerbit ANDI, 2004.