

**TUGAS AKHIR**

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)  
DALAM PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN  
BARANG DAN SERVICE KOMPUTER BERBASIS WEB PADA CV WIN  
NET MEDIA GROUP PALEMBANG**



**OLEH**

**DWI MIANSYA**

**09111403029**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI BILINGUAL**

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2016**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)  
DALAM PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN  
BARANG DAN SERVICE KOMPUTER BERBASIS WEB PADA CV WIN  
NET MEDIA GROUP PALEMBANG**

**TUGAS AKHIR**

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi  
Di Program Studi Sistem Informasi Bilingual S1

Oleh

**DWI MIANSYA      09111403029**

**Palembang, April 2016**

**Pembimbing I**



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

**Pembimbing II**



**Pacu Putra, M.Comp.Sc**  
**NIP 198912182015109101**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Sistem Informasi**



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



## HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 23 Maret 2016

### Tim Penguji

1. Ketua Pembimbing : Endang Lestari Ruskan, S.Kom. M.T



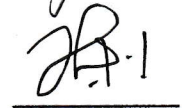
2. Sekretaris : Pacu Putra, M.Comp.Sc



3. Anggota I : Ali Ibrahim, M.T



4. Anggota II : Ahmad Rifai, M.T



Mengetahui,  
Ketua Jurusan Sistem Informasi,



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



## HALAMAN PERSEMBAHAN

### *Motto :*

- ❖ *“Maka nikmat Tuhan kamu yang manakah yang kamu dustakan?”  
(QS. Ar-Rahman :13)*
- ❖ *“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”  
(QS. Al-Insyirah :5)*
- ❖ *Hidup tidak menghadiahkan barang sesuatupun kepada manusia tanpa bekerja keras*

### *Kupersembahkan kepada :*

- ✓ *Allah SWT.*
- ✓ *Ibu dan Ayah yang sangat aku cintai, hormati, bangga dan kusayangi.*
- ✓ *Kakakku Septa Rja Utami, S.E dan adikku Junika Putri*
- ✓ *Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji.*
- ✓ *Sahabatku di SIBIL 2011.*
- ✓ *Sahabat-sahabat ku Tersayang.*
- ✓ *Agama dan Almamaterku.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala berkat dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan penelitian untuk laporan Tugas Akhir ini dengan judul “**Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* Dalam Pengembangan Sistem Informasi Penjualan dan Service Komputer Berbasis Web Pada CV Win Net Media Group Palembang**” sebagai salah satu syarat lulus sebagai mahasiswa S1 di Jurusan Sistem Informasi Bilingual Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.

Dengan segala kerendahan hati, perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikn bantuan, dorongan, doa dan semangat kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga penulis dpat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Ucapan terima kasih penulis tujukan kepada:

1. Bapak Jaidan Jauhari S.Pd. M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
2. Ibu Endang Lestari Ruskan, S.Kom. M.T. Selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
3. Ibu Endang Lestari Ruskan, S.Kom. M.T dan Bapak Pacu Putra, M.Comp.Sc selaku Dosen Pembimbing yang telah memberi bimbingan, arahan dan dukungan kepada penulis selama pelaksanaan dan pembuatan laporan Tugas Akhir.
4. Bapak Ali Ibrahim, M.T dan Bapak Ahmad Rifai, M.T, selaku Dosen Penguji dan membantu penulis dalam menyempurnakan tugas akhir ini.

5. Pimpinan CV Win Net Media Group Palembang yang telah membantu penulis dalam proses penelitian dan menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Ayahku Syarifudin dan Ibuku Usmiah yang senantiasa mendoakan dan mendukung sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
7. Untuk Lisa Permatasari, S.SI terima kasih yang telah memberikan semangat dan doa dalam membantu penulis menyelesaikan laporan ini.
8. Teman seperjuangan penulis (Deni, Muslim, Hendra, Admaja, Hisyam), terimakasih atas semangat dan motivasinya.
9. Untuk teman-teman SIBIL A 2011 khususnya dan teman-teman SIBIL 2011 pada umumnya terima kasih atas doa, bantuan, dukungan dan semangatnya dalam membantu penulis menyelesaikan laporan ini.
10. Mbak Rifka serta staff administrasi Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya yang telah membantu dan mendukung penulis dalam hal administrasi perkuliahan.

Penulis mohon maaf apabila terdapat kata yang salah atau kekhilafan serta mereka yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam laporan Tugas Akhir ini karena keterbatasan penulis sebagai manusia yang jauh dari sempurna sedangkan kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT.

Palembang, April 2016

Penulis

## **ABSTRAK**

### **PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DALAM PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN BARANG DAN SERVICE KOMPUTER BERBASIS WEB PADA CV WIN NET MEDIA GROUP PALEMBANG**

Oleh

**DWI MIANSYA  
09111403029**

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 jasa yang ditawarkan. Pelayanan yang bermutu tinggi adalah pelayanan yang mampu memberikan keselarasan terhadap kebutuhan pelanggan. Pada CV. Win net Media yang ada saat ini data-data perusahaan dan pelanggan masih belum terkomputerisasi sehingga pihak perusahaan sulit untuk mengetahui kebutuhan pelanggan. Kehadiran *Customer Relationship Management* (CRM) nantinya dapat membantu pihak perusahaan dalam proses pelayanan penjualan maupun jasa kepada pelanggan. *Customer Relationship Management* (CRM) tersebut diimplementasikan dalam pengembangan sistem informasi penjualan barang dan service komputer sehingga perusahaan juga dapat mengelola data - data yang ada dengan lebih efisien. Selain itu, *Tools* pengembangan perangkat lunak pada sistem ini menggunakan *Data Flow Diagram* (DFD) untuk menggambarkan model fungsional dan *Entity Relationship Diagram* (ERD) dan dengan menggunakan metodologi proses pengembangan sistem yang bernama FAST (*Framework for the Application of System Thinking*). Sistem yang dikembangkan adalah sistem informasi penjualan barang dan service komputer berbasis *web* dan didukung dengan *SMS Gateway* yang pemogramannya dibuat menggunakan PHP dan Mysql sebagai database penyimpanan.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management*, Sistem Informasi penjualan dan service, *website*, Pelayanan pelanggan.

**ABSTRACT**  
**IMPLEMENTATION OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT**  
**(CRM) INFORMATION SYSTEM DEVELOPMENT IN SALES OF GOODS**  
**AND SERVICE COMPUTER WEB-BASED IN CV WIN NET MEDIA**  
**GROUP PALEMBANG**

*By*

**DWI MIANSYA**  
**09111403029**

*Development of business today depends not only on the quality of products, but also in terms of the quality of services that encourage customers to buy products or use the services offered. High-quality service is a service that can provide alignment to customer needs. At the CV. Win Media net current company data and customers are still not computerized so that the company is difficult to know the needs of the customer. The presence of Customer Relationship Management (CRM) will be able to assist the company in the process of service sales and services to customers. Customer Relationship Management (CRM) is implemented in the development of information systems and computer services sales of goods so that the company can also manage the data - existing data more efficiently. Additionally, Tools software development on these systems using Data Flow Diagrams (DFD) to describe the functional model and Entity Relationship Diagram (ERD) and using the methodology of the process of developing a system called FAST (Framework for the Application of Systems Thinking). The system developed is an information system of selling goods and computer services and web-based SMS Gateway is supported by the pemogramannya created using PHP and MySQL as database storage.*

*Keywords: Customer Relationship Management, Information Systems sales and service, website, customer service.*



## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>

### **BAB I. PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Tujuan .....	4
1.3 Manfaat .....	4
1.4 Batasan Masalah.....	5

### **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Profil Perusahaan .....	7
2.2 Visi dan Misi CV.Winnet Media Group Palembang.....	7
2.3 Struktur Organisasi.....	8
2.4 Sistem Pendukung Keputusan .....	9
2.4.1 Definisi Penerapan .....	9
2.5 <i>Costumer Relationship Management (CRM)</i> .....	9
2.5.1 Definisi (CRM) .....	9
2.5.2 Kerangka Komponen CRM.....	13
2.6 Sistem Informasi.....	14
2.6.1 Definisi Sistem Informasi .....	14
2.7. Penjualan .. .....	16
2.7.1 Definisi Penjualan .....	16
2.8 Service .....	18
2.8.1 Definisi Service.....	18
2.9 Komputer.....	19
2.9.1 Definisi Komputer .....	19
2.10 Aplikasi Berbasis Web .....	20
2.10.1 Definisi Aplikasi Berbasis Web .....	20

2.11	SMS Gateway .....	21
2.11.1	Definisi SMS Gateway .....	21
2.11.2	GAMMU .....	22
2.11.3	NowSMS .....	23
2.12	MySQL .....	24
2.12.1	Definisi MySQL .....	24
2.13	XAMPP .....	26
2.13.1	Definisi XAMPP.....	26
2.14	Ishikawa Diagram .....	27
2.14.1	Definisi Ishikawa Diagram .....	27
2.15	Metode Pengembangan FAST.....	28
2.15.1	Definisi FAST.....	28
2.16	Konsep Pemodelan Sistem .....	33
2.16.1	Data Flow Diagram (DFD).....	33
2.16.2	Entity Relationship Diagram (ERD).....	36

### **BAB III. METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Objek Penelitian .....	38
3.2	Metodologi Pengumpulan Data.....	38
3.2.1	Jenis Data .....	38
3.2.2	Sumber Data .....	38
3.2.3	Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.3	Deskripsi Data .....	39
3.4	Metode Pengembangan Sistem .....	40
3.5	Penerapan Alur Konsep CRM .....	44

### **BAB IV. ANALISIS SISTEM**

4.1	Definisi Lingkup ( <i>Scope Definition</i> ).....	47
4.1.1	Tujuan Pengembangan Sistem .....	47
4.1.2	Konsep Pengembangan Sistem.....	48
4.1.3	Pernyataan Masalah dan Kesempatan .....	49
4.1.3.1	Pernyataan Masalah .....	49
4.1.3.2	Kesempatan .....	51
4.1.3.3	Tabel Pernyataan Masalah.....	51
4.1.4	Studi Kelayakan.....	53
4.1.4.1	Aspek Kelayakan Ekonomi dan Bisnis ..	53
4.1.4.2	Aspek Teknologi.....	53
4.1.5	Ide Solusi Tahap Awal .....	54
4.1.6	Ruang Lingkup Proyek.....	54
4.1.7	Analisa Masalah .....	55
4.1.7.1	Analisa Proses Bisnis.....	55
4.1.7.2	Domain Permasalahan .....	56

	4.1.7.3 Analisa Permasalahan dan Peluang .....	58
	4.1.7.4 <i>Causes and Effects Analysis</i> .....	60
4.2	Definisi Kebutuhan ( <i>Requirement Analysis</i> ) .....	65
4.2.1	Analisa Kebutuhan .....	65
	4.2.1.1 Kebutuhan Fungsional .....	65
	4.2.1.2 Kebutuhan Non Fungsional .....	66
	4.2.1.3 Kebutuhan Perangkat Lunak .....	68
4.3	Perancangan Logika ( <i>Logical Design</i> ) .....	69
4.3.1	Diagram Dekomposisi .....	69
4.3.2	Perancangan Logika .....	70
4.3.3	Pemodelan Proses .....	70
4.3.4	Pemodelan Data ( <i>ERD</i> ) .....	76
4.4	Analisa Keputusan ( <i>Decision Analysis</i> ) .....	80
4.4.1	Identifikasi Solusi .....	80
4.4.2	Analisis Solusi .....	82
4.4.3	Rekomendasi Solusi .....	84

## **BAB V. PERANCANGAN SISTEM DAN PERANGKAT LUNAK**

5.1	Perancangan Sistem .....	85
5.1.1	<i>Physical Data Flow Diagram</i> .....	85
5.1.2	Arsitektur Sistem Informasi dalam jaringan .....	90
5.2	Perancangan Perangkat Lunak .....	92
5.2.1	Rancangan <i>Database</i> .....	92
5.2.1.1	Skema <i>Database</i> .....	92
5.2.2	Rancangan <i>Interface</i> Perangkat lunak .....	98
5.2.2.1	Rancangan Tampilan halaman utama .....	98
5.2.2.2	Rancangan Tampilan halaman login .....	99
5.2.2.3	Rancangan Tampilan halaman registrasi .....	100
5.2.2.4	Rancangan Tampilan halaman produk .....	101
5.2.2.5	Rancangan Tampilan halaman salah satu produk ..	102
5.2.2.6	Rancangan Tampilan Menu pesanan .....	103
5.2.2.7	Rancangan Tampilan pembayaran .....	104
5.2.2.8	Rancangan Tampilan halaman konfirmasi .....	105
5.2.2.9	Rancangan Tampilan Menu cek servis .....	106
5.2.2.10	Rancangan Tampilan menu keluhan/kritik saran ..	106
5.2.2.11	Rancangan Tampilan admin penjualan .....	107
5.2.2.12	Rancangan Tampilan detail anda admin .....	107
5.2.2.13	Rancangan Tampilan halaman produk .....	108
5.2.2.14	Rancangan Tampilan halaman promosi .....	109
5.2.2.15	Rancangan Tampilan halaman data pelanggan ..	109
5.2.2.16	Rancangan Tampilan halaman data tagihan .....	110
5.2.2.17	Rancangan Tampilan halaman data service .....	110

5.2.2.18 Rancangan Tampilan halaman provinsi.. .....	111
5.2.2.19 Rancangan Tampilan halaman keluhan pelanggan..	112
5.2.2.20 Rancangan Tampilan halaman sms.....	112
5.2.2.21 Rancangan Tampilan halaman beranda teknisi.....	113
5.2.2.22 Rancangan Tampilan halaman detail teknisi.....	113
5.2.2.23 Rancangan Tampilan halaman data service.....	114
5.2.2.24 Rancangan Tampilan halaman laporan pimpinan...	114

## **BAB VI. HASIL DAN PEMBAHASAN**

6.1 Hasil .....	114
6.1.1 Interface sistem .....	114
6.2 Kelebihan dan kelemahan sistem .....	142

## **BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN**

7.1 Kesimpulan .....	144
7.2 Saran .....	144

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	147
-----------------------------	-----

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Struktur Organisasi CV Winnet media Group Palembang .....	8
Gambar 2.2 SMS Gateway .....	22
Gambar 2.3 Metode FAST .....	29
Gambar 3.1 Metode Sistem Pengembangan FAST .....	41
Gambar 4.1 DFD Level 0 Sistem Lama .....	56
Gambar 4.2 <i>Ishikawa Diagram</i> Proses Pelayanan pelanggan dinilai kurang efisien .....	58
Gambar 4.3 <i>Ishikawa Diagram</i> Pengelolaan data pelanggan membutuhkan waktu yang lama.....	58
Gambar 4.4 <i>Ishikawa Diagram</i> Sulitnya mengetahui kebutuhan pelanggan .....	59
Gambar 4.5 <i>Ishikawa Diagram</i> Proses penjarangan pelanggan baru maupun pelanggan lama Yang kurang efisien .....	59
Gambar 4.6 <i>Ishikawa Diagram</i> Pembuatan laporan yang kurang efisien.....	59
Gambar 4.7 Diagram Dekomposisi .....	70
Gambar 4.8 <i>Data Flow Diagram</i> level 0 Sistem Baru .....	71
Gambar 4.9 <i>Data Flow Diagram</i> level 1 Sistem Baru .....	72
Gambar 4.10 <i>Data Flow Diagram</i> level 2-1.0 registrasi .....	73
Gambar 4.11 <i>Data Flow Diagram</i> level 2-2.0 Login .....	73
Gambar 4.12 <i>Data Flow Diagram</i> level 2-3.0 pengolahan data .....	74
Gambar 4.13 <i>Sub proses DFD Level 3</i> pengolahan data pesanan .....	75
Gambar 4.14 <i>Sub proses DFD Level 3</i> pengolahan data keluhan .....	75
Gambar 4.15 <i>Data Flow Diagram</i> level 2-4.0 pengolahan laporan .....	76
Gambar 4.16 <i>Entity Relational Diagram (ERD)</i> Sistem baru .....	79
Gambar 5.1 <i>Physical Data Flow Diagram</i> level 1 sistem baru .....	86
Gambar 5.2 <i>Physical Data Flow Diagram</i> proses registrasi .....	87
Gambar 5.3 <i>Physical Data Flow Diagram</i> proses login .....	87
Gambar 5.4 <i>Physical Data Flow Diagram</i> proses pengolahan data .....	88
Gambar 5.5 <i>Physical Data Flow Diagram</i> subproses data pesanan .....	89
Gambar 5.6 <i>Physical Data Flow Diagram</i> subproses data keluhan .....	89
Gambar 5.7 <i>Physical Data Flow Diagram</i> proses pengolahan laporan .....	90
Gambar 5.8 Rancangan Arsitektur sistem informasi dalam jaringan .....	91
Gambar 5.9 Skema <i>Database</i> .....	92
Gambar 5.10 Rancangan Tampilan Utama .....	98
Gambar 5.11 Rancangan Tampilan Login .....	99
Gambar 5.12 Rancangan Tampilan Halaman registrasi .....	100
Gambar 5.13 Rancangan Tampilan halaman produk .....	101
Gambar 5.14 Rancangan Tampilan detail salah satu produk .....	102
Gambar 5.15 Rancangan Tampilan menu pesanan .....	103
Gambar 5.16 Rancangan Tampilan pembayaran .....	104
Gambar 5.17 Rancangan Tampilan halaman konfirmasi pembayaran .....	105
Gambar 5.18 Rancangan Tampilan menu cek servis .....	106
Gambar 5.19 Rancangan Tampilan menu keluhan/kritik/saran .....	106
Gambar 5.20 Rancangan tampilan beranda admin penjualan .....	107
Gambar 5.21 Rancangan Tampilan detail admin .....	107

Gambar 5.22 Rancangan Tampilan halaman produk .....	108
Gambar 5.23 Rancangan Tampilan halaman promosi .....	109
Gambar 5.24 Rancangan Tampilan halaman data pelanggan .....	109
Gambar 5.25 Rancangan Tampilan Halaman data tagihan .....	110
Gambar 5.26 Rancangan Tampilan halaman data service .....	110
Gambar 5.27 Rancangan Tampilan halaman provinsi .....	111
Gambar 5.28 Rancangan Tampilan halaman keluhan pelanggan .....	112
Gambar 5.29 Rancangan Tampilan halaman sms .....	112
Gambar 5.30 Rancangan Tampilan halaman beranda teknisi service.....	113
Gambar 5.31 Rancangan Tampilan halaman detail teknisi service.....	113
Gambar 5.32 Rancangan Tampilan halaman data service .....	114
Gambar 5.33 Rancangan Tampilan halaman laporan pimpinan.....	114
Gambar 6.1 Halaman beranda ( <i>home</i> ) .....	116
Gambar 6.2 Halaman produk .....	117
Gambar 6.3 Halaman login .....	118
Gambar 6.4 Halaman pendaftaran pelanggan .....	119
Gambar 6.5 Tampilan cek service .....	120
Gambar 6.6 Halaman tampilan menu keranjang belanja .....	121
Gambar 6.7 Halaman checkout pelanggan .....	122
Gambar 6.8 Halaman konfirmasi pembayaran .....	123
Gambar 6.9 Halaman keluhan/kritik saran .....	124
Gambar 6.10 Halaman <i>login</i> admin penjualan .....	124
Gambar 6.11 Halaman tambah produk.....	125
Gambar 6.12 Halaman promosi .....	126
Gambar 6.13 Halaman data pelanggan .....	127
Gambar 6.14 Halaman data tagihan .....	127
Gambar 6.15 Halaman data service admin .....	128
Gambar 6.16 Halaman provinsi .....	129
Gambar 6.17 Halaman keluhan pelanggan .....	129
Gambar 6.18 Halaman sms .....	130
Gambar 6.19 Halaman data service teknisi.....	131
Gambar 6.20 Halaman Laporan.....	131

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan NowSMS dan GAMMU.....	23
Tabel 2.2 <i>Data Flow Diagram</i> .....	35
Tabel 2.3 <i>Entity Relationship Diagram</i> .....	37
Tabel 4.1 <i>Bussiness Goal and Project Goal</i> .....	48
Tabel 4.2 Kategori PIECES dan CRM Permasalahan sistem berjalan .....	49
Tabel 4.3 Pernyataan Masalah .....	52
Tabel 4.4 <i>Causes and Effects Analysis</i> .....	60
Tabel 4.5 Kebutuhan Non Fungsional berdasarkan pada kategori PIECES..	66
Tabel 4.6 Kebutuhan Perangkat Lunak .....	68
Tabel 4.7 Sistem matriks .....	79
Tabel 4.8 Analisis Solusi .....	82
Tabel 5.1 Tabel <i>user</i> .....	93
Tabel 5.2 Tabel pelanggan .....	93
Tabel 5.3 Tabel tagihan.....	94
Tabel 5.4 Tabel isitagihan .....	94
Tabel 5.5 Tabel produk .....	94
Tabel 5.6 Tabel katproduk .....	95
Tabel 5.7 Tabel Isikupon .....	95
Tabel 5.8 Tabel Service .....	95
Tabel 5.9 Tabel Keluhan .....	96
Tabel 5.10 Tabel Respon Keluhan.....	96
Tabel 5.11 Tabel provinsi.....	97
Tabel 5.12Tabel Rekomendasi.....	97
Tabel 5.13Tabel sms management.....	97
Tabel 6.1 Tabel Pengujian <i>Black-box</i> .....	132
Tabel 6.2 Tabel <i>test case login</i> .....	134
Tabel 6.3 Tabel <i>test</i> halaman produk.....	135
Tabel 6.4 Tabel <i>test</i> halaman promosi.....	135
Tabel 6.5 Tabel <i>test</i> halaman pelanggan.....	136
Tabel 6.6 Tabel <i>test</i> halaman data tagihan.....	137
Tabel 6.7 Tabel <i>test</i> halaman service.....	138
Tabel 6.8 Tabel <i>test</i> halaman provinsi.....	139
Tabel 6.9 Tabel <i>test</i> halaman keluhan.....	139
Tabel 6.10 Tabel <i>test</i> halaman sms.....	140
Tabel 6.11 Tabel <i>test</i> halaman data service.....	141
Tabel 6.12 Tabel <i>test</i> halaman laporan.....	142

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pengetahuan dan teknologi merupakan suatu hal penting dalam dunia pendidikan dan bisnis yang memberikan dampak yang sangat besar saat ini. Salah satunya yaitu menjadikan informasi sebagai aspek penting dalam mewujudkan kemajuan disemua bidang kehidupan manusia. Karena melalui teknologi informasi yang berkembang pada saat ini telah banyak memberikan kemudahan bagi setiap orang untuk mendapatkan informasi secara tepat, cepat, dan akurat.

Menurut Barkatulla, 2005 yang dikutip Supriyanto, dkk dalam papernya berjudul perancangan sistem informasi penjualan berbasis web. Kemajuan teknologi informasi yang terjadi saat ini, berdampak pada sektor bisnis. Salah satu contoh aplikasi sistem informasi dalam sektor bisnis, adalah penggunaan sistem informasi dalam bidang penjualan (E-commerce). Melalui sistem penjualan berbasis web dapat memiliki peluang yang sama agar dapat bersaing dan berhasil berbisnis didunia maya.

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 jasa yang ditawarkan. 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. Perusahaan juga dapat



memperkenalkan produknya dan melakukan transaksi penjualan secara online kepada pelanggan tanpa dibatasi oleh waktu dan tempat. Dengan demikian pangsa pasar bagi produknya juga tidak dibatasi oleh waktu dan tempat.

Dewasa ini ekonomi menjadi sangat kompleks, konsumen memiliki hak untuk memilih karena saat ini persediaan jauh lebih banyak dari pada permintaan. Pembeli lebih aktif dan lebih mendapatkan banyak pilihan produk. Para produsen menggunakan berbagai cara untuk menggali informasi mengenai pembeli mereka, mulai dari siapa konsumen mereka, apa yang diinginkan konsumen, dan apa yang bisa memuaskan konsumen. Perusahaan melakukan sebuah peninjauan dan analisis untuk mendapatkan data yang mendukung untuk melakukan produksi sesuai dengan keinginan dan selera konsumen (Santoso, 2013).

CV. Winnet Media Group merupakan salah satu tempat menjual berbagai macam aksesoris komputer dan juga melayani service komputer atau laptop yang mengalami kerusakan. Persaingan dalam penjualan berbagai aksesoris komputer saat ini kian meningkat dikarenakan semakin banyaknya tempat lain yang menjual berbagai barang yang sama dan persaingan harga.

Sistem informasi penjualan dan service pada CV. Winnet Media Group masih belum terkomputerisasi, sehingga masih belum ada database yang menampung data penjualan dan data service. Pada bagian administrasi harus mencatat keluhan dari pelanggan disetiap komputer dan laptop yang akan diservice selanjutnya akan diserahkan kepada tehnisi untuk dilakukan pengecekan serta alat apa saja yang diganti untuk perbaikan selanjutnya data tersebut akan di serahkan kembali ke admin untuk masalah harga yang akan di negoisasi kepada

pelanggan. Pelanggan juga belum bisa mengetahui informasi apakah barang yang di service sudah selesai atau belum.

Pelanggan juga belum mendapatkan informasi tentang promosi-promosi atau diskon barang, dikarenakan metode penyebaran promosi yang ada saat ini dengan brosur dinilai masih belum efektif. Mengingat pencetakan brosur membutuhkan biaya yang lebih. Dan juga belum bisa untuk mengajukan kritik dan saran atau keluhan, yang dimana kritik dan saran tersebut dapat menjadikan tolak ukur kebutuhan apa saja yang diperlukan pelanggan sehingga dapat meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan.

Kualitas pelayanan saat ini juga sangat diperlukan oleh suatu perusahaan, dimana hal ini berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Loyalitas konsumen sangat menentukan kelangsungan hidup dari suatu perusahaan, maka dari itu perusahaan harus memelihara hubungan yang baik dengan konsumen sehingga konsumen akan menjadi loyal terhadap perusahaan. Salah satu faktor penting dalam membina hubungan baik dengan konsumen dan menciptakan loyalitas konsumen adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. (Kalalo, 2013).

Salah satu keunggulan dalam peningkatan layanan adalah dengan penerapan konsep Manajemen Hubungan Pelanggan atau *Customer Relationship Management* (CRM). CRM merupakan sebuah filosofi bisnis yang

menggambarkan suatu strategi penempatan client sebagai pusat proses, aktivitas dan budaya. Konsep ini telah dikenal dan banyak diterapkan untuk meningkatkan pelayanan di perusahaan. *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan strategi pemasaran yang membangun relasi yang erat antara perusahaan dengan para pelanggannya. Perusahaan dapat memanjakan pelanggan dan mengikatnya dalam sebuah persahabatan jika telah mengetahui kebutuhan dan harapan dari pelanggan tersebut. Strategi ini menganjurkan agar perusahaan membuka saluran-saluran komunikasi semudah mungkin dengan tingkat respon yang tinggi, agar pelanggan merasakan kedekatan dengan pihak perusahaan. Komunikasi yang tidak lancar dapat menumbuhkan keraguan pelanggan. Relasi antara perusahaan dan pelanggan yang terjalin sangat erat akan membuat pelanggan merasa ikut memiliki perusahaan. Dengan itu loyalitasnya terhadap perusahaan sedikit demi sedikit akan semakin tumbuh dan berkembang.

Dari masalah yang timbul maka dibutuhkanlah suatu perancangan sistem informasi penjualan barang dan service komputer berbasis *web* dan di dukung *SMS gateway* dengan metode *Customer Relationship Management* (CRM). Maka penulis mengangkat masalah tersebut menjadi laporan Tugas Akhir dengan judul “PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DALAM PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN BARANG DAN SERVICE KOMPUTER BERBASIS WEB” (Studi Kasus : CV Winnet Media Group Palembang).

## 1.2 TUJUAN

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mempelajari karakteristik dan mekanisme proses pelayanan dan manajemen hubungan terhadap pelanggan pada CV. Winnet Media Group.
2. Mengembangkan sistem informasi penjualan barang dan service komputer berbasis *web* dan didukung dengan SMS *Gateway* untuk menerapkan metode *Customer Relationship Management* (CRM) sebagai penunjang strategi bisnis untuk mempermudah dan mengefektifkan layanan pada CV. Winnet Media Group.

## 1.3 MANFAAT

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi CV. Winnet Media Group adalah :
  - Membantu CV. Winnet Media Group dalam melakukan kegiatan penjualan ,kegiatan pemasaran, dan kegiatan service kepada pelanggan.
  - Membantu meningkatkan kualitas layanan informasi promosi atau diskon kepada pelanggan.
2. Bagi pelanggan adalah mendapatkan layanan informasi pemasaran produk, promosi, layanan service yang berkaitan dengan CV. Winnet Media Group

## 1.4 BATASAN MASALAH

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

Secara rinci, batasan penelitian ini adalah:

1. Sistem informasi penjualan barang dan service komputer pada CV. Winnet Media Group berbasis web dan didukung dengan SMS *gateway* yang terutama dikhususkan bagi wilayah Palembang . Dan ini dibuat dengan bahasa pemograman *php, mysql* dan *xampp* sebagai *web server*.
2. Perancangan Sistem informasi penjualan barang dan service komputer ini menyajikan informasi yang berhubungan dengan pendaftaran pelanggan, pemberian informasi dan promosi, transaksi penjualan dan transaksi service.
3. Pada Sistem informasi penjualan barang dan service komputer didukung dengan *sms gateway* sebagai media menyampaikan informasi layanan service, dan penyebaran informasi promosi .*Sms Gateway* menggunakan *gammu* sebagai *library* untuk memonitor *sms devices* dan *database sms gateway*
4. Sistem informasi penjualan barang dan service komputer pada CV. Winnet Media Group berbasis *web* dan didukung dengan *sms gateway* untuk menerapkan *Customer Relationship Management (CRM)* sebagai strategi untuk mendapatkan pelanggan baru (*Acquire*), meningkatkan nilai pelanggan (*Enhance*) dan mempertahankan pelanggan yang telah ada (*Retain*).

## DAFTAR PUSTAKA

- Ach Supriyanto, B. M. (n.d.). *Perancangan sistem infomasi penjualan berbasis web di PT. Garam(Persero)*, 90-98.
- Albertus Januaris Kundre, I. W. (2013). Penerapan Customer Relationship Management Dengan Dukungan Teknologi Informasi Pada Po. Chelsy. *Jurnal Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia 2013*, 1-6.
- Anatasha Onna casrissa, A. F. (2014). Penerapan Customer Relationship Management (Crm) Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 15 No. 1 Oktober 2014*, 1-11.
- Andi Pranata, S. A. (2011/2012). Perancangan Sistem Customer Relationship Management Berbasis SMS Gateway Pada CV Buana Kencana Mandiri. 1-8.
- Andreani, F. (Oktober 2007). Customer Relationship Management (CRM) Dan Aplikasinya Dalam Industri Manufaktur Dan Jasa . *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 2, NO. 2*, 59-65.
- Dzikiryati Yuni Ersi, H. S. (2014). Analysis Crm, Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Produk Ukm Berbasis Bahan Baku Terigu Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 8, No. 1, April 2014*, 1-8.
- Ema Utami, S. (2013). Penerapan Customer Relationship Management Untuk Merancang Fitur Aplikasi Penjualan Buku Online. *Jurnal Teknologi Technoscientia Vol. 6 No. 1 Agustus 2013*, 1-9.
- Fatta, H. A. (2007). *Aplikasi dan Perancangan Sistem*. Yogyakarta: ANDI.
- Hindarto, P. D. (2013). Hubungan Relationship Marketing Dengan Loyalitas Pelanggan Ritel. *JIBEKA*, 41-46.
- Ikhwaniril. (2011). *Ikhwaniril.blogspot.com*. Retrieved from <http://ikhwaniril.blogspot.com/2011/05/membangun-sms-gateway-menggunakan-gammu.html>
- JL. Bentley, L. D. (2004). *Metode Desain dan Analisis Sistem (Terjemahan)*. Yogyakarta: ANDI.
- Kalalo, R. E. (2013). Customer Relationship Management Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pt. Matahari Dept. Store, Manado. *Jurnal EMBA Vol.1 No.4 Desember 2013 Hal. 1553-1561*, 1553-1561.
- Kristanto, A. (2007). *Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Gava Media.

- Radiant V. Imbar, D. G. (Maret 2013). Aplikasi Penjualan Komputer dengan Metode Crossselling. *Jurnal Sistem Informasi, Vol. 8 No. 1*, 95-111.
- Rikky Wisnu Nugraha, A. H. (n.d.). Perangkat Lunak Penjualan Berbasis Web Dengan Menggunakan Metode CRM (Customer Relationship Management) Di CV Puntang Jaya Kab. Bandung). 1-5.
- Santoso, W. (2013). Customer Relationship Management (CRM) . *Jurnal JIBEKA Volume 7 No 2 Agustus 2013: 58 - 63*, 58-63.
- Soediono, W. (2014). Customer Relationship Management Industri Mobil Indonesia. *Media Bisnis, Vol. 6 No. 1 Edisi Maret 2014*, 27-34.
- Teti Wijayanti, I. A. (February 2011). JUSI Vol I No 1. *Pengembangan Customer Relationship Managemnet Berbasis Web Pada Griya Muslim Flora*, 13-20.