

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* PADA
PENGRAJIN SONGKET PALEMBANG MENGGUNAKAN METODE
FRAMEWORK OF DYNAMIC BERBASIS *MOBILE***

SKRIPSI

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



Oleh

Hedi Yunus

09031281621121

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
DESEMBER 2019**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* PADA
PENGRAJIN SONGKET PALEMBANG MENGGUNAKAN METODE
FRAMEWORK OF DYNAMIC BERBASIS *MOBILE***

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

Oleh

Hedi Yunus 09031281621121

Palembang, 13 Desember 2019

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Fathoni, S.T., MMSI
NIP. 197218182093121801



Ali Bardadi, S.SI., M.Kom
NIP. 198806292019031007

Mengetahui,

Ketua Jurusan Sistem Informasi



Endang Lestari Ruskan, M.T
NIP 197811172006042001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hedi Yunus

NIM : 09031281621121

Program Studi : Sistem Informasi Reguler

Judul Skripsi : Penerapan *Customer Relationship Management* Pada Pengrajin Songket Palembang Menggunakan Metode *Framework Of Dynamic* Berbasis *Mobile*

Hasil Pengecekan Software iThenticate/Tumitin : 13 %

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

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

Palembang, 13 Desember 2019



Hedi Yunus

NIM. 09031281621121

HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 13 Desember 2019

Tim Penguji

- | | | |
|------------------|----------------------------|---|
| 1. Pembimbing I | : Fathoni, S.T., MMSI |  |
| 2. Pembimbing II | : Ali Bardadi, SSL, MKom |  |
| 3. Ketua Penguji | : Endang Lestari Ruska, MT |  |
| 4. Anggota I | : Alseia Meiriza, M.T. |  |
| 5. Anggota II | : Pacu Putra, M.C.S. |  |

Mengetahui,
Ketua Jurusan Sistem Informasi



Endang Lestari Ruska, MT
NIP 197811172006042001

HALAMAN PERSEMBAHAN

“I AM NOT HERE TO BE AVERAGE, I AM HERE TO BE AWESOME”

“Karena Kelemahan terbesar adalah ketika kita menyerah,
dan kehebatan terbesar adalah ketika selalu berusaha
melakukan yang terbaik”

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- Allah SWT
- Kedua orang tuaku yang tak hentinya memberi semangat serta kasih sayang
- Semua keluarga besar ku tanpa terkecuali
- Dosen Pembimbing dan Penguji
- Sahabat seperjuanganku
- Teman seperjuangan Sistem Informasi 2016
- Almamaterku, Universitas Sriwijaya

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta memberikan kesehatan, kekuatan, dan kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* PADA PENGRAJIN SONGKET PALEMBANG MENGGUNAKAN METODE *FRAMEWORK OF DYNAMIC* BERBASIS *MOBILE*”**.

Selama pembuatan Tugas Akhir ini, penulis banyak menemukan hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan dan pengarahan serta bantuan dari berbagai pihak, maka penulis dapat selesaikan. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua, Bapak Amril Nurman dan Ibu Sastriana yang senantiasa memberikan semangat, dukungan, doa, dan kasih sayang yang tiada hentihentinya kepada penulis agar selalu ingat untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini sampai tuntas tanpa adanya hambatan serta keluarga besar yang selalu memberi dukungan, semangat, dan doa kepada penulis.
2. Bapak Jaidan Jauhari, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya
3. Ibu Endang Lestari Ruskan, M.T. selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi dan Dosen Pembimbing Akademik.
4. Bapak Fathoni, S.T., MMSI,. dan bapak Ali Bardadi, S.SI., M.Kom., selaku Dosen Pembimbing yang selalu sabar dalam membimbing penulis, memberikan masukan serta ide yang membangun sehingga Tugas Akhir ini dapat di selesaikan

5. Ibu Endang Lestari Ruskan, M.T, Ibu Allsela Meiriza, M.T., dan Bapak Pacu Putra, M.C.S., selaku Dosen Penguji yang memberikan kritik dan saran untuk membuat Tugas Akhir ini menjadi lebih baik.
6. Seluruh Dosen Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer yang telah memberikan ilmu terhadap penulis.
7. Mbak Sari, Kak Angga, dan Mbak Rifka yang telah bersedia meminjamkan tempat dan membantu penulis dalam segala hal administrasi akademik Jurusan SI.
8. Ibu Nyanyu Fatimah dan Ibu Nyanyu Nurhati selaku pemilik pengrajin songket cantik manis songket dan Hj. Cek ipah songket Palembang yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjawab pertanyaan penulis serta memberikan masukan selama proses pengerjaan Tugas Akhir.
9. Kedua Adikku tercinta yaitu Gita Dwi Putri dan Ahmad Yusuf yang selalu menjadi motivasi pribadiku untuk menjadi contoh yang baik bagi mereka.
10. Teman seperjuangan Sistem Informasi Reguler dan Bilingual 2016 yang telah menemani penulis selama menjalani masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, baik teknis penulisan, bahasa maupun cara pemaparannya. Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya, dan bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya pada umumnya serta dapat memberikan masukan sebagai sumbangan pikiran dalam rangka peningkatan mutu dalam pembelajaran.

Palembang, 13 Desember 2019

Penulis,

Hedi Yunus

09031281621121

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* PADA
PENGRAJIN SONGKET PALEMBANG MENGGUNAKAN METODE
FRAMEWORK OF DYNAMIC BERBASIS *MOBILE***

Oleh :

Hedi Yunus

09031281621121

ABSTRAK

Kain songket khas Palembang merupakan salah satu warisan budaya yang indah sejak jaman Sriwijaya, industri kerajinan kain songket Palembang banyak tersebar di wilayah kota Palembang. Industri Kain songket merupakan industry potensial masyarakat Kota Palembang. Pekerjaan menenun dilakukan oleh pengrajin kain songket di rumah masing-masing, upah yang pengrajin terima berdasarkan tiap potong kain songket yang terdiri dari satu helai kain songket dan satu helai selendang. Namun, Pengrajin Songket Palembang merupakan tempat kerajinan tangan tenun songket yang belum menerapkan strategi pada proses penjualan dan pemasaran produk sehingga menghasilkan penurunan daya siang. Salah satu strategi penjualan yang dianggap baik adalah *Customer Relationship Management* menggunakan *framework of Dynamic*. Strategi ini diperkenalkan oleh CH Park & YG Kim (2013) berdasarkan metode pengembangan sistem waterfall dengan notasi Diagram Konteks, *DFD*, *ERD*, dan bahasa pemrogramannya adalah *PHP* serta *MySQL* sebagai *DBMS*. Hasil dari analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa sistem ini memiliki beberapa kelebihan seperti mendukung proses penjualan secara online, memberikan penawaran produk *Cross-Selling* dan *Up-Selling*, memberikan informasi produk terbaru melalui notifikasi serta memberi peluang bagi proses pemberian dan penukaran poin kepada pelanggan yang telah melakukan pembelian. Selain itu sistem ini juga menghasilkan beberapa laporan diantaranya adalah laporan transaksi, laporan produk, dan laporan pelanggan sehingga memudahkan pemilik toko dalam melakukan evaluasi untuk menerapkan strategi penjualan ke bulan berikutnya.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management*, *Framework of Dynamic*, Pengrajin Songket Palembang

**IMPLEMENTATION OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
ON SONGKET CRAFTSMAN OF PALEMBANG USING MOBILE-
BASED ON FRAMEWORK OF DYNAMIC METHOD**

Oleh :

Hedi Yunus

09031281621121

ABSTRACT

Unique songket fabric of Palembang is one of the beautiful cultural heritages since the Sriwijaya era, the craft industry of Palembang songket fabric is widely spread in the area of Palembang City. The songket fabric industry is a potential industry in Palembang City. Crafting work is carried out by songket fabric craftsman in their homes, the wages that craftsman receive are based on each piece of songket fabric consisting of one piece of songket fabric and one piece of the shawl. However, the songket craftsman of Palembang is a place where crafting songket handicrafts that have not yet implemented a strategy in the sales and marketing process of the product, resulting in a decrease in competitiveness. One of the sale strategies that is considered good is customer relationship management using the framework of dynamic. This strategy was introduced by CH Park & YG Kim (2013) based on the waterfall system development method with Context Diagram, DFD, ERD, and the programming languages are PHP and MySQL as DBMS. The result of the analysis showed that this system had several advantages such as supporting the online sales process, offering Cross-Selling and Up-Selling products, providing the latest product information through notifications and providing opportunities for the process of giving and exchanging points to customers who had made a purchase. Additionally, this system also produced several reports including transaction reports, product reports, and customer reports so that it made it easier for shop owners to conduct evaluations to implement sales strategies to the next month.

Keywords : *Customer Relationship Management, Framework of Dynamic, Palembang Songket Craftman.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Batasan Masalah	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Sebelumnya	8
2.2 Strategi.....	11
2.3 Penjualan	12
2.4 Usaha Kecil dan Menengah (UKM) <i>Go-Digital</i>	14
2.5 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	16
2.5.1 Tahapan CRM.....	17
2.5.2 Manfaat CRM	18
2.5.3 Komponen CRM	20
2.6 <i>Framework of Dynamic</i>	22
2.7 Songket	23
2.8 Aplikasi Penjualan Berbasis Android.....	24
2.9 Perancangan Sistem.....	25

2.9.1 Diagram Konteks	25
2.9.2 Data Flow Diagram (DFD)	26
2.9.3 Entity Relationship Diagram (ERD)	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1. Objek Penelitian	32
3.2. Metode Pengumpulan Data	32
3.2.1. Jenis Data	32
3.2.2. Sumber Data	33
3.2.3. Teknik Pengumpulan Data	33
3.3 Metode Pengembangan Sistem	35
BAB IV ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM	44
4.1 Definisi Lingkup (Scope Definition)	44
4.1.1 Tujuan Pengembangan Sistem	44
4.1.2 Konsep Pengembangan Sistem	46
4.1.3 Pernyataan Masalah dan Kesempatan	47
4.1.4 Hambatan Pengembangan Sistem	53
4.1.5 Studi Kelayakan	54
4.1.6 Ide Solusi Tahap Awal	55
4.1.7 Ruang Lingkup Proyek	55
4.2 Problem Analysis (Analisa Masalah)	55
4.2.1 Domain Permasalahan	56
4.2.2. Analisis Permasalahan dan Opportunities	60
4.2.3 Analisa Proses Bisnis	62
4.2.4 Cause-Effect Analysis dan System Improvement Objective	63
4.3 Requirement Definition (Definisi Kebutuhan)	70
4.3.1 Kebutuhan Fungsional	70
4.3.2 Kebutuhan Non Fungsional	71
4.3.3. Klasifikasi Kebutuhan	73
4.4 System and Software Design (Desain Sistem dan Perangkat Lunak)	76
4.4.1 Desain Proses Bisnis	77
4.4.2 Proses Pemesanan	77
4.4.3. Perancangan Logika (Logicof Design)	78
4.4.4 Pemodelan Data (Entity Relationship Diagram)	95
4.5 Implementation and Unit Testing (Implementasi dan Pengujian Unit)	101

4.5.1 Skema Database	101
4.5.3 Desain Antarmuka (<i>User Interface</i>).....	103
4.6 <i>Integration and System Testing</i> (Integrasi dan Pengujian Sistem).....	106
4.6.1 Hasil Uji Coba	107
4.7 <i>Operation and Maintenance</i> (Operasi dan Pemeliharaan).....	114
4.7.1 Pengoperasian.....	114
4.7.2 Pemeliharaan	115
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	116
5.1 Hasil.....	116
5.2 Pembahasan.....	116
5.2.1 Halaman Beranda.....	116
5.2.2 Halaman Produk.....	117
5.2.3 Fitur Filter.....	118
5.2.5 Halaman deskripsi produk	120
5.2.6 Halaman Checkout	121
5.2.7 Halaman Keranjang	122
5.2.8 Halaman Notifikasi.....	122
5.2.9 Halaman Dashboard Admin dan pemilik toko	123
5.2.10 Grafik laporan penjualan	124
5.2.11 Halaman Kategori dan sub kategori Admin dan pemilik toko	124
5.2.12 Halaman produk.....	125
5.2.13 Halaman Pemesanan	126
5.2.14 Halaman kirim notifikasi	126
5.2.15 Halaman Laporan.....	127
5.2.16 Halaman mengelola pemilik toko	128
5.3 Konsep Customer Relationship Management yang diterapkan	129
5.3.1 <i>Acquire</i> (Mendapatkan Pelanggan Baru)	129
5.3.2 <i>Enhance</i> (Meningkatkan hubungan).....	130
5.4 Publikasi melalui <i>google playstore</i>	133
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	135
6.1 Kesimpulan.....	135
6.2 Saran	135
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN	138

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Data Flow Diagram.....	25
Tabel 4.1 <i>Business goal</i> dan <i>Project goal</i>	45
Tabel 4.2 Kategori <i>PIECES</i> dan <i>CRM</i> Permasalahan Sistem Berjalan	48
Tabel 4.3 Tabel pernyataan masalah.....	51
Tabel 4.4 <i>Causes Effect Analysis and System Improvement Objective</i>	63
Tabel 4.5 Klasifikasi Kebutuhan Non Fungsional Berdasarkan Kategori <i>PIECES</i>	71
Tabel 4.6 Kebutuhan Sistem	73
Tabel 4.7 Kebutuhan Perangkat Lunak.....	74
Tabel 4.8 Pengujian <i>black box</i>	107
Tabel 4.9 <i>Test Case</i> Halaman <i>Client Member</i>	110
Tabel 4 10 <i>Test Case</i> Halaman <i>Search</i>	111
Tabel 4.11 <i>Test Case</i> Halaman Informasi	112
Tabel 4.12 <i>Test Case</i> Halaman Register	112
Tabel 4.13 <i>Test Case</i> Halaman Cek Keranjang	113
Tabel 4.14 <i>Test Case</i> Halaman Logout.....	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Komponen CRM	19
Gambar 2.2 <i>Framework of dynamic</i>	20
Gambar 2.3 Diagram Konteks.....	24
Gambar 3.1 Metode Pengembangan Sistem <i>Waterfall</i>	32
Gambar 4.1 <i>Ishikawa Diagram</i> Proses Pelayanan Pelanggan dinilai kurang efisien	60
Gambar 4.2 <i>Ishikawa Diagram</i> Sulitnya proses monitoring dalam mengetahui kebutuhan pelanggan.....	61
Gambar 4.3 <i>Ishikawa Diagram</i> proses penjaringan pelanggan baru maupun pelanggan lama yang kurang efisien.....	62
Gambar 4.4 <i>Ishikawa Diagram</i> Tingginya biaya promosi dan operasional seperti penggunaan kertas, pengisian data pemesanan yang masih manual.	62
Gambar 4.5 Diagram Konteks yang diusulkan	79
Gambar 4.6 <i>Data Flow Diagram</i> Level 1 Sistem yang diusulkan.....	80
Gambar 4.7 <i>Data Flow Diagram</i> Level 2 Proses 1 Sistem yang diusulkan	83
Gambar 4.8 <i>Data Flow Diagram</i> Level 2 Proses 3 Sistem yang diusulkan	84
Gambar 4.9 <i>Data Flow Diagram</i> Level 2 Proses 4 Sistem yang diusulkan	85
Gambar 4.10 <i>Data Flow Diagram</i> Level 2 Proses 5 Sistem yang diusulkan	87
Gambar 4.11 <i>Data Flow Diagram</i> Level 2 Proses 6 Sistem yang diusulkan	87
Gambar 4.12 <i>Data Flow Diagram</i> Level 3 Proses 3 Sistem yang diusulkan	88
Gambar 4.13 <i>Data Flow Diagram</i> Level 3 Proses 3 Sistem yang diusulkan	88
Gambar 4.14 <i>Data Flow Diagram</i> Level 3 Proses 3 Sistem yang diusulkan	89
Gambar 4.15 <i>Data Flow Diagram</i> Level 3 Proses 4 Sistem yang diusulkan	90
Gambar 4.16 <i>Data Flow Diagram</i> Level 3 Proses 4 Sistem yang diusulkan	91
Gambar 4.17 <i>Data Flow Diagram</i> Level 3 Proses 5 Sistem yang diusulkan	91
Gambar 4.18 <i>Data Flow Diagram</i> Level 3 Proses 6 Sistem yang diusulkan	92
Gambar 4.19 <i>Data Flow Diagram</i> Level 3 Proses 6 Sistem yang diusulkan	93
Gambar 4.20 <i>Entity Relationship Diagram (ERD)</i> Sistem Baru	100
Gambar 4.21 Skema <i>Database</i>	102
Gambar 4.22 Rancangan Tampilan Halaman Daftar	103

Gambar 4.23 Rancangan Tampilan Login / masuk.....	104
Gambar 4.24 Rancangan Tampilan Keranjang.....	104
Gambar 4.25 Rancangan Tampilan Pemesanan Songket.....	105
Gambar 4.26 Rancangan Tampilan Halaman Beranda.....	105
Gambar 4.27 Rancangan Tampilan Bukti Transaksi	106
Gambar 5.1 Halaman Beranda.....	116
Gambar 5.2 Halaman Produk.....	117
Gambar 5.3 Fitur Filter.....	118
Gambar 5.4 Halaman Kategori.....	119
Gambar 5. 5 Halaman Deskripsi Produk	120
Gambar 5. 6 Halaman Checkout	121
Gambar 5. 7 Halaman Keranjang.....	122
Gambar 5. 8 Halaman Notifikasi	122
Gambar 5. 9 Gambar Halaman Dashboard Admin	123
Gambar 5.10 Grafik laporan penjualan.....	124
Gambar 5. 11 Halaman Kategori dan sub kategori Admin dan pemilik toko	124
Gambar 5. 12 Halaman Produk.....	125
Gambar 5. 13 Halaman Pemesanan.....	126
Gambar 5. 14 Halaman kirim notifikasi berdasarkan <i>device</i>	126
Gambar 5. 15 Halaman kirim notifikasi seluruh <i>customer</i>	127
Gambar 5. 16 Halaman Laporan	127
Gambar 5. 17 Halaman mengelola pemilik toko	128
Gambar 5. 18 <i>Acquire</i> (Mendapatkan Pelanggan Baru)	129
Gambar 5. 19 Strategi <i>Cross-selling</i>	130
Gambar 5. 20 Strategi <i>up-selling</i>	131
Gambar 5. 21 Strategi <i>Retain</i>	132
Gambar 5. 22 Publikasi melalui <i>google playstore</i>	133

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Persetujuan Ujian Skripsi.....	A-1
Lampiran 2 Draft wawancara dengan Narasumber.....	B-8
Lampiran 3 Lembar Konsultasi	C-4
Lampiran 4 Surat Keterangan Tugas Akhir	D-1
Lampiran 5 Form Perbaikan Seminar Proposal	E-1
Lampiran 6 Form Perbaikan Ujian Komprehensif	F-1

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin pesatnya perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) membuat penyebaran informasi yang semakin cepat pula. Hal ini merupakan salah satu hal yang dapat meningkatkan persaingan antara perusahaan-perusahaan dalam bisnisnya semakin ketat. Para pelanggan saat ini dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai produk yang ingin dicari. Selain itu, segmen pasar yang banyak menyebabkan perusahaan harus dapat menetapkan segmentasi dan *targeting* yang tepat sehingga perusahaan tersebut dapat memiliki fokus yang jelas (Khairuzzaman, 2014).

Seiring pertumbuhan ekonomi digital dan keterjangkauan internet di Indonesia membuat pengguna ponsel pintar (*smartphone*) terus bertambah. Pertumbuhan pengguna ponsel pintar bisa mencapai kisaran 30% sampai dengan 50% per tahun (HootSuite dan We Are Social, 2019) karena Indonesia merupakan pasar yang terus berkembang, dengan dukungan jumlah penduduk lebih dari 250 juta jiwa. Hal ini dibuktikan melalui penelitian yang dilakukan media asing yaitu Hootsuite dan We Are Social. Hootsuite adalah perusahaan *platform* yang menyediakan layanan media sosial yang terhubung dengan situs jejaring social lainnya, seperti : Twitter, Facebook, Instagram Line dan lainnya yang berasal dari Kanada. We are social sendiri adalah perusahaan situs layanan manajemen konten (*content management*) yang menyediakan layanan media daring yang terhubung dengan berbagai situs jejaring sosial yang berasal dari Inggris.

Penelitian dari kedua perusahaan tersebut menyebutkan sekitar 355.5 Juta pelanggan seluler yang berasal dari Indonesia dari total 268.2 juta penduduk.

Hal ini menunjukkan bahwa penetrasi *handphone* (HP) atau ponsel di Indonesia sangat besar, mencapai 133 persen populasi. Secara lebih rinci, sebagian dari masyarakat menggunakan ponsel pintar (*smarphone*) sebagai perangkat utamanya untuk mengakses internet (HootSuite, We Are Social, 2019). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia juga nampaknya setuju dengan data tersebut karena menurut survey yang dilakukan pada tahun 2017 pertumbuhan pengguna internet sangat cepat.

Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) menyajikan data bahwasanya pengguna internet aktif di Indonesia sampai dengan tahun 2017 ini mencapai 142.26 juta orang, atau setara dengan 50% dari total populasi. Angka ini sudah tumbuh lebih dari tujuh kali lipat dibandingkan 10 tahun sebelumnya, hanya 20 juta orang pengguna internet. Terjadi peningkatan sebesar 50.6% pengguna internet di Indonesia, antara 2014 hingga 2016 dan kembali naik lagi di tahun 2017 (APJII, 2017). Tentunya, transaksi jual beli *online* atau *e-commerce* merupakan salah satu penerapan penggunaan internet yang diminati oleh masyarakat Indonesia saat ini. Peningkatan jumlah pengguna internet menunjukkan bahwa bisnis *online* memiliki peluang untuk terus berkembang dan akan terus berlanjut selama lima tahun ke depan. Seiring meningkatnya jumlah pengguna internet, banyak pebisnis Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mulai beralih ke dunia bisnis *online*.

Perkembangan UKM di Indonesia juga semakin pesat seiring dengan banyaknya peluang mengembangkan bisnisnya. Tak heran bila jenis usaha ini merupakan jenis usaha yang paling umum ditemui di Indonesia. Data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia menunjukkan bahwa pertumbuhan UKM dan UMKM Indonesia selalu naik dari tahun ke tahun. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia menyebutkan bahwa pelaku UMKM Indonesia berjumlah 62.922.617 Pelaku UMKM pada tahun 2017 (Depkop, 2017). Namun, pemerintah melalui KOMINFO yang dilansir oleh bareksa menyayangkan bahwa hanya terdapat 9 persen dari 57.9 Juta pelaku UMKM yang memiliki kemampuan *e-commerce*. Hal ini mendorong pemerintah membuat program 6 Juta UMKM akan *Go Digital* pada tahun 2020, karena potensi pasar *digital* sangat besar. KOMINFO menambahkan bahwa transaksi *e-commerce* dunia tumbuh sekitar 20.2 persen per tahun yang membuat peluang bisnis beralih ke *digital* sangat besar (Bareksa, 2017).

Perkembangan UKM dan UMKM ini juga berdampak pada para pengrajin songket di Palembang. Pengrajin songket di Palembang banyak yang berpeluang mengembangkan bisnisnya beralih ke bisnis *online*. Pengrajin songket yang ada di Palembang adalah tempat kerajinan tangan tenun songket yang memproduksi dan menjual berbagai macam kerajinan tradisional khas Palembang seperti songket, tajung, jumputan, souvenir, dan kerajinan tangan lainnya. Berdasarkan observasi ke lapangan yang telah dilakukan, proses pemasaran produk yang dilakukan para pengrajin songket Palembang masih menggunakan cara konvensional yaitu dari mulut ke mulut antara kerabat saja sehingga informasi produk yang dijual masih

belum tersebar dengan luas dan pelanggan juga harus ke lokasi agar bisa mengetahui penawaran terbaru dari setiap pengrajin songket di Kota Palembang.

Selanjutnya ketika barang telah terjual, transaksi hanya dicatat pada nota penjualan. Seiring dengan bertambahnya permintaan pelanggan dan kerjasama mitra songket, data penjualan songket pada pengrajin songket Palembang semakin banyak membuat potensi kehilangan data sangat besar jika tidak tersedia media penyimpanan yang baik. Selain itu, tingkat persaingan bisnis dari pengrajin songket yang semakin meningkat dikarenakan adanya beberapa acara tahunan yang diselenggarakan di Palembang membuat beberapa pesaing bisnis songket harus menggunakan strategi bisnis untuk meningkatkan penjualan produknya.

Proses pemasaran produk tersebut menyebabkan pelanggan mengalami kesulitan mencari informasi tentang produk yang akan dibeli. Proses tersebut juga menyebabkan pemilik mengalami kesulitan ketika ingin mengetahui jumlah keseluruhan transaksi dari tiap produknya. Selain itu untuk meningkatkan daya saing antar pengrajin songket, pengrajin songket perlu menggunakan strategi penjualan agar dapat meningkatkan penjualan dan membantu pelanggan dalam proses pemilihan produk sehingga memudahkan pelanggan. Dalam meningkatkan penjualan dan pelayanan terhadap pelanggan, maka konsep yang dapat menjadi solusinya dengan menerapkan *Customer Relationship Management (CRM)*, menurut Rustono (2010), *Customer Relationship Management (CRM)* adalah strategi pemasaran yang berbasis pada upaya menciptakan relasi dari pihak perusahaan dengan pelanggan, hubungan untuk mempertahankan dan menambah pelanggan. Salah satu metode pada CRM adalah metode *Framework of Dynamic, framework* ini menjelaskan serangkaian tahapan pada pembangunan dan

penerapan CRM, tujuan menggunakan metode *Framework Of Dynamic* untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan agar dapat direspon dan dipahami, menyampaikan informasi mengenai produk secara lebih detail, info mengenai perusahaan, dan transaksi pembelian secara *online*, sehingga penjualan pada perusahaan dapat meningkat dan juga memberikan pelayanan yang baik serta membuat pelanggan merasakan kenyamanan dalam bertransaksi dan akhirnya akan menjadi loyal kepada perusahaan, dengan loyalnya pelanggan maka akan memberikan keuntungan tersendiri pada perusahaan.

Saat ini, telah tersedia teknologi *mobile* yang sudah terdapat didalam perangkat telepon genggam masyarakat yang sudah semakin mudah untuk digunakan. Menurut Pressman dan Bruce (2014), aplikasi *mobile* adalah aplikasi yang telah dirancang khusus untuk *platform mobile* (misalnya *iOS*, *android*, atau *windows mobile*). Aplikasi *mobile* memiliki *user interface* dengan mekanisme interaksi unik yang disediakan oleh *platform mobile*, interoperabilitas dengan sumber daya berbasis *web* yang menyediakan akses ke beragam informasi yang relevan dengan aplikasi, dan kemampuan pemrosesan lokal untuk pengumpulan, analisis, dan format informasi dengan cara yang paling cocok untuk *platform mobile*. Hal inilah yang dapat membuat aplikasi *mobile* memperluas pangsa pasar apabila diterapkan oleh para pengrajin songket Palembang. Selain itu aplikasi *mobile* menyediakan kemampuan penyimpanan *persisten* dalam *platform*.

Dari paparan diatas maka penulis melakukan penelitian mengenai penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) untuk meningkatkan penjualan produk songket dengan mengimplementasikan strategi CRM yang dapat dihasilkan oleh para pengrajin songket Kota Palembang sekaligus memperluas

pangsa pasar penjualan dan mempermudah konsumen yang mencari produk songket yang dibutuhkan serta untuk mempermudah transaksi jual beli pada pengrajin songket dan pelayanan maksimal, sehingga sistem yang nantinya sudah menerapkan konsep *Customer Relationship Management* (CRM) diharapkan mampu untuk membantu meningkatkan loyalitas pelanggan sehingga penulis membuat keputusan untuk membuat penelitian tugas akhir dengan judul **“PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* PADA PENGRAJIN SONGKET PALEMBANG MENGGUNAKAN METODE *FRAMEWORK OF DYNAMIC* BERBASIS *MOBILE* ”.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka rumusan permasalahannya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan *Customer Relationship Management* pada pengrajin songket Palembang sehingga diyakinkan dapat meningkatkan jumlah transaksi penjualan secara *online*?
2. Bagaimana aplikasi yang berbasis *mobile* dapat memperluas pangsa pasar para pengrajin songket Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah menerapkan metode *Framework of Dynamic CRM* pada penjualan pengrajin songket Kota Palembang secara *online* agar dapat menunjang penjualan dan memudahkan para pelanggan dalam mendapatkan informasi mengenai produk sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya :

- a. Meningkatkan peluang peningkatan penjualan produk songket Kota Palembang dengan konsep *Customer Relationship Management*.
- b. Memperluas pangsa pasar dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dari aplikasi berbasis *mobile*.
- c. Mengurangi kesalahan dalam pendataan transaksi penjualan.
- d. Mempermudah konsumen dalam pembelian dan pencarian informasi dari produk yang ditawarkan sehingga dapat mengurangi biaya operasional pelanggan.
- e. Membantu pemilik pengrajin songket Palembang untuk melihat laporan penjualan produk.

1.5 Batasan Masalah

Berikut ini merupakan batasan masalah dari penelitian ini :

1. Strategi yang digunakan yaitu *Customer Relationship Management* untuk meningkatkan penjualan produk.
2. Metode yang digunakan adalah *framework of dynamic*.
3. Pengrajin songket Kota Palembang merupakan objek penelitian dari tugas akhir ini.
4. Data yang didapatkan hanya data produk dan proses penjualan produk.
5. Aplikasi yang dihasilkan akan berbasis *mobile* dengan pendekatan *Customer Relationship Management*.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII 2017, "Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia". Retrieved Juli 10, 2019
From APJII Web site : <https://apjii.or.id/survei2017>.
- Basu Swastha.(2009). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE
- Brady dan Loonam J.2010. *Exploring the use of entity-relationship diagramming as a technique to support grounded theory inquiry*. Qualitative Research in Organization And Management. Bradford: Emerald Group Publishing.
- Bruce R. Maxim, Roger S. Pressman. *Software Engineering: A Practitioner's Approach (8th edition)*. 2014
- David, Fred R, 2011. *Strategic Management*, Buku 1. Edisi 12 Jakarta
- Depkop. (2017). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (Umk) Dan Usaha Besar (Ub) Tahun 2016 - 2017*. Retrieved Juli 20, 2019 from Depkop Website : <http://www.depkop.go.id/data-umkm>
- Hootsuite. (2019). *The Global State of Digital 2019* . Retrieved Juli 19, 2019, from Hootsuite Web Site : <https://hootsuite.com/resources/digital-in2019>
- Jauhari, Jaidan. 2010. *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan E-Commerce*. Palembang: Jurnal Sistem Informasi (JSI), VOL. 2, NO. 1.
- Khairuzzaman, Qadafi. 2014. *Perancangan Sistem Perpustakaan Sekolah (Studi Kasus Pada SMP NEGERI 5 Pontianak)*. Jurnal Khatulistiwa Informatika, VOL. 4, NO. 1 JUNI 2016
- Kotler & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kristanto, Andri. 2011. *Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Gava Media. Vol 2, Hal 58-59.
- Kurniawan, Didi. 2009. *Mengembangkan Ekonomi Kerakyatan dengan Akselerasi Sektor Riil dan UKM. Tersedia [Online] <http://didikurniawan.web.id/2009/04/29/mengembangkan-ekonomi-kerakyatan-dengan-akselerasi-sektor-riil-dan-ukm/>*
- Lumbanbatu, Katen, dan Novriyeni. 2013. *Perancangan Sistem Informasi Penyebaran Penduduk Menggunakan Php My Sql Pada Kecamatan Binjai Selatan*. Jurnal KAPUTAMA. Vol 7, No 1.
- Ningsih, dkk., 2016. *Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). 30 (1), pp. 171-177
- Noorhansyah, Pratomo. 2016. *Penerapan Model Customer Relationship Management Pada Metodologi FAST (Studi Kasus: Pengembangan Portal*

- Akademik Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin*).
Jurnal POSITIF. 1 (2). Pp. 25-32
- Park, C.H., & Kim, Y. G. (2003), "Identifying key factors affecting consumer purchase behavior in an online shopping context", *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol.31, No.1, pp.16-29.
- Pressman, Roger, S. 2012. *Rekayasa Perangkat Lunak. Pendekatan Praktisi*. Edisi 7. Yogyakarta : Andi
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta :PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rudianto. (2009). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Grasindo
- Rukmana, dkk (2014). *Kain Songket Dalam Upaya Pelestarian Budaya Daerah Palembang Di Muara Penimbung Ulu*. *Jurnal Penelitian Geografi*. Vol 2, No 7.
- Rustono. (2010). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Implementasi Customer Relationship Management (CRM) untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Pengembangan Humaniora*. 2(1). 20-32.
- Satzinger, Jackson, Burd. 2010. "System Analisis and Design with the Unified Process". USA: Course Technology, Cengage Learning.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke- 17. Bandung: Alfabeta.
- Supardi, M.d. 2008. *Metodologi Penelitian..* Mataram:Yayasan Cerdas Press.
- Sugiyono.2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*.Bandung : Alfabeta.
- Sommerville, Ian. 2011. *Software Engineering*. Jakarta: Erlangga
- We Are Social. (2019). *Global Digital Report 2019* . Retrieved Juli 19, 2019 from We Are Social Web site : <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>
- Wilde. (2011). "Customer Knowledge Management: Improving Customer Relationship through Knowledge Application". *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 10(1). 49-62
- Zellah, A.A.W. (2017). Penerapan *Up-Selling* dan *Cross-Selling* dalam *Customer Relationship Management (CRM)* Sebagai Peningkatan Penjualan Di Toko Kasih Ibu Palembang. Universitas Sriwijaya, Jurusan Sistem

Informasi, Fakultas Ilmu Komputer. Palembang: Jurusan Sistem
Informasi

DAFTAR PUSTAKA

- APJII 2017, "Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia". Retrieved Juli 10, 2019
From APJII Web site : <https://apjii.or.id/survei2017>.
- Basu Swastha.(2009). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE
- Brady dan Loonam J.2010. *Exploring the use of entity-relationship diagramming as a technique to support grounded theory inquiry*. Qualitative Research in Organization And Management. Bradford: Emerald Group Publishing.
- Bruce R. Maxim, Roger S. Pressman. *Software Engineering: A Practitioner's Approach (8th edition)*. 2014
- David, Fred R, 2011. *Strategic Management*, Buku 1. Edisi 12 Jakarta
- Depkop. (2017). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (Umk) Dan Usaha Besar (Ub) Tahun 2016 - 2017*. Retrieved Juli 20, 2019 from Depkop Website : <http://www.depkop.go.id/data-umkm>
- Hootsuite. (2019). *The Global State of Digital 2019* . Retrieved Juli 19, 2019, from Hootsuite Web Site : <https://hootsuite.com/resources/digital-in2019>
- Jauhari, Jaidan. 2010. *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan E-Commerce*. Palembang: Jurnal Sistem Informasi (JSI), VOL. 2, NO. 1.
- Khairuzzaman, Qadafi. 2014. *Perancangan Sistem Perpustakaan Sekolah (Studi Kasus Pada SMP NEGERI 5 Pontianak)*. Jurnal Khatulistiwa Informatika, VOL. 4, NO. 1 JUNI 2016
- Kotler & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kristanto, Andri. 2011. *Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Gava Media. Vol 2, Hal 58-59.
- Kurniawan, Didi. 2009. *Mengembangkan Ekonomi Kerakyatan dengan Akselerasi Sektor Riil dan UKM. Tersedia [Online]* <http://didikurniawan.web.id/2009/04/29/mengembangkan-ekonomi-kerakyatan-dengan-akselerasi-sektor-riil-dan-ukm/>
- Lumbanbatu, Katen, dan Novriyeni. 2013. *Perancangan Sistem Informasi Penyebaran Penduduk Menggunakan Php My Sql Pada Kecamatan Binjai Selatan*. Jurnal KAPUTAMA. Vol 7, No 1.
- Ningsih, dkk., 2016. *Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). 30 (1), pp. 171-177
- Noorhansyah, Pratomo. 2016. *Penerapan Model Customer Relationship Management Pada Metodologi FAST (Studi Kasus: Pengembangan Portal*

Akademik Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin).
Jurnal POSITIF. 1 (2). Pp. 25-32

- Park, C.H., & Kim, Y. G. (2003), "Identifying key factors affecting consumer purchase behavior in an online shopping context", *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol.31, No.1, pp.16-29.
- Pressman, Roger, S. 2012. *Rekayasa Perangkat Lunak. Pendekatan Praktisi*. Edisi 7. Yogyakarta : Andi
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta :PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rudianto. (2009). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Grasindo
- Rukmana, dkk (2014). *Kain Songket Dalam Upaya Pelestarian Budaya Daerah Palembang Di Muara Penimbung Ulu*. *Jurnal Penelitian Geografi*. Vol 2, No 7.
- Rustono. (2010). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Implementasi Customer Relationship Management (CRM) untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Pengembangan Humaniora*. 2(1). 20-32.
- Satzinger, Jackson, Burd. 2010. "System Analisis and Design with the Unified Process". USA: Course Technology, Cengage Learning.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke- 17. Bandung: Alfabeta.
- Supardi, M.d. 2008. *Metodologi Penelitian..* Mataram:Yayasan Cerdas Press.
- Sugiyono.2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*.Bandung : Alfabeta.
- Sommerville, Ian. 2011. *Software Engineering*. Jakarta: Erlangga
- We Are Social. (2019). *Global Digital Report 2019* . Retrieved Juli 19, 2019 from We Are Social Web site : <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>
- Wilde. (2011). "Customer Knowledge Management: Improving Customer Relationship through Knowledge Application". *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 10(1). 49-62
- Zellah, A.A.W. (2017). Penerapan *Up-Selling* dan *Cross-Selling* dalam *Customer Relationship Management (CRM)* Sebagai Peningkatan Penjualan Di Toko Kasih Ibu Palembang. Universitas Sriwijaya, Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer. Palembang: Jurusan Sistem Informasi

LAMPIRAN