

**CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) UNTUK SISTEM  
INFORMASI PELAYANAN PELANGGAN PADA PLANET PETSHOP**

Skripsi  
Program Studi Sistem Informasi Profesional  
Jenjang Sarjana



Oleh

Muhammad Yusrizal Sefrian  
09031381821017

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2019**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) UNTUK  
SISTEM INFORMASI PELAYANAN PELANGGAN PADA  
PLANET PETSHOP**

Sebagai salah satu syarat untuk penyelesaian

Studi di Program Studi Sistem Informasi S1

Oleh

**M. Yusrizal Sefrian**

**09031381821017**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Sistem Informasi



Endang Lestari Ruskan, M.T  
NIP 197811172006042001

Palembang, Juli 2020

Pembimbing I,



Yadi Utama, S.Kom., M.Kom  
NIP 197901152008011008

## HALAMAN PERSETUJUAN

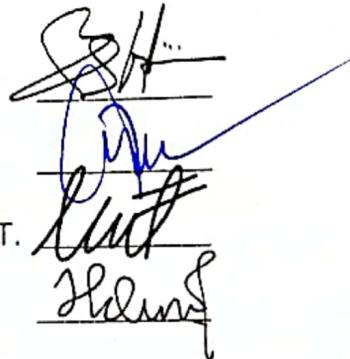
Telah diuji lulus pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 02 Juli 2020

Tim Penguji :

1. Ketua ( Pembimbing ) : Yadi Utama, M.Kom.
2. Ketua Penguji : Jaidan Jauhari, M.T.
3. Penguji I : Rahmat Izwan Heroza, M.T.
4. Penguji II : Hardini Novianti, M.T.



Mengetahui  
Ketua Jurusan Sistem Informasi,



Endang Lestari Ruskan, M.T.  
NIP 1978111720006042001

## **HALAMAN PERNYATAAN**

**Yang bertanda tangan di bawah ini :**

Nama : M Yusrizal Sefrian

NIM : 09031381821017

Judul Skripsi : Customer Relationship Management (CRM) untuk  
Sistem Informasi Pelayanan Pelanggan pada Planet  
Shop.

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

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak  
dipaksakan.

Palembang, Juli 2020



**M Yusrizal Sefrian**  
**NIM.09031381821017**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas izinNya penulis dapat menyelesaikan penulisan Laporan Tugas Akhir ini dengan lancar. Laporan Tugas Akhir ini dibuat untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata 1 Jurusan Sistem Informasi Universitas Sriwijaya. Laporan Tugas Akhir ini mengambil judul “Customer Relationship Management (CRM) untuk Sistem Informasi Pelayanan Pelanggan pada Planet Shop.”.

Bukan hanya bantuan, dalam penulisan dan penyusunan Laporan Tugas Akhir ini penulis mendapatkan banyak bimbingan, saran serta dukungan baik secara moril maupun material dari banyak pihak. Oleh karna itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- Mama dan Papaku tersayang yang telah memberikan dukungan moril, semangat dan motivasi, serta dengan sabar selalu mendukung penulis sejak awal hingga akhir dalam membuat dan menyusun Laporan Tugas akhir.
- Bapak Jaidan Jauhari, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
- Yadi Utama, S.Kom., M.Kom. selaku Pembimbing I Tugas Akhir. Terima kasih banyak atas bimbingan, motivasi serta waktu yang selalu disediakan yang sangat membantu penulis dalam penulisan laporan tugas akhir ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
- Terima kasih untuk saudara-saudara dan keponakanku yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis, serta terima kasih juga untuk kucing-kucingku yang selalu setia menemani dan menghibur

penulis.

- Terimakasih juga kepada Indah Hasanah yang selalu setia menemani dalam perjalanan laporan tugas akhir ini dan selalu memberikan dukungan.
- Sahabat-sahabat terbaik penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih teman-teman atas masukan, saran dan bimbingan kalian serta semangat yang kalian berikan untuk penulis.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam Tugas Akhir ini masih jauh dari kata kesempurnaan karena keterbatasan ilmu yang dimiliki penulis. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun, penulis juga berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan dimanfaatkan bagi pihak yang membutuhkan.

Palembang, Juli 2020



Penulis

M Yusrizal Sefrian

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	ii
<b>DAFTAR ISI.....</b>	iii
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	vi
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	vii
 <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	 1
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Tujuan Penelitian .....	5
1.3 Manfaat Penelitian .....	5
1.4 Batasan Masalah .....	6
 <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	 7
2.1 Tinjauan Pustaka .....	7
2.2 Pelanggan .....	9
2.3 Manajemen .....	9
2.4 <i>Customer Relations Management (CRM).....</i>	10
2.4.1 Pengertian CRM .....	10
2.4.2 Fase Dalam <i>Customer Relationship Management</i> .....	12
2.4.3 Tujuan CRM .....	12
2.4.4 Faktor-Faktor Pada CRM .....	13
2.4.5 Proses-Proses CRM .....	14
2.5 Sistem .....	16
2.6 Informasi.....	17
2.7 Sistem Informasi .....	18
2.8 UP-Selling dan Cross-Selling .....	19
2.9 Perancangan Sistem.....	19
2.9.1 <i>Data Flow Diagram(DFD)</i> .....	20
2.9.2 <i>Entity Relational Diagram(ERD)</i> .....	21
2.9.3 <i>MySQL</i> .....	23
2.9.4 <i>PHP</i> .....	25

<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN .....</b>	27
3.1 Objek Penelitian .....	27
3.2 Metode Pengumpulan Data .....	27
3.2.1 Jenis Data.....	27
3.2.2 Sumber Data.....	28
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.3 Metode Pengembangan Sistem.....	29
3.3.1 Kelebihan Metode FAST .....	35
3.3.2 Kekurangan Metode FAST .....	35
3.4 Penerapan Konsep <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	35
3.5 Analisis Sistem.....	37
3.6 Definisi Lingkup ( <i>Scope Definition</i> ) .....	38
3.6.1 Tujuan Penelitian .....	38
3.7 Gambar Penelitian .....	39
3.8 Pernyataan Masalah Dan Kesempatan .....	40
3.8.1 Pernyataan Masalah .....	40
3.8.2 Kesempatan ( <i>Opportunities</i> ).....	40
3.8.3 Tabel Pernyataan Masalah.....	41
3.9 Studi Kelayakan .....	43
3.9.1 Aspek Ekonomi/Bisnis .....	43
3.9.2 Aspek Teknologi.....	44
3.9.3 Ide Solusi Tahap Awal .....	44
3.9.4 Ruang Lingkup Awal Proyek .....	44
3.10 Anaisis Masalah .....	45
3.10.1 Proses Analisis Berjalan.....	45
3.10.2 Ishikawa Diagram .....	46
3.11 Cause-effect Analysis & System Inprovement Objektive .	48
3.12 Fase Customer Relationship Management (CRM).....	50
3.13 Analisis Kebutuhan (Requirement Analysis) .....	51
3.13.1 Kebutuhan Fungsional.....	51
3.13.2 Kebutuhan Nonfungsional.....	52
3.14 Perancangan Sistem .....	53
3.14.1 Data Flow Diagram (DFD).....	53
3.14.2 Entity Relationship Diagram (ERD) .....	59
3.15 Desain Tabel.....	61
3.16 Rancangan Interface .....	66
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	71
4.1 Hasil .....	71
4.2 Pembahasan .....	72
4.2.1 Halaman Home .....	72
4.2.2 Halaman Login.....	73
Halaman Registrasi.....	73
Halaman Untuk Admin.....	74
Halaman Layanan Grooming .....	74
Halaman Layanan Daftar Produk .....	74

Halaman Layanan Daftar Pelanggan .....	75
Halaman Layanan Daftar Paket (Upsellinng) .....	75
Halaman Layanan Daftar Transaksi .....	76
Halaman Utama pelanggan.....	76
Halaman Utama Pelanggan.....	76
Halaman Registrasi.....	77
Halaman Login.....	77
Halaman Transaksi .....	78
Halaman Kritik Dan Saran.....	78
Halaman Forum.....	79
Halaman Untuk Pimpinan.....	79
Halaman Laporan Transaksi .....	79
Hasil Uji Coba.....	80
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	 83
Kesimpulan .....	83
Saran.....	84
 <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	 85

## DAFTAR TABEL

### **Halaman**

Tabel 2.1 <i>Data Flow Diagram (DFD)Symbol</i> .....	21
Tabel 2.2 Simbol Dalam ERD .....	22
Tabel 3.1 <i>Business goal</i> dan <i>Project goal</i> .....	39
Tabel 3.2 Tabel pernyataan masalah.....	41
Tabel 3.3 Cause-Effect Analysis & System Improvement Objective.....	48
Tabel 3.4 Fase <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	51
Tabel 3.5 Detail .....	61
Tabel 3.6 forum .....	62
Tabel 3.7 Layanan Grooming .....	62
Tabel 3.8 Pelanggan .....	63
Tabel 3.9 user .....	63
Tabel 3.10 produk.....	64
Tabel 3.11 saran_kritik.....	64
Tabel 3.12 transaksi.....	65
Tabel 3.13 <i>Upselling</i> .....	66
Tabel 4.1 Pengujian <i>Blackbox</i> .....	80

## DAFTAR GAMBAR

### **Halaman**

Gambar 3.1 <i>Ishikawa Diagram</i> untuk permasalahan transaksi .....	46
Gambar 3.2 <i>Ishikawa Diagram</i> untuk permasalahan memperkenalkan merek dagang Planet Petshop.....	47
Gambar 3.3 <i>Ishikawa Diagram</i> untuk permasalahan mempertahankan loyalitas pelanggan lama.....	48
Gambar 3.4 Diagram Konteks yang diusulkan.....	54
Gambar 3.5 Diagram level nol.....	55
Gambar 3.6 Diagram level 1 Proses 1.0.....	56
Gambar 3.7 Diagram level 1 Proses 2.0.....	57
Gambar 3.8 Diagram level 1 Proses 3.0.....	57
Gambar 3.9 Diagram level 1 Proses 4.0.....	58
Gambar 3.10 Diagram level 1 Proses 6.0.....	58
Gambar 3.11 Diagram level 1 Proses 7.0.....	59
Gambar 3.12 <i>Entity Relationship Diagram (ERD)</i> .....	60
Gambar 3.13 Desain Halaman Utama .....	66
Gambar 3.14 Desain Tampilan Halaman Login .....	67
Gambar 3.15 Desain Tampilan Halaman registrasi.....	67
Gambar 3.16 Desain Tampilan Halaman kelola layanan grooming .....	68
Gambar 3.17 Desain Tampilan Halaman kelola daftar produk .....	68
Gambar 3.18 Desain Tampilan Halaman kelola daftar pelanggan .....	69
Gambar 3.19 Desain Tampilan Halaman kelola daftar paket.....	69
Gambar 3.20 Desain Tampilan Halaman kelola daftar transaksi .....	70
Gambar 4.1 Halaman <i>Home</i> .....	72
Gambar 4.2 Halaman <i>Login</i> .....	73
Gambar 4.3 Halaman registrasi.....	73
Gambar 4.4 Halaman Layanan Grooming.....	74
Gambar 4.5 Halaman Daftar Produk .....	74
Gambar 4.6 Halaman Daftar Pelanggan .....	75
Gambar 4.7 Halaman Daftar Paket ( <i>Upselling</i> ) .....	75
Gambar 4.8 Halaman Daftar Transaksi .....	76
Gambar 4.9 Halaman Utama pelanggan .....	76
Gambar 4.10 Halaman Registrasi Pelanggan .....	77
Gambar 4.11 Halaman <i>Login</i> Pelanggan .....	77

Gambar 4.12 Halaman Transaksi Pelanggan .....	78
Gambar 4.13 Halaman Kritik dan Saran Pelanggan.....	78
Gambar 4.14 Halaman Forum Pelanggan .....	79
Gambar 4.15 Halaman Laporan Transaksi Pelanggan.....	79

## **DAFTAR LAMPIRAN**

### **Halaman**

Lampiran 1 From Revisi .....	88
Lampiran 2 Halaman Konsul .....	89

## ABSTRAK

### **CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) UNTUK SISTEM INFORMASI PELAYANAN PELANGGAN PADA PLANET PETSHOP**

Oleh

**M Yusrizal Sefrian  
09031381821017**

Dengan perkembangan zaman yang semakin global seperti sekarang ini, informasi menjadi sesuatu yang paling penting bagi perusahaan atau instansi. Salah satu cara menjaga kelangsungan hidup perusahaan adalah menjaga hubungan baik perusahaan dengan pelanggan dengan memberikan infomasi yang cepat dan tepat, yang bisa menjadi ujung tombak dalam perusahaan. Planet Petshop perlu memiliki media penyampaian informasi yang dapat meningkatkan pelayanan kepada pelanggan karena beberapa masalah yang terjadi disebabkan pelanggan sulit mendapatkan informasi promosi dan layanan. Masalah lain yang terdapat pada Planet Petshop adalah pihak pelanggan masih sulit mengetahui produk apa saja yang disediakan dan pelanggan harus datang kelokasi. Kemudian pihak perusahaan masih kesulitan dalam mengumpulkan data pelanggan yang telah memesan. Maka dari itu Planet Petshop memerlukan sebuah sistem yang menerapkan metode *Customer Relationship Management (CRM)* berbasis web yang bertujuan agar hubungan antara perusahaan dan pelanggan terjalin dengan baik dan proses pelayanan pelanggan pun akan lebih cepat dan efisien..

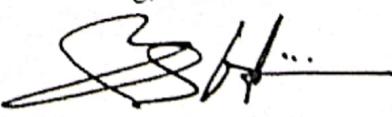
**Kata Kunci :** *Customer Relationship Management (CRM), Web, Planet Petshop*

Palembang, Juli 2020

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Sistem Informasi

  
Endang Lestari Ruskan, M.T  
NIP 197811172006042001

Pembimbing,

  
Vadi Utama, S.Kom.,M.Kom  
NIP. 197901152008011008

## **ABSTRACT**

### **CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) FOR CUSTOMER SERVICE INFORMATION SYSTEMS IN THE PETSHOP PLANET**

**By**

**M Yusrizal Sefrian  
09031381821017**

With the development of increasingly global times like today, information becomes the most important thing for companies or agencies. One way to maintain the viability of the company is to maintain good relations with the customers by providing fast and accurate information, which can spearhead the company. Planet Petshop needs to have a medium for delivering information that can improve service to customers because of some problems that occur because customers have difficulty getting promotional and service information. Another problem with Planet Petshop is that it is still difficult for customers to know what products are provided and the customer must come to the location. Then the company is still having trouble collecting data on customers who have ordered. Therefore Planet Petshop requires a system that implements a web-based *Customer Relationship Management (CRM)* method that aims to make the relationship between the company and the customer well established and the customer service process will be faster and more efficient.

**Keywords:** Customer Relationship Management (CRM), Web, Planet Petshop

Palembang, Juli 2020

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Sistem Informasi



Endang Lestari Ruskan, M.T  
NIP 197811172006042001

Pembimbing,



Yadi Utama, S.Kom., M.Kom  
NIP. 197901152008011008

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan sistem informasi dari waktu ke waktu mengalami perubahan yang sangat signifikan seiring perkembangan teknologi informasi. Kebutuhan akan informasi yang cepat dan tepat semakin diminati oleh semua kalangan masyarakat, baik masyarakat awam maupun kaum intelektual. Informasi yang cepat dan tepat pada zaman sekarang sangat dibutuhkan oleh setiap orang terutama suatu perusahaan atau instansi baik pemerintah maupun swasta.

Dengan perkembangan zaman yang semakin global seperti sekarang ini, informasi menjadi sesuatu yang paling penting bagi perusahaan atau instansi dan satu-satunya sumber daya yang mampu menghubungkan perusahaan/instansi dengan komponen-komponen yang berhubungan dengannya adalah informasi. Bahkan bisa dikatakan jika sebuah instansi/perusahaan memiliki informasi yang tepat dan cepat dan informasi yang berkualitas (akurat, relevan, tepat waktu, dan lengkap) bisa dijadikan sebagai ujung tombak dalam instansi/perusahaan (Rohmat Taufiq, 2018).

*Customer Relationship Management (CRM)* adalah sebuah industri TI untuk metodologi, strategi, perangkat lunak dan atau aplikasi berbasis web yang mampu membantu sebuah perusahaan untuk mengelola hubungannya dengan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (dalam Iriandini et all 2015) “*Customer Relationship Management* adalah proses mengelola informasi rinci tentang pelanggan perorangan dan semua “titik kontak” pelanggan secara seksama untuk

memaksimalkan loyalitas pelanggan". *Customer Relationship Management (CRM)* memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam mendapatkan informasi yang rinci mengenai pelanggan. Informasi itu berupa data pribadi pelanggan, kritik, saran, keluhan dan apa saja yang dibutuhkan oleh pelanggan, sehingga perusahaan dapat memberikan tanggapan, pelayanan, serta perubahan-perubahan yang sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan.

Pelanggan adalah mata rantai yang tak terpisahkan dari struktur industri, karena pelangganlah yang menjadi pembeli dari produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan terhadap suatu pelayanan yang diberikan suatu pelaku adalah mutlak harus ada, agar terjalin hubungan yang baik antara kedua belah pihak. Semakin baik suatu pelayanan yang pelaku usaha berikan ke pelanggan maka citra perusahaan akan semakin baik dimata pelanggan.

Ada sebagian dari pelaku usaha dikota Palembang yang mulai memanfaatkan sistem informasi sebagai cara untuk mendapatkan pelanggan, sebagian dari pelaku usaha itu bergerak dibidang penjualan barang, jasa maupun barang dan jasa. Salah satunya adalah *Petshop* yang menyediakan barang dan jasa. Bagi pecinta hewan peliharaan seperti anjing dan kucing pasti sudah tidak asing lagi dengan kehadiran toko-toko hewan peliharaan yang sudah lumayan banyak di Palembang. Contohnya seperti *Evo Petshop*, *Jawara Petshop* dan lainnya. akan tetapi penggunaan sistem informasi masih hanya sebatas sosial media seperti *Instagram*, *whatsapp* dan lainnya. tetapi belum ada sistem informasi yang dikhususkan bagi para pecinta hewan peliharaan untuk memperoleh informasi seperti pemesanan barang, jadwal antrian *grooming* dan jadwal penitipan hewan peliharaan.

Sebuah pelaku usaha berkomitmen untuk dapat memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Seperti halnya Planet Petshop yang melayani pelanggannya yaitu masyarakat kota Palembang terutama daerah Perumnas dalam penyediaan kebutuhan hewan peliharaan seperti makanan dan kebutuhan perawatan lainnya. Planet Petshop merupakan usaha perorangan yang dikelola oleh Ibu Sri Wahyuni yang didirikan pada tanggal 9 Juli 2017 yang bergerak dalam penjualan barang dan jasa.

Menurut bagian unit pelayanan, Planet Petshop melayani pelanggan menggunakan sosial media seperti *Whatsapp* sebagai sarana informasi kepada pelanggan yang hanya digunakan oleh unit pelayanan. *Whatsapp* hanya digunakan pelanggan untuk bertanya-tanya perihal produk yang ditawarkan toko.

Dengan sistem yang ada saat ini jika pelanggan ingin melakukan pemesanan barang atau pesan jadwal antrian untuk *grooming*, penggunaan sosial media ini masih kurang efisien. Pada sistem yang diterapkan oleh pelaku usaha toko hewan peliharaan, calon pelanggan juga sulit mendapatkan informasi seperti informasi promosi, informasi layanan dan informasi keuntungan menjadi member Planet Petshop. Padahal, informasi tersebut dapat membantu Planet Petshop untuk mendapatkan pelanggan baru. Permasalahan ini tentu saja tidak mendukung konsep *CRM* yaitu untuk menambah pelanggan baru.

Pelanggan sulit untuk menyampaikan keluhan ataupun pengaduan jika terjadi sesuatu kesalahan dari pihak Planet Petshop. Pelanggan juga harus datang langsung jika ingin melihat harga-harga produk yang ditawarkan dan juga jika calon pelanggan ingin mendapat antrian *grooming* pertama atau dahulu. belum lagi jika pelanggan tidak mendapatkan barang yang diinginkan atau jadwal antrian *grooming* yang kurang tepat dengan kegiatan lain pemilik hewan peliharaan. Oleh karena itu, semua proses

penyampaian informasi dari pelanggan masih dilakukan secara manual, sehingga penindak lanjutan dari permasalahan pelanggan menjadi lamban. Semua unit kerja pada Planet Petshop masih berjalan masing-masing tanpa adanya kerjasama yang baik dalam menindak lanjuti keluhan ataupun pengaduan pelanggan. Misalnya ada pelanggan yang mengeluh antrian *grooming* lama dan lambat berjalan. Akibatnya pelanggan merasa kecewa dan tidak puas dengan pelayanan dari Planet Petshop. Permasalahan ini juga tidak mendukung konsep *CRM* yang lain, yaitu untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan (*enchange*).

Menurut Lombard dan Plessis (dalam Iriandini dkk, 2015) mengemukakan bahwa “pengumpulan informasi pelanggan dapat dilakukan saat terjadi percakapan atau tanya jawab secara langsung”. Disini Planet Petshop sulit mengetahui informasi tentang keinginan pelanggannya karena saat ini belum tersedia wadah untuk menerima kritik maupun saran dari pelanggan, akibatnya pelanggan merasa keinginannya tidak terpenuhi dan tidak puas. Ketidakpuasan tersebut membuat masyarakat menjadi beralih kepada toko lain yang juga menawarkan barang dan jasa untuk hewan peliharaan. Ini juga sangat bertolak belakang dengan konsep *CRM* yang ketiga yaitu mempertahankan pelanggan (*retain*).

Dengan permasalahan-permasalahan yang ada, terdapat solusi yang dapat ditawarkan. Dengan menerapkan *Customer Relationship Management (CRM)* pada Planet Petshop diharapkan dapat memenuhi kepuasan pelanggan, dapat menambah pelanggan baru, mempertahankan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan serta dapat meningkatkan laba perusahaan. Menurut Brown (dalam Tjiptono, 2014) “*Customer Relationship Management (CRM)* merupakan strategi bisnis yang bertujuan untuk memahami, mengantisipasi, dan mengelola kebutuhan pelanggan, baik pelanggan saat ini maupun pelanggan potensial”. Dengan memadukan

konsep *Customer Relationship Management* serta menerapkan strategi *Up-selling* dan *Cross Selling*, penelitian ini berguna untuk membantu dalam menciptakan sebuah sistem informasi pelayanan dengan CRM dan membangun pusat informasi pelayanan pelanggan.

Dari uraian di atas, untuk membantu Planet Petshop menyelesaikan permasalahan yang ada, penulis bermaksud untuk mengangkat masalah tersebut menjadi Laporan Tugas Akhir dengan judul “***CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) UNTUK SISTEM INFORMASI PELAYANAN PELANGGAN PADA PLANET PETSHOP***”.

### **1.2. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan hubungan baik dan kepercayaan pelanggan terhadap produk-produk dan layanan yang disediakan oleh Planet Petshop Palembang.
2. Menciptakan peluang untuk menjaring pelanggan baru.
3. Membantu pegawai dalam mengelola informasi, transaksi serta layanan pelanggan pada Planet Petshop Palembang.

### **1.3. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Memberikan keuntungan bagi pelanggan baik berupa potongan harga maupun kemudahan dalam bertransaksi dengan harapan meningkatkan hubungan baik dan kepercayaan terhadap pelanggan.
2. Menggunakan media interaksi sosial *online* untuk mendapatkan pelanggan baru.

3. Pegawai Planet Petshop Palembang dapat dengan mudah menangani layanan informasi serta mengelola transaksi yang ada di Planet Petshop Palembang.

#### **1.4. Batasan Masalah**

Agar pembahasan tidak menyimpang dari permasalahan pokok, maka penulis membatasi ruang lingkup dari permasalahan yang akan dibahas yaitu:

1. Layanan yang dikelola meliputi informasi produk, layanan transaksi, *grooming* dan penitipan.
2. Menerapkan strategi *Up Selling* dan *Cross Selling*.
3. Menyediakan layanan forum komunikasi dan diskusi antar sesama pelanggan dan admin.
4. Menyediakan sarana untuk menyebarkan informasi lewat media interaksi sosial *online* kepada pelanggan lama dan calon pelanggan baru.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Adams, Sony. 2018. Buku Sakti Pemrograman WEB Seri PHP. Yogyakarta:

Start Up

Claudia, Cindy, Michael Suyanto & Fransiska Prihatini Sihotang. 2018. Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Pada CV. Shannon Otopart. Palembang: STMIK GI MDP

Febrianingtyas, Media, Suharyono dan Edy Yulianto. 2014. Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Nasabah Bank Jawa Timur Cabang Gedung Inbis Malang). Jurnal Administrasi Bisnis

Greenberg, P. 2010. Customer Relationship Management as the Speed of Light: Fourth Edition McGraw-Hill.

Geovrisco, Gabriel, Gregorius Stephen Gunawan & Mardiani. 2018. Perancangan Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Berbasis WEB Pada PT. Imagica Winson Utama. Palembang: STMIK GI MDP

Hasibuan, Malayu S.P., 2011. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bumi Aksara, Jakarta.

Iriandini, Anggita Putri, Edy Yulianto dan M. Kholid Mawardi. 2015. Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan PT Gemilang Libra Logistics Kota Surabaya). Jurnal Administrasi Bisnis.

Imbar,R.V.,&Gunawan,D.(2018).*AplikasiPenjualanKomputerdenganMetode Crossselling dan Upselling Dilengkapi Algoritma Greedy Dalam PengambilanKeputusan*.UniversitasKristenMaranatha,FakultasTeknologi Informasi, Jurusan Sistem Informasi. Bandung: Jurusan SistemInformasi.

Kundre, Albertus Januaris, Irya Wisnubadra & Thomas Suselo. 2013.

Penerapan

*CustomerRelationshipManagementDenganDukunganTeknologiInformasi*  
Pada Po. Chelsy. Yogyakarta: STMIKAMIKOM

Priyantina, R. A., Widodo, A. P., & Susanto, T. 2016. *Rancang Bangun Website Toko Online Dengan Penerapan Produk Knowladge dan Strategi Up Selling Pada MC Store Surabaya*. Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, Jurusan Sistem Informasi. Surabaya: Jurusan Sistem Informasi.

Sudarmaji. (2015). Rancang Bangun Majalah Kampus Online Berbasis WEB.  
*Jurnal Informa Politeknik Indonusa Surakarta, Vol. 1 No. 1, 2442-7942*

Tjiptono,FandydanGregoriusChandra.2014.PemasaranJasa.Yogyakarta:ANDI

Taufiq, Rohmat. 2018. Pengantar Sistem Informasi. Jakarta: Mitra WacanaMedia

Winarno, Wing Wahyu, 2017. Sistem Informasi Manajemen, Yogyakarta: UPP STIM YKPN.