

**PENERAPAN METODE CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT  
(CRM) PADA RATU PHOTOGRAPHY INDRALAYA**



**09031381520078**

**AHMAD KURNIAWAN**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI**

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2019**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENERAPAN METODE CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)  
PADA RATU PHOTOGRAPHY INDRALAYA**

**(Studi Kasus : Ratu Photography Indralaya, Ogan Ilir)**

**SKRIPSI**

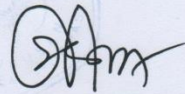
**Program Studi Sistem Informasi  
Jenjang Sarjana**

Oleh

**Ahmad Kurniawan 09031381520078**

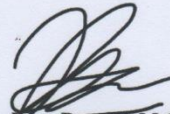
**Indralaya, 15 September 2021**

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan Sistem Informasi**



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

**Pembimbing**



**Laca Putra S, M.CS., CHEI**  
NIP 198912182015109101

## HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangam di bawah ini :

Nama : Ahmad Kurniawan  
Nim : 09031381520078  
Program studi : Sistem Informasi  
Judul skripsi : Penerapan Metode Customer Relationship  
Mangement : (CRM) Pada Ratu Photograpy Indralaya

Hasil Pengecekan *Software iThenticate/Turnitin* : 17 %

Menyatakan bahwa laporan skripsi saya merupakan hasil karya sendiri dan bukan hasil 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 ridak ada paksaan oleh siapapun

Indralaya September 2021



Mahasiswa

## DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN .....	1
Latar Belakang.....	1
Identifikasi Masalah.....	4
Rumusan Masalah.....	5
Tujuan .....	5
Batasan Masalah .....	6
BAB II LANDASAN TEORI .....	7
Kajian Pustaka .....	7
CRM (Customer Relationship Management).....	7
Definisi CRM (Customer Relationship Management) .....	7
Fase CRM (Customer Relationship Management).....	7
Komponen CRM (Customer Relationship Management).....	8
Tujuan CRM (Customer Relationship Management).....	9
Manfaat CRM (Customer Relationship Management).....	10
Strategi CRM (Customer Relationship Management).....	11
Metode Service Quality .....	12
Metode Waterfall.....	13
Ratu Photography .....	15
BAB III METODE PENELITIAN .....	17
Objek Penelitian .....	17
Metode Pengumpulan Data .....	17
3.3. Jenis Data .....	18
Sumber Data.....	18
Metode Service Quality .....	18
Metode Waterfall.....	19
BAB IV ANALISIS DAN PERANCANGAN .....	21
Definisi Sistem .....	21
Tujuan Sistem.....	21
Gambaran Sistem.....	23
Pernyataan Masalah dan Kesempatan.....	23
Studi Kelayakan Proyek.....	25

Ide Solusi Tahap Awal.....	26
Ruang Lingkup Awal Pengembangan Sistem.....	26
Analisis Masalah .....	26
Domain Permasalahan .....	27
Analisa Masalah dan Kesempatan.....	27
Analisis Kebutuhan.....	28
Kebutuhan Fungsional .....	28
Kebutuhan Non Fungsional.....	29
Klasifikasi Kebutuhan.....	30
Perancangan Logika.....	34
Pemodelan Proses .....	34
Pemodelan Data .....	45
Analisis Keputusan .....	46
Identifikasi Solusi Kandidat ( <i>Identify Candidate Solustion</i> ) .....	47
Analisis Solusi Kandidat ( <i>Analyze Candidate Solutions</i> ).....	49
Perbandingan Solusi Kandidat ( <i>Compare Candidate Solution</i> ).....	50
Rekomendasi Solusi Kandidat ( <i>Recommend A System Solution</i> )....	51
Perancangan Antar Muka.....	53
Halaman Login .....	53
Halaman Home Customer .....	55
Halaman Product Customer .....	56
Halaman Cart Customer.....	58
Halaman My Orders Customer.....	59
Halaman Questionnaire Customer.....	61
Halaman My Profile.....	62
Halaman Dashboard Admin .....	63
Halaman Customers Order .....	64
Halaman Servequal Value .....	65
Halaman Product.....	66
Halaman Product Category.....	67
Halaman Questionnaire .....	69
Halaman Order Status .....	71

Halaman Payment Method .....	73
Halaman Discount Points .....	75
Halaman User List .....	75
<b>BAB V IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN.....</b>	<b>78</b>
Implementasi .....	78
Halaman Sistem Service Quality dengan Metode CRM.....	78
Pengujian.....	94
Kelebihan dan Kelemahan Sistem.....	104
Kelebihan Sistem.....	104
Kelemahan Sistem .....	104
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>105</b>
Kesimpulan .....	105
Saran .....	105

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **LatarBelakang**

Seiring dengan perkembangan zaman, perusahaan-perusahaan yang ada juga mengalami perkembangan. Hal ini dialami oleh perusahaan, baik perusahaan berskala kecil sampai perusahaan berskala besar. Perkembangan ini sangat terasa, terlebih lagi teknologi informasi juga berkembang dengan pesat dan cepat. Teknologi yang dimiliki perusahaan dapat dijadikan sebagai alat persaingan yang dapat menentukan kesuksesan sebuah perusahaan. Pelanggan adalah bagian terpenting dalam menjalani sebuah usaha. Pelanggan adalah kunci yang membuat usaha tetap berjalan dan memberikan keuntungan, rasa hormat, dan reputasi kepada perusahaan. Tiada usaha yang akan terus berjalan tanpa adanya peran seorang pelanggan, dan tidaklah mudah bagi perusahaan untuk menemukan cara agar pelanggan tetap kembali untuk mendapatkan produk atau pelayanan yang disediakan.

Dalam bisnis, pelanggan ialah aspek yang sangat berarti serta nyawa untuk suatu industri. Ikatan industri tidak cuma menyudahi sesuai yang di inginkan customer bahkan lebih dari itu, hingga sampai kesetian, Dimana dengan terciptanya loyalitas pelanggan hendak membuat pelanggan tersebut terus membeli produk dari industri, merekomendasikan produk dari industri kita kepada teman, keluarga, dan kenalan mereka sehingga besar bisa jadi bisa menaikkan pelanggan buat industri. Mengenai tersebut bisa tingkatkan jumlah penjualan industri. Sebab tiap industri mengenali kalau buat memperoleh pelanggan yang baru biayanya hendak lebih besar bila dibanding dengan bayaran buat mempertahankan pelanggan lama yang mempunyai loyalitas yang tinggi

Ratu Photography adalah studio foto dan digital printing, dengan mesin minilab dan mesin digital printing outdoor yang berkualitas tinggi. Perusahaan ini berdiri di Indralaya sejak tahun 2013. Banyaknya penyedia jasa fotografi mendesak terbentuknya kompetisi dalam bisnis antara industri-industri tersebut. Tiap industri fotografi berkompetisi buat meraup keuntungan didalam pasar serta memperoleh customer supaya memakai jasa yang mereka sajikan. Disebabkan terus menjadi lama, di wilayah tersebut terus menjadi timbul banyak pesaing yang bergerak di bidang yang sama dengan harga yang lebih murah, apalagi terdapat yang sediakan cetak online yang menawarkan service yang lebih dari yang diberikan Ratu Photography. serta di Ratu Photography terkategori membagikan bayaran yang sedikit lebih mahal, hingga buat supaya senantiasa mempertahankan pelanggan nya, tidak hanya menjamin mutu, butuh pula di tingkatkan layanannya ialah dengan membagikan sebagian kelebihan. Seperti, saat mencetak foto di Ratu Photography, customer dapat melihat progress pesannya. Misal, dalam kondisi ramai dan antrian yang lama, dengan tempat menunggu yang terbatas, customer dapat meninggalkan Ratu Photography untuk sekedar pergi ketempat makan dll, namun tetap bisa mendapat informasi progress pesanan yang ditunggu. Permasalahannya adalah strategi apa yang wajib digunakan oleh industri supaya bisa merebut pasar buat memperoleh pelanggan serta mempertahankan pelanggan tersebut dalam jangka waktu yang lama. Salah satu strategi tersebut merupakan merubah paradigma bisnis jadi industri yang berorientasi kepada pelanggan.

Customer Relationship Management( CRM) ialah salah satu

tata cara yang bisa digunakan oleh industri buat meningkatkan strategi bisnis yang berpusat pada pelanggan, contohnya CRM yang bertabiat transaksional. Aplikasi CRM pula bisa memudahkan pada dikala mengendalikan serta pemilihan keputusan bisnis yang strategi pada tingkatan managerial.



Buat tingkatkan kualitas pelayanan dan otomatisasi proses bisnis terhadap pelanggan ada strategi pemasaran yang berbasis CRM pada upaya menciptakan jalinan antara pihak industri dengan pelanggan lebih dikenal dengan istilah CRM Operasional. Untuk (Ummah 2018) CRM Operasional berfokus pada otomatisasi proses bisnis dalam kaitannya dengan upaya melayani pelanggan. Berbagai aplikasi fitur lunak CRM memudahkan proses otomatisasi pemasaran (semacam segmentasi pasar, manajemen komunikasi pemasaran, event-based-marketing), penjualan (di antara lain lead manajemen, manajemen kontak pelanggan, dan konfigurasi produk), dan guna layanan pelanggan (contohnya operasi call center, web based service dan field service). Buat tingkatkan nilai beli pelanggan Ratu Photography Indralaya ini dapat digunakan CRM yang berupaya menciptakan jalinan antara pihak industri dengan pelanggan.

Dengan memakai tata cara Customer Relationship Management bisa menolong pihak industri dalam tingkatkan mutu pelayanan serta otomatisasi proses bisnis terhadap pelanggan dan bisa mengenali atensi beli pelanggan serta perilaku pasar serta pelanggan dengan lebih baik.

Hubunganpelanggan ataupun CRM yang terdapat Ratu Photography Indralaya belum bisa membagikan nilai industri yang lebih baik kepada pelanggan sebab masih dijalankan secara konvensional hingga dari itu butuh menggunakan tata cara CRM

Operasional buat tingkatkan pelayanan serta otomatisasi proses bisnis terhadap pelanggan Pada Ratu Photography Indralaya ini, strategi yang ditawarkan adalah dengan membangun sebuah sistem poin. Sistem ini akan memberikan reward berupa poin pada setiap transaksi tiap-tiap pelanggan dimana poin tersebut akan digunakan untuk mendapatkan potongan harga pada transaksi berikutnya. Sistem diharapkan bisa jadi pemecahan yang di butuhkan oleh Ratu Photography

Indralaya, maka dari itu penulis mengangkat judul : “**PENERAPAN METODE CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PADA RATU PHOTOGRAPHY INDRALAYA**” yang diharapkan dapat membantu perusahaan Ratu Photography Indralaya dapat meningkatkan kualitas perusahaannya di mata pelanggan dan semua orang .

### **Identifikasi Masalah**

Menurut latar belakang diatas, dapat disimpulkan sebagian kasus antara lain yaitu :

1. Pemesanan maupun penjualan barang yang tersedia di Ratu Photography Indralaya masih dilakukan secara tradisional dimana konsumen harus datang langsung ke tempat untuk melakukan pembelian atau pemesanan produk yang sesuai dengan keinginan.
2. Cara memasarkan barang yang dijual, pemilik Cuma Memasarkannya mulut ke mulut saja sehingga pelanggan yang berada diluar kota Indralaya tidak begitu mengetahui dengan jelas mengenai informasi di Ratu Photography Indralaya

3. Tidak terdapatnya cara menggunakan CRM dan adanya berita terkait pemesanan serta penjualan barang di Ratu Photography Indralaya
4. Peningkatan transaksi customer pada Ratu Photography Indralaya menurun

### **Rumusan Masalah**

Permasalahan yang akan dijawab dalam penelitian ini yaitu cara membuat suatu sistem poin untuk mempertahankan pelanggan pada Ratu Photography Indralaya

### **Tujuan**

Tujuan penulis dalam melakukan penelitian ini yaitu:

1. Mengimplementasikan CRM pada Ratu Photography Indralaya
2. Dapat Menyelesaikan masalah mengenai layanan yang dihadapi oleh Ratu Photography Indralaya yang masih manual dengan bantuan sistem.
3. Memberikan poin pada setiap penjualan yang telah dikerjakan oleh customer yang mana bisa di tukarkan berupa voucher ataupun potongan harga sehingga pelanggan akan bertahan untuk menggunakan layanan yang diberikan oleh perusahaan
4. Pelanggan akan menerima pemberitahuan melalui email terkait produk yang sedang discount yang diadakan oleh Ratu Photography Indralaya
5. Menerapkan fitur tracking untuk memudahkan transaksi yang dilakukan oleh pelanggan, karena setelah pelanggan melakukan transaksi atau pemesanan pada Ratu Photography pelanggan hanya perlu melihat status

pada website untuk mengetahui status pemesanan mereka seperti apa, apakah sedang di proses, selesai, penambahan waktu dan lainnya.

### **Batasan Masalah**

Sistem yang dikembangkan memiliki batasan-batasan yang harus ditekankan dalam penggunaannya. Penjelasan-penjelasan yaitu:

1. Proses bisnisserta catatan yang dipakai yaitu proses bisnis dan contoh dari Ratu Photography Indralaya.
2. Sistem akan dibangun berbasis web dan dapat diakses oleh seluruh pelanggan Ratu PhotographyIndralaya.
3. Menyediakan akses yang berbeda antara pelangganmaupun pengelola
4. Aplikasi ini berpusat pada pemberian poin dan reward yang diperoleh oleh pelanggan.
5. Aplikasi ini akan memberi tahu notifikasi kepada pelanggan terkait adanya discount atau promo baru yang diadakan oleh RatuPhotography
6. Aplikasi ini akan menyediakan fitur Tracking yang akan dipakai oleh pelanggan untuk melihat posisi orderan mereka, terkait selesai atau belumnya agar tidak perlu datng terlebih dahulu ke Ratu Photography ketika orderan mereka benar-benar sudahselesai
7. Pembangunan sistem menggunakan metodewaterfall.
8. Sistem ini di buat menggunakan XAMPP,MYSQL dan PHP pada Ratu PhotographyIndralaya

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulrahman, Supaidi, A., & Ibrahim, A. 2018. "Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pelayanan Pelanggan (Corporate) Divisi Bges Pada Pt Telkom Witel Sumsel." 9(1): 72–78.
- Jimanto, R. B., & Kunto, Y.S. 2014. "Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Ritel Bioskop The Premiere Surabaya." 2(1): 1–7.
- Jiwantara, K., Sutrisno, A. & Neyland, J. "Penerapan Metode Servqual Untuk Evaluasi Dan Perbaikan Kualitas Pelayanan Pada Kegiatan Penyuluhan Bahasa Indonesia Praktis Di Balai Bahasa Provinsi Sulawesi Utara."
- Kurniawan, E. "Implementasi Rest Web Service Untuk Sales Order Dan Sales Tracking Berbasis Mobile."
- Nurwulan, F. A., Desrianty A., & Fitria, L. 2014. "Analisis Pelayanan Jasa Pada Perusahaan Daerah Air Minum ( PDAM ) DKI Jakarta Dengan Menggunakan Metode Service Quality." 02(01).
- Pradipo & Alogo A. 2006. "Customer Relationship Management Pada Perusahaan Mohan Semarang."
- Purwanto, Heru, & Sumbaryadi, A. 2018. "Customer Relationship Management Pada Perusahaan Mohan Semarang." 14(1): 15–20.
- Rosinta, Emma, & Hasibuan, D. 2018. "Implementasi Customer Relationship Management ( CRM ) Pada Aplikasi Penjualan Berbasis Web PT . Buana Telekomindo." VII(1): 8–14.
- Rosmayani. 2016. "Customer Relationship Management." 2(1): 83–98.
- Ummah & Durotul, L. 2018. "Rancang Bangun E-Commerce Pada Toko Kerudung Nuri Collection Berbasis Customer Relationship Management." 12: 10–17.
- Victor, Christian, Jorie, R.J., & Sumarauw, J. 2015. "Pengaruh Customer Relationship

Management Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas.” 3(2): 671–83.

Yamintara, R. “Kepuasan Pelanggan Pada Pt Jasuindo Tiga Perkasa Tbk.” : 71–84.

Yuniar, Suci, S., Arijanto, S., & Liansari, G.P. 2014. “Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Berdasarkan Hasil Pengukuran Menggunakan Metode Service Quality ( Servqual ) Di PT . X \*.” 02(02): 98–109.