

**PENERAPAN KONSEP *CUSTOMER RELATIONSHIP*  
*MANAGEMENT* (CRM) PADA SISTEM INFORMASI PENJUALAN  
DI TOKO KOMPUTER LOKAK GADGET**

**SKRIPSI**

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi  
di Program Studi Sistem Informasi Profesional  
Jenjang Strata 1



Oleh :

**DENY AGUSTIAWANSYAH  
NIM 09031381821020**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI PROFESIONAL  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FEBRUARI 2021**



# LEMBAR PENGESAHAN

**PENERAPAN KONSEP *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT***

**(CRM) PADA SISTEM INFORMASI PENJUALAN DI TOKO**

**KOMPUTER LOKAK GADGET**

**SKRIPSI**

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
studi di Program Studi Sistem Informasi Profesional

Oleh :

**Deny Agustiwansyah**

**NIM 09031381821020**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Sistem Informasi**

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

**NIP. 197811172006042001**

**Palembang, 17 November 2021**

**Pembimbing,**

**Yadi Utama, S.Kom., M.Kom.**

**NIP. 197901152008011008**



## HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 8 September 2021

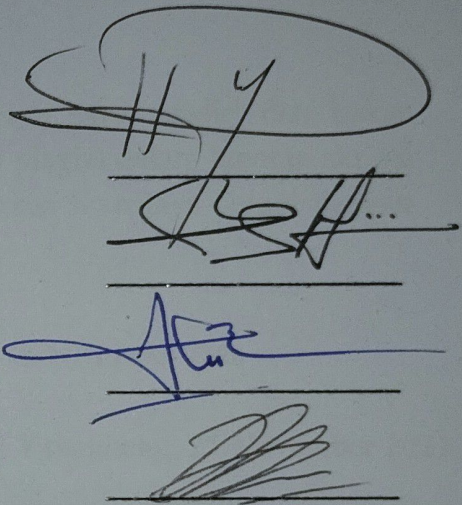
Tim penguji :

1. Ketua : Ali Ibrahim, M.T.

2. Pembimbing : Yadi Utama, S.Kom., M.Kom.

3. Penguji I : Fathoni, MMSI

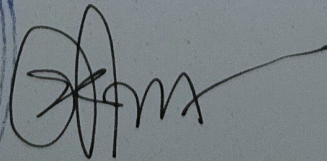
4. Penguji II : Pacu Putra, M.Cs.



Handwritten signatures of the examiners: Ali Ibrahim, Yadi Utama, Fathoni, and Pacu Putra.

Mengetahui,

Ketua Jurusan Sistem Informasi,



Handwritten signature of Endang Lestari Ruskan.

Endang Lestari Ruskan, M.T.

NIP. 197811172006042001



## Halaman Pernyataan

### Yang Bertanda Tangan Di Bawah ini :

Nama : Deny Agustiawansyah  
NIM : 09031381821020  
Program Studi : Sistem Informasi  
Judul Skripsi : Penerapan Konsep Customer Relationship Management (CRM) pada Sistem Informasi Penjualan di Toko Komputer Lokak Gadget

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, 25 November 2021



Deny Agustiawansyah  
NIM 09031381821020



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Skripsi ini, dengan judul "Penerapan Konsep *Customer Relationship Management* (CRM) Pada Sistem Informasi Penjualan di Toko Komputer Lokak Gadget" tanpa kendala apapun.

Tujuan dari pembuatan Skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program pendidikan Sarjana (S1) Program Studi Sistem Informasi Profesional di Universitas Sriwijaya Palembang.

Penyelesaian Skripsi ini tidak lepas dari berbagai pihak yang telah banyak membantu penulis baik dalam segi moril, material maupun spiritual. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Jaidan Jauhari, S.Pd., M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
3. Ibu Endang Lestari Ruskan, M.T. selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Yadi Utama, S.Kom., M.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, serta berbagi ilmunya untuk membantu dan memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis.
5. Bapak dan Ibu jajaran dosen Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
6. Kedua Orang Tua saya yang tak henti-hentinya selalu memberikan do'a beserta dukungan kepada penulis.
7. Teman – teman si prof yang selalu mensupport
8. Serta Dongan Crew yang selalu memberikan semangat

Akhirnya penulis mengharapkan agar penulisan laporan Skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang-orang yang membaca. Tidak lupa penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menjadi petunjuk dalam menyelesaikan tugas di masa mendatang.

Palembang, 24 agustus 2021



Deny Agustiawansyah

NIM. 09031381821020

**PENERAPAN KONSEP *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*  
(CRM) PADA SISTEM INFORMASI PENJUALAN DI TOKO  
KOMPUTER LOKAK GADGET**

Oleh :

**Deny Agustiawansyah  
09031381821020**

**ABSTRAK**

Toko Lokak Gadget belum menerapkan strategi CRM yang menarik minat pelanggan. Hal ini berpengaruh pada jumlah pelanggan Toko Lokak Gadget yang tidak menentu dan juga tidak mengalami peningkatan dalam rentang 2 tahun terakhir, menyebabkan sulit untuk berkembang dan bersaing dengan toko lainnya, permasalahan lain kurangnya kualitas layanan pelanggan, terutama transaksi pembelian yang hanya melayani transaksi secara langsung, penelitian ini dilakukan untuk menerapkan strategi CRM pada Toko Lokak Gadget dengan metode *up selling* dan *cross selling* untuk meningkatkan layanan terhadap pelanggan, mengalihkan proses transaksi ke sebuah sistem informasi penjualan yang terintegrasi dengan pengolahan data penjualan agar pelanggan dapat melakukan transaksi secara mudah, strategi CRM diterapkan ke dalam *website* yang dikembangkan dengan metode *waterfall*. Pencapaian *business goals* dengan penerapan CRM berbanding lurus dengan *business goals* yang diharapkan toko Lokak Gadget Palembang. Kendala pada strategi pemasaran yang berjalan dapat diminimalisir dengan penerapan CRM, penerapan strategi *up selling* dan *cross selling* pada strategi pemasaran cukup menarik bagi pelanggan karena bersifat membujuk pelanggan serta menawarkan 2 produk atau jasa yang lebih hemat dalam satu paket penjualan, pelaporan juga lebih mudah, terstruktur, dan terkomputerisasi. Penelitian ini dibangun dengan metode pengembangan sistem *waterfall* dengan hasil yang maksimal namun tidak menutup kemungkinan sistem ini dapat dikembangkan lebih lanjut lagi, dengan terus meningkatkan tampilan sistem, serta selalu *up to date* meningkatkan kualitas layanan yang dibutuhkan oleh pelanggan.

Kata Kunci: CRM, *Up-selling*, *Cross-Selling*, *Waterfall*.

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Sistem Informasi



Endang Lestari Ruskan, M.T.  
NIP. 197811172006042001

Palembang, 10 Juni 2021

Pembimbing,



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

**APPLICATION OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT  
(CRM) CONCEPT ON SALES INFORMATION SYSTEM IN LOKAK  
GADGET COMPUTER STORES**

By :

**Deny Agustiwansyah  
09031381821020**

**ABSTRACT**

Lokak Gadget store has not implemented a CRM strategy that attracts customers. This affects the number of customers of Lokak Gadget Stores that are erratic and also do not increase in the span of the last 2 years, making it difficult to develop and compete with other stores, other problems lack of quality of customer service, especially purchase transactions that only serve transactions directly, this research was conducted to implement CRM strategies in Lokak Gadget Stores with up selling and cross selling methods to improve services. To customers, switching the transaction process to a sales information system that is integrated with the processing of sales data so that customers can make transactions easily, CRM strategies are applied to websites developed by waterfall method. The achievement of business goals with the implementation of CRM is directly proportional to the business goals expected by the Lokak Gadget Palembang store. Constraints on the marketing strategy that runs can be minimized by the implementation of CRM, the implementation of up selling and cross selling strategies on marketing strategies is quite attractive to customers because it is persuading customers and offers 2 more frugal products or services in one sales package, reporting is also easier, structured, and computerized. This research is built with waterfall system development methods with maximum results but does not rule out the possibility that this system can be developed further, by continuously improving the appearance of the system, and always up to date improving the quality of service needed by customers.

Keywords: CRM, Up-selling, Cross-Selling, Waterfall.

Approved,  
The Head of Information System  
Department



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

Palembang, 10 June 2021

Thesis Advisor,



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



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</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 TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan.....	4
1.4 Manfaat.....	4
1.5 Batasan Masalah .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
2.1 Sejarah Toko Lokak Gadget .....	5
2.2 Struktur Organisasi Toko Lokak Gadget.....	6
2.3 Sistem .....	6
2.4 Informasi.....	8
2.5 Sistem Informasi .....	9
2.6 <i>Website</i> .....	11
2.7 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	11
2.8 <i>Data Flow Diagram (DFD)</i> .....	12
2.9 <i>Entity Relationship Diagram (ERD)</i> .....	15
2.10 <i>Basis Data (Database)</i> .....	16

3.1 PHP.....	17
3.1 MySQL.....	17
3.2 Penelitian-Penelitian Terdahulu.....	18
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
3.1 Metode Penelitian.....	20
3.2 Strategi CRM.....	21
3.3 Sumber Data .....	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	23
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>25</b>
4.1 Business Goals Toko Lokak Gadget.....	25
4.2 Analisis Kondisi Existing Toko Lokak Gadget.....	26
4.3 Implementasi CRM.....	28
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>49</b>
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Saran.....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>xiii</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Simbol-Simbol <i>Data Flow Diagram</i> (DFD).....	14
Tabel 2.2 Notasi dan simbol di dalam Diagram E-R.....	15
Tabel 2.3 Kajian Penelitian Deasy Permatasari dan Firniawati .....	19
Tabel 2.4 Kajian Penelitian Shabrina Amatullah, dkk.....	20
Tabel 4.1 Proses Bisnis Sistem.....	30

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.0 Struktur Organisasi Toko Lokak Gadget .....	6
Gambar 2.2 Contoh dari relasi.....	16
Gambar 3.1 Tahap-tahap Penelitian.....	20
Gambar 4.1 Diagram konteks.....	25
Gambar 4.2 Rancangan <i>Data Flow Diagram</i> (DFD).....	26
Gambar 4.3 Rancangan <i>Entity Relationship Diagram</i> (ERD) .....	27
Gambar 4.4 Halaman <i>Home</i> .....	29
Gambar 4.5 Halaman <i>About</i> .....	30
Gambar 4.6 Halaman Registrasi.....	30
Gambar 4.7 Halaman <i>Login</i> Konsumen.....	31
Gambar 4.8 Halaman <i>Home</i> Konsumen .....	32
Gambar 4.9 Halaman Detail Produk Konsumen .....	32
Gambar 4.10 Halaman Transaksi Pembelian Konsumen.....	33
Gambar 4.11 Halaman Riwayat Pembelian Konsumen.....	33
Gambar 4.12 Halaman Profil Konsumen .....	34
Gambar 4.13 Halaman <i>Login</i> Admin.....	35
Gambar 4.14 Halaman Data Pengguna Admin .....	35
Gambar 4.15 Halaman <i>Input</i> Data Konsumen Admin.....	36
Gambar 4.16 Halaman Data Konsumen Admin.....	36
Gambar 4.17 Halaman <i>Input Product</i> Admin .....	37
Gambar 4.18 Halaman Data <i>Product</i> Admin .....	37
Gambar 4.19 Halaman <i>Input</i> Transaksi Admin.....	38
Gambar 4.20 Halaman Data Transaksi Admin.....	38
Gambar 4.21 Halaman <i>Login</i> Pimpinan.....	39
Gambar 4.22 Halaman Data Pengguna Pimpinan .....	40
Gambar 4.23 Halaman Data Konsumen Pimpinan.....	40
Gambar 4.24 Halaman <i>Input Product</i> Pimpinan .....	41
Gambar 4.25 Halaman Data <i>Product</i> Pimpinan .....	41
Gambar 4.26 Halaman <i>Input</i> Transaksi Pimpinan.....	42
Gambar 4.27 Halaman Data Transaksi Pimpinan .....	42
Gambar 4.28 Halaman Profil Perusahaan Pimpinan .....	43





# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Customer Relationship Management* (CRM) diartikan sebagai satu kesatuan penjualan, pemasaran dan strategi pelayanan yang terkoordinasi dan mendukung suatu perusahaan untuk menyediakan pelayanan kepada pelanggan secara *real time* dengan menjalin hubungan dengan tiap pelanggan yang berharga melalui penggunaan informasi tentang pelanggan, sehingga perusahaan dapat membuat variasi penawaran, pelayanan, program, pesan dan media (Kotler, 2003). Tujuan suatu perusahaan mengadopsi CRM adalah untuk meningkatkan ketahanan dan kepuasan pelanggan. Secara umum dapat dikatakan bahwa tujuan setiap strategi CRM adalah untuk mengembangkan hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Sasaran utama dari CRM adalah untuk meningkatkan pertumbuhan jangka panjang dan profitabilitas perusahaan melalui pengertian yang lebih baik terhadap kebiasaan (*behavior*) pelanggan

Di era industri 4.0 seperti saat ini, banyak perusahaan maupun toko yang memanfaatkan prinsip CRM. Maka dari itu, perusahaan maupun toko berlomba-lomba meningkatkan kualitas layanannya. Toko Lokak Gadget Palembang merupakan sebuah toko yang menjual laptop bekas maupun baru, melayani instal *software*, serta melayani konsultasi, toko Lokak Gadget melayani konsultasi berkaitan permasalahan pada laptop. Ruko toko Lokak Gadget berlokasi di Jl. Perikanan 4, Talang Aman, Kecamatan Kemuning, Palembang. Adapun permasalahannya adalah saat ini, toko Lokak Gadget belum menerapkan strategi



CRM yang menarik minat pelanggan. Hal ini sangat berpengaruh terhadap jumlah pelanggan toko Lokak Gadget yang tidak menentu dan juga tidak mengalami peningkatan dalam rentang 2 tahun terakhir (2018 – 2020). Jika hal ini terus dibiarkan, maka akan menyebabkan toko Lokak Gadget sulit untuk berkembang dan bersaing dengan toko-toko lainnya. Dalam masalah yang lebih serius, dapat mengakibatkan kebangkrutan yang berakhir pada penutupan toko.

Permasalahan lain adalah toko Lokak Gadget kurang meningkatkan kualitas layanan pada pelanggannya. Lokak Gadget selama ini belum memiliki kesempatan dan dana yang cukup untuk meningkatkan kualitas layanan pelanggannya, terutama dari segi transaksi pembelian. Dalam proses operasionalnya, toko Lokak Gadget hanya melayani transaksi pembelian secara langsung. Sedangkan jika ditinjau dari kebiasaan pelanggan di era milenial seperti sekarang, pelanggan lebih menikmati transaksi yang fleksibel dan mudah. Selain itu, pelanggan menyukai layanan yang dapat membantunya dalam memilih produk. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan rekomendasi produk dengan spesifikasi yang lebih baik, maupun menawarkan paket dimana pelanggan dapat membeli beberapa produk dengan harga yang lebih terjangkau jika dibandingkan dengan pembelian produk-produk tersebut secara terpisah.

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka dapat digarisbawahi bahwa penelitian ini dilakukan untuk menerapkan strategi CRM pada toko Lokak Gadget dengan metode *up selling - cross selling* untuk meningkatkan layanan terhadap pelanggan dengan memberikan penawaran atau rekomendasi produk, serta mengalihkan proses transaksi ke sebuah sistem informasi penjualan yang telah terintegrasi dengan pengolahan data penjualan agar pelanggan dapat

melakukan transaksi secara fleksibel dan mudah. Metode *up selling* memberikan rekomendasi produk yang tidak jauh berbeda dengan yang sedang dicari oleh pelanggan dengan kualitas yang lebih baik, namun dengan harga yang sedikit lebih tinggi. Sedangkan *cross selling* menawarkan dua produk yang berbeda, namun berkaitan ke dalam satu paket dengan harga yang lebih murah. Kedua strategi ini diterapkan melalui suatu *website* yang dapat dikelola oleh pihak toko Lokak Gadget dan dapat diakses oleh pelanggan maupun calon pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis ingin mengangkat masalah ini sebagai topik penelitian dalam penyusunan Skripsi dengan judul **“PENERAPAN KONSEP CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PADA SISTEM INFORMASI PENJUALAN DI TOKO KOMPUTER LOKAK GADGET”** untuk menyelesaikan pendidikan jenjang sarjana di Fakultas Komputer Universitas Sriwijaya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Mengacu pada latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diketahui bahwa permasalahan yang sedang dihadapi adalah :

1. Lokasi toko Lokak Gadget yang sulit diketahui oleh calon pelanggan baru
2. Kualitas layanan terhadap pelanggan yang masih terbilang rendah
3. Proses transaksi yang tidak fleksibel
4. Jumlah pelanggan yang tidak menentu dan tidak mengalami peningkatan yang secara tidak langsung juga menyebabkan profitabilitas tidak menentu dan tidak mengalami peningkatan



### **1.3 Tujuan**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menerapkan strategi CRM berupa *up selling – cross selling* pada toko Lokak Gadget dalam suatu sistem informasi penjualan berbasis *website*, dalam mempertahankan hubungan baik terhadap pelanggan.

### **1.4 Manfaat**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian dan pembuatan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Menerapkan strategi CRM berupa *up selling – cross selling* ke dalam sistem informasi penjualan di toko Lokak Gadget dalam penawaran produk.
2. Meningkatkan kualitas layanan terhadap pelanggan dalam rangka mempertahankan pelanggan yang ada dengan memberikan kemudahan-kemudahan layanan melalui *website* yang dapat diakses secara fleksibel.
3. Menarik minat pelanggan melalui paket-paket pilihan produk (*cross selling*) sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan.

### **1.5 Batasan Masalah**

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

1. Hasil akhir yang akan dihasilkan dari penelitian ini adalah sistem informasi penjualan berbasis *website* yang menerapkan prinsip CRM pada toko Lokak Gadget.

2. Strategi CRM yang digunakan adalah *up selling* dan *cross selling* yang berfokus pada penawaran produk atau promosi.
3. Menggunakan bahasa pemrograman PHP dengan MySQL sebagai *Database Management System*-nya.
4. *Software* pendukung dalam penelitian ini adalah *Notepad ++* dan *Xampp*.

## DAFTAR PUSTAKA

- David, Fred R. (2002). *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Prenhalindo.
- Amir, Taufiq. (2005). *Dinamika Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2006). *Etika Customer Service*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- W. L. Jeffery. (2004). *Metode Desain dan Analisis Sistem*. Indianapolis  
Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: JBRC.
- Widjaja. (2008). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Zulva, Indana. (2017). *Penerapan Customer Relationship Management Dalam  
Memberikan Pelayanan Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor  
Cabang Pembantu Peunayong Banda Aceh*. Skripsi.
- Hutahaean, J. (2014). *Konsep Sistem Informasi*. Yogyakarta: Deepublisher.
- Jogiyanto, H. (2010). *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Kasiram, M. (2008). *Metodologi Penelitian*. Malang: UIN-Malang Pers.
- Midjan, L., & Susanto, A. (2001). *Sistem Informasi Akuntansi I*. Bandung:  
Lembaga Informasi.
- Muhyuzir, T. D. (2001). *Analisa Perancangan Sistem Pengolahan Data*. Jakarta:  
PT. Elex Media Komputindo.
- Dyantina, Ovi, dkk. (2012). *Penerapan Customer Relationship Management  
(CRM) Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di  
Toko YEN-YEN)*.
- Mulyanto, A. (2009). *Sistem Informasi Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka  
Pelajar.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sutabri, T. (2012). *Analisis Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sutanta, E. (2009). *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.



Yakub. (2012). *Pengantar Sistem Informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

D. Kurniawan. (2009). *Penerapan Aplikasi CRM (Customer Relationship Management) Berbasis Web Dalam Bidang Jasa*. [Online]. Available: <http://wiechan.blog.binusian.org/files/2009/06/penerapan-crm-basis-web-dalambidang-jasa1.doc>. [Accessed 20012].