

**PENERAPAN E-CRM PADA CV. HARUM JAYA DENGAN  
MENGGUNAKAN METODE *FRAMEWORK OF DYNAMIC CRM*  
BERBASIS WEBSITE**

**SKRIPSI**  
**Program Studi Sistem Informasi**  
**Jenjang Sarjana**



Oleh  
**Nabila Hidayati**  
**NIM 09031181823013**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI**  
**FAKULTAS ILMU KOMPUTER**  
**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**  
**2022**

## LEMBAR PENGESAHAN

### SKRIPSI

#### PENERAPAN E-CRM PADA CV. HARUM JAYA DENGAN MENGGUNAKAN METODE *FRAMEWORK OF DYNAMIC CRM* BERBASIS WEBSITE

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

Oleh

Nabila Hidayati NIM 09031181823013

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Sistem Informasi



Endang Lestari Ruskan, M.T  
NIP-197811172006042001

Palembang, 29 Juli 2022

Pembimbing,

Endang Lestari Ruskan, M.T  
NIP 197811172006042001

## **HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nabila Hidayati

NIM : 09031181823013

Program Studi : Sistem Informasi Reguler (S1)

Judul Skripsi : Penerapan E-CRM Pada CV. Harum Jaya Dengan Menggunakan

Metode *Framework of Dynamic CRM Berbasis Website*

Hasil Pengecekan *Software iThenticate / Turnitin* : 10%

Menyatakan bahwa laporan skripsi saya merupakan hasil karya 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, 29 Juli 2022



Nabila Hidayati  
NIM. 09031181823013

## HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 13 Juli 2022

Nama : Nabila Hidayati

NIM : 09031181823013

Judul : Penerapan E-CRM Pada CV. Harum Jaya Dengan  
Menggunakan Metode *Framework of Dynamic CRM Berbasis Website*

Komisi Penguji :

1. Ketua : Ari Wedhasmara, M.TI.
2. Pembimbing : Endang Lestari Ruskan, M.T.
3. Penguji I : Pacu Putra, M.CS.
4. Penguji II : Bayu Wijaya Putra, M.Kom.



Mengetahui,  
Ketua Jurusan Sistem Informasi,



Endang Lestari Ruskan, M.T.  
NIP. 197811172006042001

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO :**

끌난 거는 잊고, 내일 거 잘 보자

(Forget what's over, let's see for tomorrow)

- Webtoon “30 Minute Walk”

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

- Diri Sendiri
- Orang tua dan kakak tercinta
- Seluruh sahabat dan teman
- Almamater, Universtas Sriwijaya

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur tak hentinya penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya lah penulis bisa diberikan kesempatan untuk menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “**Penerapan E-CRM Pada CV. Harum Jaya Dengan Menggunakan Metode *Framework of Dynamic CRM Berbasis Website***”. Tugas Akhir ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.

Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, pengarahan, saran dan dukungan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya.
2. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan dukungan.
3. Kakakku, Nadya Damayanti yang selalu menyemangati dan memberikan dukungan dalam bentuk apapun.
4. Bapak Jaidan Jauhari, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
5. Ibu Endang Lestari Ruskan, M.T. selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi serta Dosen Pembimbing, yang telah memberikan banyak masukan, saran dan kritik yang sangat membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
6. Bapak Ari Wedhasmara, M.TI. selaku Ketua Komisi Pengujii beserta Bapak Pacu Putra, M.CS. dan Bapak Bayu Wijaya Putra, M.Kom.

selaku penguji dalam ujian Tugas Akhir, yang telah memberikan kritik dan saran yang membuat Tugas Akhir ini menjadi lebih baik.

7. Seluruh Dosen beserta Staff Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
8. Bapak Putera Hajar, selaku Direktur CV. Harum Jaya yang sudah memberikan banyak bantuan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
9. Saudara R. M. Farhan Rizky A. yang sudah memberikan bantuan serta dukungan dalam bentuk apapun dan selalu menemani penulis dalam proses penyelesaian Tugas Akhir.
10. Teman seperjuangan Widih-ku; Devi, Dicha, Gladys, Indri, Mahdiyah, Nabila Nanda, Poppy dan Septi yang selalu menemani penulis dari saat penulis menjadi mahasiswa baru hingga penulis menjadi mahasiswa akhir.
11. Teman seperjuangan HIMABL; Ketua pimpinan (Fandra dan Thomas), Anggota (Indra, Imam, Rahman dan Wahyu) beserta rekan PP dan KP Julian Putra yang sudah memberikan bantuan selama masa perkuliahan.
12. Keluarga BEM KM Fasilkom UNSRI Kabinet Gelora Juang, Kabinet Surya Laksana dan Kabinet Lentera Karya, yang sudah menjadi keluarga baru penulis selama masa perkuliahan.
13. Teman-teman seperjuangan Inti dan Koordinator Bidang Kabinet Lentera Karya; Aqbil, Aang, Opi, Denta, Syechan, Ditya, Sena, Titin, Ferizco, Clarina, Altundri, Febri dan Nadya yang bersama-sama berjuang menyelesaikan Tugas Akhir di tengah-tengah kesibukan organisasi.

14. Teman-teman seperjuangan Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya Angkatan 2018, terutama SINUS A; teman kelas Sistem Informasi Reguler A 2018.

Akhir kata, dalam penulisan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, 29 Juli 2022  
Penulis,

Nabila Hidayati  
NIM.09031181823013

**PENERAPAN E-CRM PADA CV. HARUM JAYA DENGAN  
MENGGUNAKAN METODE FRAMEWORK OF DYNAMIC CRM  
BERBASIS WEBSITE**

Oleh :

Nabila Hidayati  
09031181823013

Perkembangan teknologi informasi yang berkembang pesat serta adanya pandemi *covid-19* mengharuskan pelaku usaha untuk mengembangkan bisnisnya agar bisa bersaing dengan perusahaan lainnya. CV. Harum Jaya merupakan perusahaan yang bergerak di bidang percetakan, reklame dan advertising di Kota Palembang. Dalam memberikan pelayanannya, CV. Harum Jaya masih melakukan dengan cara yang cukup tradisional, yaitu dalam transaksi penjualan dan penyampaian kritik saran dilakukan dengan cara tatap muka atau datang langsung ke tempat, serta dalam pendataan pelanggan juga belum dilakukan secara maksimal dengan melakukan pencatatan manual. Maka dari itu, dilakukanlah penerapan E-CRM (*Electronic Customer Relationship Management*) menggunakan *Framework of Dynamic CRM* untuk meningkatkan pelayanan, mendukung penjualan produk dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan, melalui fitur-fitur yang terdapat di dalam sistem E-CRM, seperti transaksi secara *online*, fitur FAQ (*Favorite Answer and Question*), *broadcast email*, poin dan *livechat*.

**Kata Kunci:** *E-CRM, Framework of Dynamic CRM, Broadcast E-mail, Poin, Livechat*

**IMPLEMENTATION OF E-CRM ON CV. HARUM JAYA USING THE  
WEBSITE-BASED FRAMEWORK OF DYNAMIC CRM METHOD**

*By :*

Nabila Hidayati  
09031181823013

*The development of information technology that is growing rapidly as well as the COVID-19 pandemic requires business actors to develop their businesses to compete with other companies. CV. Harum Jaya is a company engaged in printing, billboards and advertising in the city of Palembang. In providing services, CV. Harum Jaya is still giving services in a fairly traditional way, namely in sales transactions and submitting criticism suggestions. It is done by face-to-face or in store transactions. Morevoer, the data collection of customers has not been carried out optimally because of the manual recording. Therefore, the implementation of E-CRM (Electronic Customer Relationship Management) using the Framework of Dynamic CRM is carried out to improve services, support product sales and maintain good relations with customers through the features contained in the E-CRM system such as online transactions, FAQ (Frequently Asked Question) features, email broadcasting, user points and live chat.*

**Keywords:** *E-CRM, Framework of Dynamic CRM, Broadcast E-mail, Poin, Livechat*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I <u>PENDAHULUAN</u> .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	4
1.3    Tujuan.....	4
1.4    Manfaat.....	4
1.5    Batasan Masalah.....	5
BAB II <u>TINJAUAN PUSTAKA</u> .....	6
2.1    Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 <i>Customer Relationship Management</i> .....	8
2.2.1.    Pengertian <i>Customer Relationship Management</i> .....	9
2.2.2.    Tujuan <i>Customer Relationship Management</i> .....	10
2.2.3.    Manfaat <i>Customer Relationship Management</i> .....	10

2.3	<i>Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)</i> .....	11
2.4	Metodologi Pengembangan Sistem .....	12
2.5	Metode <i>Framework of Dynamic CRM</i> .....	13
2.6	Permodelan Sistem.....	15
	<i>2.6.1 Data Flow Diagram</i> .....	15
	<i>2.6.2 Entity Relationship Diagram</i> .....	18
2.7	Website .....	19
2.8	Bahasa Pemrograman .....	20
	2.8.1 PHP .....	20
	2.8.2 MySQL .....	20
	BAB III .....	18
	METODOLOGI PENELITIAN .....	18
3.1.	Objek Penelitian .....	18
3.2.	Teknik Pengumpulan Data .....	18
	3.2.1. Jenis Data.....	18
	3.2.2. Sumber Data .....	18
3.3.	Metode Pengumpulan Data .....	23
3.4.	Metode Pengembangan Sistem .....	23
3.5.	Metode Penerapan CRM .....	25
3.6.	Analisis Sistem .....	27
3.7.	Definisi Lingkup ( <i>Scope Definition</i> ) .....	28
	3.7.1. Tujuan Penelitian .....	28
3.8.	Pernyataan Masalah dan Kesempatan .....	32
	3.8.1. Pernyataan Masalah .....	32

3.8.2. Kesempatan.....	33
3.8.3. Tabel Pernyataan Masalah.....	33
3.9. Studi Kelayakan .....	36
3.9.1. Aspek Ekonomi/Bisnis .....	36
3.9.2. Aspek Teknologi.....	36
3.9.3. Ide Solusi Tahap Awal.....	36
3.10. Analisis Kebutuhan .....	37
3.10.1. Kebutuhan Fungsional .....	37
3.10.2. Kebutuhan Non-Fungsional.....	37
3.10.3. Klafifikasi Kebutuhan .....	39
3.10.3.1. Kebutuhan Sistem .....	39
3.10.3.2. Kebutuhan Perangkat Lunak .....	39
3.11. Perancangan Sistem.....	41
3.11.1. <i>Data Flow Diagram (DFD)</i> .....	41
3.11.1.1. Diagram Konteks .....	41
3.11.1.2. DFD Level 0.....	42
3.11.1.3. DFD Level 1 Proses 3 Pengelolaan Data Produk .....	44
3.11.1.4. DFD Level 1 Proses 4 Pengelolaan Data Transaksi .....	44
3.11.1.5. DFD Level 2 Proses 1 Pada Data Produk .....	45
3.11.1.6. DFD Level 2 Proses 2 Pada Data Kategori.....	45
3.11.1.7. DFD Level 2 Proses 4 Pada Data Slider .....	46
3.11.1.8. DFD Level 2 Proses 5 Pada Data FAQ .....	46
3.11.1.9. DFD Level 2 Proses 6 Pada Data Keranjang .....	46
3.11.2. <i>Entity Relationship Diagram (ERD)</i> .....	47

3.11.3. Desain Tabel .....	47
3.11.4. Desain <i>Database</i> .....	53
3.11.5. Rancangan <i>Interface</i> .....	54
3.11.5.1. Rancangan <i>Home</i> .....	54
3.11.5.2. Rancangan <i>Login</i> .....	54
3.11.5.3. Rancangan Registrasi Pelanggan .....	55
3.11.5.4. Rancangan Halaman Produk .....	55
3.11.5.5. Rancangan Halaman Keranjang.....	55
3.11.5.6. Rancangan Halaman Pemesanan.....	56
3.11.5.7. Rancangan Halaman Pembayaran.....	57
3.11.5.8. Rancangan Halaman <i>Review</i> .....	57
3.11.5.9. Rancangan Halaman <i>About Us</i> .....	57
3.11.5.10. Rancangan Halaman <i>Home Admin</i> .....	58
3.11.5.11. Rancangan Halaman Kelola Produk Admin .....	58
3.11.5.12. Rancangan Halaman Kelola Kategori Admin.....	59
3.11.5.13. Rancangan Halaman Kelola <i>Slider</i> Admin .....	59
3.11.5.14. Rancangan Halaman Laporan .....	60
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
4.1     Hasil.....	61
4.2     Pembahasan .....	61
4.2.1 Halaman <i>Home</i> .....	61
4.2.2 Halaman <i>Login</i> .....	61
4.2.3 Halaman Registrasi Pelanggan .....	62
4.2.4 Halaman Produk .....	63

4.2.5 Halaman Keranjang .....	63
4.2.6 Halaman Pemesanan.....	64
4.2.7 Halaman Pembayaran .....	64
4.2.8 Halaman <i>Review</i> .....	65
4.2.9 Halaman <i>About Us</i> .....	66
4.2.10 Halaman <i>Home</i> Admin .....	66
4.2.11 Halaman Kelola Produk Admin.....	66
4.2.12 Halaman Kelola Kategori Admin .....	67
4.2.13 Halaman Kelola <i>Slider</i> Admin.....	68
4.2.14 Halaman Laporan.....	68
4.3 Testing (Uji Coba).....	69
<b>BAB V_KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>72</b>
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>76</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang akan dilakukan .....	6
Tabel 2.2 Notasi dan Simbol pada <i>Data Flow Diagram</i> (DFD).....	17
Tabel 2.3 Notasi dan Simbol pada <i>Entity Relationship Diagram</i> (ERD) .....	18
Tabel 3.1 Perbandingan Fitur CRM Pada Beberapa Toko Percetakan di Kota Palembang .....	28
Tabel 3.2 <i>Business Goal</i> dan <i>Project Goal</i> .....	31
Tabel 3.3 Tabel Pernyataan Masalah .....	33
Tabel 3.4 Kebutuhan Non Fungsional .....	38
Tabel 3.5 Kebutuhan Sistem .....	39
Tabel 3.6 Kebutuhan Perangkat Lunak.....	40
Tabel 3.7 Tabel Admin .....	47
Tabel 3.8 Tabel Pelanggan.....	48
Tabel 3.9 Tabel Pemesanan.....	49
Tabel 3.10 Tabel Pembayaran.....	49
Tabel 3.11 Tabel Produk .....	50
Tabel 3.12 Tabel Kategori.....	50
Tabel 3.13 Tabel <i>Review</i> .....	51
Tabel 3.14 Tabel <i>Slider</i> .....	51
Tabel 3.15 Tabel Pemesanan Produk .....	52
Tabel 3.16 Tabel Status Transaksi .....	52
Tabel 3.17 Tabel FAQ.....	53
Tabel 4.1 <i>Blackbox Testing</i> .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model <i>Waterfall</i> .....	12
Gambar 2.2 <i>Framework of Dynamic CRM</i> .....	14
Gambar 3.1 Alur <i>Framework of Dynamic CRM</i> CV. Harum Jaya.....	27
Gambar 3.2 Diagram Konteks yang Diusulkan .....	42
Gambar 3.3 Diagram Level 0.....	43
Gambar 3.4 DFD Level 1 Proses 3 Pengelolaan Data Produk.....	44
Gambar 3.5 DFD Level 1 Proses 4 Pengelolaan Data Transaksi.....	44
Gambar 3.6 DFD Level 2 Proses 1 Pada Data Produk .....	45
Gambar 3.7 DFD Level 2 Proses 2 Pada Data Kategori .....	45
Gambar 3.8 DFD Level 2 Proses 4 Pada Data Slider .....	46
Gambar 3.9 DFD Level 2 Proses 6 Pada Data Keranjang .....	46
Gambar 3.10 <i>Entity Relationship Diagram</i> .....	47
Gambar 3.11 Desain <i>Database</i> .....	53
Gambar 3.12 Rancangan <i>Home</i> .....	54
Gambar 3.13 Rancangan <i>Login</i> .....	54
Gambar 3.14 Rancangan Registrasi Pelanggan .....	55
Gambar 3.15 Rancangan Halaman Produk .....	55
Gambar 3.16 Rancangan Halaman Keranjang .....	56
Gambar 3.17 Rancangan Halaman Pemesanan.....	56
Gambar 3.18 Rancangan Halaman Pembayaran .....	57
Gambar 3.19 Rancangan Halaman <i>Review</i> .....	57
Gambar 3.20 Rancangan Halaman <i>About Us</i> .....	57
Gambar 3.21 Rancangan Halaman <i>Home Admin</i> .....	58

Gambar 3.22 Rancangan Halaman Kelola Produk Admin .....	58
Gambar 3.23 Rancangan Halaman Kelola Kategori Admin.....	59
Gambar 3.24 Rancangan Halaman Kelola <i>Slider</i> Admin .....	60
Gambar 3.25 Rancangan Halaman Laporan .....	60
Gambar 4.1 Halaman Home.....	61
Gambar 4.2 Halaman <i>Login</i> .....	62
Gambar 4.3 Halaman Registrasi Pelanggan.....	62
Gambar 4.4 Halaman Produk .....	63
Gambar 4.5 Halaman Keranjang.....	63
Gambar 4.6 Halaman Pemesanan .....	64
Gambar 4.7 Halaman Pembayaran.....	65
Gambar 4.8 Halaman <i>Review</i> .....	65
Gambar 4.9 Halaman <i>About Us</i> .....	66
Gambar 4.10 Halaman <i>Home</i> Admin.....	66
Gambar 4.11 Halaman Kelola Produk Admin .....	67
Gambar 4.12 Halaman Kelola Kategori Admin.....	67
Gambar 4.13 Halaman Kelola <i>Slider</i> Admin .....	68
Gambar 4.14 Halaman Laporan .....	68

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Lembar Wawancara.....	A-1
Lampiran 2 Form Perbaikan Ujian Komprehensif.....	B-1
Lampiran 3 Kartu Konsultasi .....	C-1
Lampiran 4 Lembar Rekomendasi Ujian Tugas Akhir.....	D-1
Lampiran 5 Surat Keterangan Pengecekan Similiarity .....	E-1
Lampiran 6 SKTA.....	F-1
Lampiran 7 <i>Log Book</i> .....	G-1

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Teknologi informasi yang ada pada saat ini merupakan hasil pengembangan teknologi terdahulu, dan akan terus berkembang seiring dengan berjalannya waktu. Perkembangan teknologi informasi berkembang dengan pesat setiap waktunya, mengikuti kebutuhan teknologi yang dibutuhkan. Pada sektor bisnis, pemanfaatan teknologi informasi sangatlah dibutuhkan agar bisnis tersebut dapat bersaing di era globalisasi, terutama saat keadaan pandemi *covid-19* ini yang mengharuskan untuk mengurangi mobilitas dan melakukan semua kegiatan dari rumah mulai dari belajar, bekerja hingga berbelanja semuanya dilakukan dari rumah. Karena itulah, kebiasaan berbelanja masyarakat Indonesia pun berubah dari konvensional (tatap muka) menjadi secara online (Putri, 2021). Hal tersebut mengharuskan para pelaku usaha untuk mencari cara agar usahanya mampu bersaing dengan usaha lainnya, baik itu dengan mengganti cara promosi ataupun menjaga hubungan dengan pelanggan dengan baik. Hubungan antara pelaku usaha dan pelanggan yang baik akan menambahkan kepercayaan pelanggan terhadap pelaku usaha dan menciptakan pelanggan yang loyal yang dapat meningkatkan penjualan.

CV. Harum Jaya merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *Advertising*, percetakan dan reklame yang berdiri tahun 2016 di Kota Prabumulih. Lalu pada tahun 2019, CV Harum Jaya memindahkan perusahannya di Kota Palembang. Produk-produk yang dihasilkan dari CV.

Harum Jaya diantaranya adalah produk-produk pembuatan *banner*/spanduk, stempel, *idcard*, *souvenir*, mencetak undangan, dan lain-lain.

Agar bisa mengikuti perkembangan teknologi, CV. Harum Jaya perlu untuk melakukan inovasi agar dapat memberikan pelayanan dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik. Salah satu inovasi yang dapat dilakukan iaah dengan penerapan Teknologi Informasi (TI) dalam kegiatan penjualan serta pelayanan untuk pelanggan, yang memberikan akses pelayanan pelanggan yang lebih optimal. Saat ini pada CV. Harum Jaya melakukan pemasaran produk melalui media sosial Instagram dan promosi *door to door*, dimana terdapat pemberian informasi produk yang kurang jelas. Sedangkan untuk pemesanan produk, pelayanan yang dilakukan adalah pelayanan secara tatap muka dengan pelanggan yang datang langsung ke tempat percetakan untuk mengetahui informasi produk dan melakukan pemesanan, yang memakan waktu dan operasional pelanggan. Untuk pendataan pelanggannya sendiri juga masih belum dilakukan secara maksimal yaitu dengan pendataan excel yang berpotensi adanya pelanggan yang tidak tercatat, dan ketidaktahuan pihak CV tentang pelanggan. Begitu pula dengan penanganan komplain produk, yang dilakukan secara tatap muka baik itu pelanggan yang datang ke CV. Harum Jaya atau dari pihak CV yang datang ke tempat pelanggan, ataupun cara lainnya yaitu melalui telepon pada jam kerja. Apabila proses ini terus berjalan, potensi penurunan penjualan dan penurunan loyalitas pelanggan dapat terjadi, karena proses transaksi yang masih tergolong tradisional dan ketidaktahuan pemilik terkait informasi tentang pelanggan. Maka dari itu, dibutuhkan sebuah sistem

E-CRM (*Electronic Customer Relationship Management*) yang diharapkan bisa mengatasi masalah-masalah yang telah ditemukan.

CRM (*Customer Relationship Management*) merupakan salah satu cara untuk mengelola relasi antara pelanggan dan perusahaan, baik itu perusahaan produk atau jasa. Seiring dengan teknologi yang terus berkembang, metode CRM juga mulai dikembangkan menjadi *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM). E-CRM merupakan CRM yang menggunakan teknologi elektronik dan berbasis online (Adlan et al., 2019).

*Framework of Dynamic CRM* menjelaskan tentang tahapan-tahapan pada pembangunan atau penerapan CRM. Pada dasarnya metode *Framework of Dynamic CRM* adalah suatu cara dimana pelaku bisnis memberikan sebuah layanan yang dapat dirasakan oleh pelanggan. *Framework of Dynamic CRM* memiliki 3 tahapan, pertama yaitu akuisisi yang bertujuan untuk memperluas jangkauan pelanggan dan mendapatkan pelanggan baru agar bisa bertambah pada sistem yang ingin dibuat. Tahap kedua yaitu retensi yang bertujuan untuk mendukung peningkatan kinerja SDM agar terjadi perubahan tata cara pelayanan pada sistem yang ingin dibuat. Terakhir, tahap ketiga yaitu extensi yang bertujuan untuk menjaga loyalitas pelanggan. (Alim, 2021).

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka penulis bermaksud untuk mengambil judul Tugas Akhir “**Penerapan E-CRM (*Electronic Customer Relationship Management*) Pada CV. Harum Jaya dengan Menggunakan Metode *Framework of Dynamic CRM* Berbasis Website**”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana penerapan E-CRM (*Electronic Customer Relationship Management*) Pada CV. Harum Jaya dengan Metode *Framework of Dynamic CRM* Berbasis *Website* dapat mendukung kegiatan penjualan produk?

## 1.3 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan analisis dan penerapan sistem E-CRM berbasis website dengan menggunakan metode *Framework of Dynamic CRM* pada CV. Harum Jaya untuk mendukung kegiatan penjualan produk dan pelayanan kepada pelanggan.

## 1.4 Manfaat

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi CV. Harum Jaya

- Dapat meningkatkan penjualan dan kualitas pelayanan pada pelanggan, serta dapat memperbarui cara pemasaran.
- Membantu dalam melakukan pendataan pelanggan dan transaksi penjualan, serta mempermudah dalam pelayanan pelanggan baru dan pelanggan lama.

### 2. Bagi Pelanggan

- Mempermudah dalam melakukan transaksi penjualan dimana pelanggan bisa melakukan transaksi tanpa harus datang langsung ke lokasi.
- Memudahkan pelanggan dalam melakukan komplain terhadap produk serta pemberian kritik dan saran.

### 3. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan pengalaman dalam menyelesaikan permasalahan dengan penerapan E-CRM dan metode *framework of dynamic CRM*.

#### 1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian pada tugas akhir ini adalah CV. Harum Jaya
2. Metode penerapan yang digunakan adalah *framework of dynamic crm*
3. Metodologi pengembangan sistem yang akan digunakan adalah *waterfall*, dan hanya sampai tahapan *implementation* dan *testing*, tidak sampai ke tahap *maintenance*.
4. Sistem E-CRM yang dibuat akan berbentuk *website* yang berisikan informasi produk. Pelanggan juga bisa bertransaksi di *website* tersebut. Bagi pelanggan yang akan bertransaksi nantinya akan melakukan registrasi akun, dimana akun tersebut bisa digunakan untuk melakukan transaksi selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adlan, R., Agustin, W., & Efendi, Y. (2019). *Rancangan Website E-CRM (Electronics Customer Relationship Management) Pada House Of Smith Pekanbaru.*
- Al Amin, I. H., & Kristanto, K. (2014). Aplikasi Customer Relationship Management (CRM) Di CV. Matahari Digital Printing Semarang. *Jurnal Ilmiah Dinamika Teknik.*
- Alim, S. (2021). Aplikasi Customer Relationship Management Menggunakan Pendekatan Framework Of Dynamic (Studi Kasus: Pt Bintang Kharisma Motor Bandar Lampung). *Jurnal Data Mining Dan Sistem Informasi*, 2(1), 10–16.
- Amalina, F. A., Aknuranda, I., & Saputra, M. C. (2018). Pengembangan Sistem Informasi E-CRM Berbasis Website pada Dinikoe Keramik. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer E-ISSN*, 2548, 964X.
- Fauzi, A., & Harli, E. (2017). Peningkatan Kualitas Pelayanan Melalui CRM dengan Metode RAD. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(1), 76–81.
- Herlyanto, D. (2020). *Sistem Electronic Customer Relationship Management Dengan Metode Item Based Collaborative Filtering Pada Toko Retail Di Yogyakarta*. universitas islam indonesia.
- Lutfi, A. (2017). Sistem Informasi Akademik Madrasah Aliyah Salafiyah Syafi’Iyah Menggunakan Php Dan Mysq. *AiTech*, 3(2), 104–112.

- Mariani, M. (2020). *Penerapan E-Crm Penjualan Sepeda Motor Bekas (Studi Kasus: Showroom Yudi Service)*. Stmik Royal Kisaran.
- MP, L., & Junianti, F. (2013). *Aplikasi Pelayanan Pemesanan Online Pada Digital Printing Ecoprint Palembang*.
- Ningrum, R. S., Dharmawan, D., & Asmanto, B. (2020). Perancangan Aplikasi Pengolahan Data Rekam Medis Berbasis Delphi 7.0 (Studi Kasus: Klinik Hadi Wijaya Kota Metro). *Jurnal Mahasiswa Ilmu Komputer*, 1(1), 10–17.  
<https://doi.org/10.24127.v1i1.121>
- Nugroho, C. C., & Santoso, N. (2015). Implementasi Perangkat Lunak Electronic Customer Relationship Management (E-Crm) Dengan Metode Framework Of Dynamic Crm (Studi Kasus Fotorentis Studio). *Seminar Informatika Aplikatif Polinema*.
- Octa, A. (2019). Literature Review: Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Bengkel Resmi Menggunakan Sistem Manajemen Pelanggan Elektronik. *Informatik : Jurnal Ilmu Komputer*, 15(1), 39.  
<https://doi.org/10.52958/iftk.v15i1.1299>
- Park, C., & Kim, Y. (2003). A framework of dynamic CRM: linking marketing with information strategy. *Business Process Management Journal*, 9(5), 652–671. <https://doi.org/10.1108/14637150310496749>
- Permatasari, D., & Firniawati. (2019). Membangun Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Website pada Testube Clothing and Digital Printing. *Chmk Nursing Scientific Journal*, 3(1), 1689–1699.
- Prasetya, P., & Lubis, R. (2021). Pembangunan Sistem Electronic Customer

- Relationship Management (E-Crm) Pt. Farhan Surya Indah. *Jupiter: Jurnal Penelitian Mahasiswa Teknik Dan Ilmu Komputer*, 1(1), 20–26.
- Puspita, D., & Sasmita. (2020). Pelatihan Pembuatan Website Pribadi Bagi Siswa SMA NU Kota Pagar Alam. *Ngabdimas*, 3(2), 68–74.  
<https://doi.org/10.36050/ngabdimas.v3i2.273>
- Putri, S. E. (2021). Analisis Perubahan Trend Pasar Pasca Pandemi. *Manajemen Bisnis Di Era Pandemi Covid-19*, 41.
- Yani, I., Tarigan, B., Sinuraya, B., Studi, P., & Informasi, S. (2019). *Sistem informasi perpustakaan stmk neumann indonesia dengan metode waterfall*. 4(November), 53–58.
- Yunitarini, R., Santoso, P. B., & Nurwarsito, H. (2012). Implementasi perangkat lunak electronic customer relationship management (E-CRM) dengan metode framework of dynamic CRM. *Jurnal EECCIS*, 6(1), 83–90.
- Zulfata, G., Wardani, N. H., & Brata, A. H. (2018). Pengembangan electronic customer relationship management (E-CRM) pada toko sepatu aneka sport malang dengan metode kerangka kerja dynamic CRM. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer E-ISSN*, 2548, 964X.