

SKRIPSI

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) UNTUK
MENINGKATKAN PELAYANAN BISNIS *FREIGHT FORWARDING*
BERBASIS WEB DENGAN MENGGUNAKAN METODE CRM-IRIS
(STUDI KASUS : PT. WAHID SARANA BENUA)**



Oleh

WAHID IBRAHIM

09031181320033

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2018

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

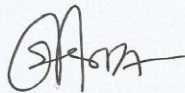
**PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)
UNTUK MENINGKATKAN PELAYANAN BISNIS FREIGHT
FORWARDING BERBASIS WEB DENGAN MENGGUNAKAN
CRM-IRIS METHODOLOGY
(STUDI KASUS : PT. WAHID SARANA BENUA)**

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

Oleh

Wahid Ibrahim 09031181320033

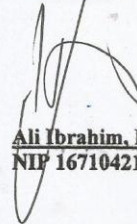
Mengetahui,
Ketua Jurusan Sistem Informasi



Endang Lestari Ruskan, M.T
NIP 197811172006042001

Indralaya, Juli 2018

Pembimbing,



Ali Ibrahim, M.T
NIP 1671042107840007

LEMBAR PERSETUJUAN

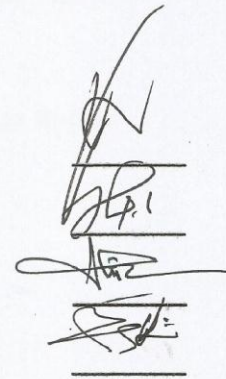
Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 9 Mei 2018

Tim Penguji

- | | |
|---------------|---------------------|
| 1. Pembimbing | : Ali Ibrahim, M.T. |
| 2. Ketua | : Ahmad Rifai, M.T. |
| 4. Penguji I | : Fathoni, MMSI. |
| 5. Penguji II | : Yadi Utama, M.Kom |



Mengetahui,
Ketua Jurusan Sistem Informasi,



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

MOTTO dan PERSEMBAHAN

MOTTO :

- *Fortis Fortuna Adiuvat (Keberuntungan hanya dimiliki oleh orang-orang yang berkuasa).*
- *Kejarlah Mimpi Dari Tetesan keringat Hingga Butiran Berlian*

Ku Persembahkan Untuk :

- *Kedua Orang Tuaku*
- *Saudara-saudariku*
- *Sahabat-sahabat Jambanista*

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wahid Ibrahim
NIM : 09031181320033
Program Studi : Sistem Informasi
Judul Skripsi : Penerapan *Customer Relationship Managemnt* (CRM) Untuk Meningkatkan Pelayanan Bisnis *Freight Forwarding* Berbasis Web Dengan Menggunakan Metode CRM-*IRIS* (Studi Kasus : PT. Wahid Sarana Benua)
Hasil Pengecekan Software *iThenticate/Turnitin* : 16 %

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

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

Palembang, Juli 2018



(Wahid Ibrahim)
NIM. 09031181320033

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah SWT, atas rahmat serta karunia yang telah diberikan, sehingga atas izin-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Penerapan *Customer Relationship Managment* (CRM) Untuk Meningkatkan Pelayanan Bisnis *Freight Forwarding* Berbasis Web Dengan Menggunakan Metode CRM-IRIS (Studi Kasus : PT. Wahid Sarana Benua)”** dapat diselesaikan sebagai syarat untuk penyelesaian studi di Program Studi Sistem Informasi pada Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.

Banyak pihak yang telah membantu penulis dalam melaksanakan dan menyusun skripsi ini. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan dan hidayah kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Kedua Orangtua yang sangat berjasa kepada penulis, ayah penulis Helmi Basyarudin dan Ibu penulis Elvi Rahmi.
3. Saudara-Saudari penulis, Faturrahman dan Rindu Salsa.
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 Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.

6. Bapak Ali Ibrahim, M.T selaku dosen Pembimbing , terima kasih atas saran, bantuan, waktu dan semua yang telah ibu berikan sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat dari Jambanista Aldo, Ari, Burhan, Elen, Fadly, Koko, Micha, Oka, Rezky, Renda, Rizka, Rolly, Sispan, Ujek, Vivi. Terimakasih wak-wak.
8. Teman-teman yang ada di Palembang terkhusus Risty Nuranisa yang telah membantu dan menghibur penulis selama penulisan skripsi ini.
9. Teman-teman Sistem Informasi angkatan 2013, terima kasih atas saran, bantuan, motivasi dan semua yang kalian berikan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dalam segi penulisan maupun isinya. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritikan serta saran yang membangun untuk Skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pihak..

Indralaya, Juli 2018

Wahid Ibrahim

ABSTRAK

Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) Untuk Meningkatkan Pelayanan Bisnis *Freight Forwarding* Berbasis Web Dengan Menggunakan Metode CRM-IRIS (Studi Kasus : PT. Wahid Sarana Benua)”

Oleh

Wahid Ibrahim 09031181320033

Meningkatnya persaingan bisnis antara pengusaha ekspedisi muatan kapal laut (EMKL) saat ini menjadikan perusahaan harus disiplin dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, sehingga perusahaan dapat menjalin hubungan bisnis yang baik terhadap pelanggan. *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan suatu strategi untuk mempertahankan suatu hubungan dengan pelanggan untuk mendapatkan hasil yang maksimal serta menjalin hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan mereka. Setiap pelanggan yang ingin diperlakukan berbeda sesuai dengan kebutuhan. *Customer Relationship Management* atau manajemen hubungan pelanggan adalah sebuah usaha dari perusahaan untuk memfokuskan memperbaiki hubungan dengan pelanggan, dilakukan dengan mengumpulkan segala bentuk interaksi dengan pelanggan baik melalui telpon, email, website atau CRM. CRM adalah sebuah strategi bisnis untuk dapat mempertahankan pelanggan atau strategi suatu perusahaan untuk mengelola hubungan dengan para pelanggan secara efektif.

Kata Kunci : Penerapan CRM Pada Bisnis *Freight Forwarding* Pada PT. Wahid

Sarana Benua

ABSTRACT

Application of Customer Relationship Management (CRM) to Improve Business Services of Web Based Freight Forwarding Using CRM-IRIS Method (Case Study: PT Wahid Sarana Continent) "

By

Wahid Ibrahim 09031181320033

Increased business competition between shiploader shipping entrepreneurs (EMKL) currently makes the company must be disciplined in improving customer loyalty, so the company can establish good business relationships to customers. Customer Relationship Management (CRM) is a strategy to maintain a relationship with customers to get maximum results and establish long-term relationships between companies and their customers. Every customer who wants to be treated is different as needed. Customer Relationship Management or customer relationship management is a business of the company to focus on improving customer relationships, done by collecting all forms of interaction with customers either via phone, email, website or CRM. CRM is a business strategy to keep a customer or a company's strategy to effectively manage relationships with customers.

Keywords : Application of CRM On Freight Forwarding Business At PT. Wahid Sarana Continent

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan.....	6
1.3 Manfaat.....	6
1.4 Batasan Masalah.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Profil PT. Wahid Sarana Benua.....	8
2.2 Konsep Sistem Informasi	9
2.3 <i>Customer Relationship Management</i>	12
2.4 Komponen Customer Relationship Management.....	28
2.5 Tujuan Customer Relationship Management	29
2.6 <i>Data Flow Diagram (DFD)</i>	30
2.7 <i>Entity Relationship Diagram (ERD)</i>	32

2.8	MySQL.....	32
2.10	Website.....	33
2.11	Pemesanan.....	18
2.12	Transportasi.....	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		36
3.1	Lokasi Penelitian.....	36
3.2	Metode Pengumpulan Data.....	36
3.3	Metode Pengembangan Sistem.....	37
3.4	Manajemen proyek.....	24
3.4.1	Tujuan penelitian.....	24
3.4.2	Gambaran penelitian.....	24
3.4.3	Pernyataan masalah dan <i>opportunities</i>	26
3.4.3.1	Pernyataan masalah-----	26
3.4.3.2	<i>Opportunities</i> -----	28
3.4.3.3	Tabel pernyataan masalah-----	29
3.4.4	Keterbatasan proyek-----	30
3.4.4.1	<i>Business constrains</i> -----	30
3.4.4.2	<i>Technology constrains</i> -----	30
3.4.5	Ide solusi tahap awal-----	30
3.4.6	Ruang lingkup awal proyek -----	31
3.5	Definisi kerangka proyek -----	31
3.6	Mendefinisikan strategi pelanggan-----	32
3.6.1	Mendefinisikan pelanggan-----	32
3.7	Mendefiniikan sistem penilaian hubungan pelanggan-----	32
3.8	Peta proses -----	32
3.8.1	Ishikawa diagram -----	32
3.8.2	Analisa proses bisnis-----	36
3.8.3	Analisis kebutuhan sistem -----	37
3.8.4	Perancangan logika-----	38

3.8.5	Desain fisik -----	45
3.8.5.1	PDFD -----	46
3.9	Perancangan perangkat lunak -----	48
3.10	<i>Database design</i> -----	48
3.10.1	Skema <i>database</i> -----	48
3.11	Perancangan antar muka -----	53
3.11.1	Perancangan halaman home dan profil pengunjung -----	53
3.11.2	Perancangan halaman visi misi dan kontak pengunjung -----	54
3.11.3	Perancangan halaman login-----	55
3.11.4	Perancangan halaman profil pelanggan -----	55
3.11.5	Perancangan halaman transaksi pelanggan -----	56
3.11.6	Perancangan halaman tambah transaksi-----	56
3.11.7	Perancangan halaman daftar mobil -----	57
3.11.8	Perancangan halaman kritik/saran-----	57
3.11.9	Perancangan halaman FAQ-----	58
3.11.10	Perancangan halaman daftar transaksi admin -----	58
3.11.11	Perancangan halaman daftar pelanggan admin -----	59
3.11.12	Perancangan halaman daftar mobil admin-----	60
3.11.13	Perancangan halaman tambah daftar mobil admin-----	60
3.11.14	Perancangan halaman kritik/saran-----	61
3.11.15	Perancangan halaman FAQ-----	61
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN-----		63
4.1	Hasil-----	63
4.1.1	Interface diagram-----	63
4.1.1.1	Halaman home dan profile pengunjung-----	63
4.1.1.2	Halaman visi misi dan kontak pengunjung-----	63
4.1.1.3	Halaman login-----	63

4.1.1.4 Halaman profile pelanggan -----	63
4.1.1.5 Halaman transaksi pelanggan -----	64
4.1.1.6 Halaman tambah transaksi pelanggan -----	65
4.1.1.7 Halaman daftar mobil pelanggan -----	65
4.1.1.8 Halaman kritik/saran pelanggan -----	66
4.1.1.9 Halaman FAQ pelanggan -----	66
4.1.1.10 Halaman daftar transaksi admin -----	67
4.1.1.11 Halaman daftar pelanggan admin -----	68
4.1.1.12 Halaman daftar mobil admin -----	68
4.1.1.13 Halaman tambah data mobil admin -----	68
4.1.1.14 Halaman kritik/saran admin -----	68
4.1.1.15 Halaman FAQ admin -----	69
4.2 Pembahasan -----	70
4.2.1 Kelebihan -----	70
4.2.2 Kekurangan -----	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Proses transaksi pemesanan kendaraan kurang efisien -----	33
Gambar 3.2 Proses transaksi jasa yang ditawarkan kurang efektif-----	34
Gambar 3.3 Terjadinya kesalahan proses pembuatan laporan transaksi -----	35
Gambar 3.4 DFD Diagram sistem lama -----	36
Gambar 3.5 ERD dari sistem yang diusulkan -----	40
Gambar 3.6 Diagram Kontekstual sistem yang diusulkan -----	41
Gambar 3.7 DFD Level 0 -----	43
Gambar 3.8 DFD Level 1 -----	44
Gambar 3.9 DFD yang diusulkan-----	45
Gambar 3.10 PDFD Kelola data kendaraan -----	47
Gambar 3.11 PDFD Kelola Komentar-----	47
Gambar 3.12 Skema Database -----	49
Gambar 3.13 Perancangan Halaman home dan pengunjung -----	54
Gambar 3.14 Perancangan Halaman visi dan misi -----	54
Gambar 3.15 Perancangan Halaman Login-----	55
Gambar 3.16 Perancangan Halaman Profile Pelanggan-----	55
Gambar 3.17 Perancangan Halaman Transaksi Pelanggan -----	56
Gambar 3.18 Perancangan Halaman Transaksi -----	57
Gambar 3.19 Perancangan Halaman Daftar Mobil-----	57
Gambar 3.20 Perancangan Halaman Kritik/saran -----	58
Gambar 3.21 Perancangan Halaman FAQ-----	58
Gambar 3.22 Perancangan Halaman Daftar Transaksi admin -----	59
Gambar 3.23 Perancangan Halaman Daftar Admin-----	59
Gambar 3.24 Perancangan Halaman daftar admin -----	60
Gambar 3.25 Perancangan Halaman Tambah daftar Mobil -----	60
Gambar 3.26 Perancangan Halaman Kritik/saran Admin-----	61

Gambar 3.27 Perancangan Halaman FAQ Admin -----	61
Gambar 4.1 Halaman Home dan pengunjung -----	62
Gambar 4.2 Halaman Visi misi kontak pengunjung -----	63
Gambar 4.3 Halaman Login -----	63
Gambar 4.4 Halaman Profile Pelanggan -----	64
Gambar 4.5 Halaman Transaksi Pelanggan-----	64
Gambar 4.6 Halaman Tambah transaksi pelanggan-----	65
Gambar 4.7 Halaman Daftar Mobil Pelanggan -----	65
Gambar 4.8 Halaman Kritik/Saran pelanggan -----	66
Gambar 4.9 Halaman FAQ Pelanggan-----	66
Gambar 4.10 Halaman Data Transaksi Admin-----	67
Gambar 4.11 Halaman Daftar Pelanggan Admin-----	67
Gambar 4.12 Halaman Daftar Mobil Admin -----	68
Gambar 4.13 Halaman Tambah Data Mobil Admin -----	68
Gambar 4.14 Halaman Kritik/Saran Admin -----	69
Gambar 4.15 Halaman FAQ Admin -----	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Simbol-simbol DFD (Data Flow Diagram)-----	15
Tabel 2.2 Simbol-simbol ERD-----	16
Tabel 3.1 Tujuan Proyek -----	24
Tabel 3.2 Pernyataan Masalah -----	29
Tabel 3.3 Tabel pelanggan -----	49
Tabel 3.4 Tabel <i>user</i> -----	50
Tabel 3.5 Tabel Jenis mobil-----	51
Tabel 3.6 Tabel mobil-----	51
Tabel 3.7 Daftar barang transaksi-----	52
Tabel 3.8 Tabel kritik saran-----	52
Tabel 3.9 Tabel Pembayaran -----	52
Tabel 3.10 Tabel Transaksi -----	53

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Customer Relationship Management (CRM) merupakan suatu strategi untuk mempertahankan suatu hubungan dengan pelanggan untuk mendapatkan menguntungkan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan mereka. Setiap pelanggan yang ingin diperlakukan berbeda sesuai dengan kebutuhan. Itulah sebabnya banyak perusahaan mulai menggunakan CRM sebagai

cara untuk mempertahankan suatu hubungan dengan pelanggan (Andreani & Lie, 2012).

Customer Relationship Management atau manajemen hubungan pelanggan adalah sebuah usaha dari perusahaan untuk memfokuskan memperbaiki hubungan dengan pelanggan, dilakukan dengan mengumpulkan segala bentuk interaksi dengan pelanggan baik melalui telpon, email, website atau CRM. CRM adalah sebuah strategi bisnis untuk dapat mempertahankan pelanggan atau strategi suatu perusahaan untuk mengelola hubungan dengan para pelanggan secara efektif (Kumaladewi & Hastiani, 2013). Namun, pada dasarnya CRM merupakan suatu cara untuk menganalisa perilaku pelanggan yang dimiliki perusahaan, dimana melalui hasil analisa tersebut, perusahaan dapat menentukan cara bagaimana agar dapat melayani para pelanggannya secara lebih personal, sehingga menimbulkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

PT. Wahid Sarana Benua merupakan salah satu perusahaan swasta yang bergerak di bidang bisnis *freight forwarding*. Berdasarkan Keputusan Menteri Perhubungan No. KM/10 Tahun 1988 tentang Jasa Pengurusan Transportasi yang dimaksud dengan Jasa *Freight Forwarding* adalah sebagai berikut : “Usaha yang ditujukan untuk mewakili kepentingan pemilik barang, untuk mengurus semua kegiatan yang diperlukan bagi terlaksananya pengiriman dan penerimaan barang melalui transportasi darat, laut dan udara yang dapat mencakup kegiatan penerimaan, penyimpanan, sortasi, pengepakan, penandaan pengukuran, penimbangan, pengurusan penyelesaian dokumen, penerbitan dokumen angkutan, klaim asuransi, atas pengiriman barang serta penyelesaian tagihan dan biaya-biaya

lainnya berkenaan dengan pengiriman barang-barang tersebut sampai dengan diterimanya barang oleh yang berhak menerimanya (Kemenhub, 1998).

Perusahaan ini terletak di Jalan Purwa Sari Raya no. 78 Kecamatan Kalidoni Kota Palembang. Sejak tahun 2015 persaingan bisnis *freight forwarding* meningkat, pertumbuhan pasar transportasi dan logistik Indonesia diperkirakan akan menembus angka Rp2.100 triliun atau tumbuh 14-14,7%. Hal itu terjadi karena makin membesarnya kebutuhan domestik terhadap sejumlah komoditi dan barang (Nussa, 2015). Untuk dapat mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis, PT. Wahid Sarana Benua harus bisa meningkatkan nilai kualitas perusahaan, yaitu dengan cara menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Namun sampai saat ini, pengelolaan hubungan dengan pelanggan masih dinilai kurang baik karena proses bisnis yang berjalan saat ini dinilai belum mampu memberikan pelayanan yang maksimal atau baik kepada pelanggan.

Pada PT. Wahid Sarana Benua saat ini belum menggunakan strategi pendekatan dengan pelanggan. Strategi bisnis pada PT. Wahid Sarana Benua saat ini adalah memberikan penawaran kepada suatu perusahaan proyek untuk menggunakan jasa *freight forwarding* dari PT. Wahid Sarana Benua, penawaran yang dilakukan dengan menggunakan proposal yang menjadi biaya tambahan untuk dapat mencari pelanggan dengan menggunakan cara tersebut. PT. Wahid Sarana Benua ini juga belum menggunakan sistem yang terkomputerisasi atau masih menggunakan pembukuan yang dilakukan secara manual dalam proses pembuatan laporan, sistem pembuatan laporan ini bisa dinilai belum cukup baik karena sistem itu masih memiliki banyak kekurangan diantaranya seperti catatan hilang dan rusak.

PT. Wahid Sarana Benua saat ini belum menggunakan *Customer Relationship Management* menggunakan sistem online atau menggunakan website dalam mempromosikan jasa yang telah disediakan. Hal ini memungkinkan pelanggan sulit untuk mendapatkan informasi mengenai jasa yang dimiliki PT. Wahid Sarana Benua, sulitnya pelanggan dalam mencari informasi mengenai jasa yang disediakan oleh PT. Wahid Sarana Benua. Hal ini bisa menjadi kekurangan sendiri bagi perusahaan, karena pelanggan menginginkan proses secara cepat dalam memenuhi kebutuhan dari keinginan pelanggan dalam pelayanan.

Meningkatnya kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam memperoleh layanan yang semakin menyeluruh atau kompleks, suatu perusahaan tidak hanya menyediakan suatu jasa atau produk dengan kualitas yang baik, namun juga mampu memenuhi segala harapan pelanggan untuk dapat mempercepat mengetahui informasi mengenai jasa yang ditawarkan dan mempercepat proses transaksi pada PT. Wahid Sarana Benua. Oleh karena itu, diperlukan sistem dengan konsep *CRM (Customer Relationship Management)* di dalamnya dan sebuah teknologi yang mendukung penerapan *CRM* dengan berbasis *website*. Penerapan *CRM* pada sistem ini adalah dengan mencatat semua data diri pelanggan dan data produk, data pemesanan produk, data produk, data FAQ (*Frequently Asked Question*) dan data laporan. Dengan diimplementasikan *CRM* dengan berbasis *website* pada sistem ini digunakan untuk media penyebaran informasi ke pelanggan berupa informasi jenis-jenis produk yang ada, informasi pemesanan, informasi promosi produk beserta transaksi pembayaran dan sebagai sarana bagi pelanggan untuk memberikan saran dan keluhan terhadap pelayanan

yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Jenis-jenis Customer relationship Management.

1. Operational CRM

yaitu CRM yang dijalankan pada sisi dimana interaksi dengan pelanggan terjadi. Interaksi ini bisa saja dengan tatap muka, ataupun dengan online aplikasi web.

Ciri-ciri :

1. Menekankan pada transaksi yang menguntungkan. Fokus pada mencari pelanggan baru.
2. Melakukan pengukuran pada kepuasan pelanggan.
3. Terstruktur berdasarkan fungsi dan unit produk.
4. Interaksi kepada pelanggan dilakukan secara proaktif

2. Analytical CRM

1. yaitu CRM yang dijalankan di sisi back office dengan tujuan melakukan analisis dari apa yang terjadi pada saat interaksi dengan pelanggan terjadi. Khusus untuk kelompok CRM ini diperlukan teknologi yang mempermudah pengumpulan data dan analisisnya.

2. Ciri-ciri :

3. Menekankan pada nilai jangka panjang pelanggan. Fokus pada bagaimana mempertahankan pelanggan.
4. Melakukan pengukuran pada nilai pelanggan dan loyalitas
5. Terstruktur berdasarkan informasi dari pelanggan.
 - a. Interaksi kepada pelanggan dilakukan secara personal dan "real time"
6. Aktifitas utama Konsep CRM adalah sebagai berikut :
 - i. Membangun database pelanggan yang kuat
7. Database pelanggan kuat merupakan merupakan kunci utama pelaksanaan CRM
8. 2. Membuat profil dari setiap pelanggan

9. Pembuatan profil yang dapat menyangkut segala aktifitas yang dilakukan mengenai penggunaan produk dan layanan perusahaan.
10. 3. Analisis profitabilitas dari tiap-tiap pelanggan
11. Ada 2 hal yang dinilai dari pelanggan yaitu penerimaan (revenue) dan biaya(cost).
12. 4. Interaksi dengan pelanggan yang lebih targeted dan customized
13. Program customer retention menjadi salah satu inti utama dari aktifitas CRM.

Collaborative CRM

Berhubungan dengan seluruh komunikasi yang dibutuhkan, koordinasi, kolaborasi antara penjual dan pembeli.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mencoba untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) UNTUK MENINGKATKAN PELAYANAN BISNIS FREIGHT FORWARDING BERBASIS WEB DENGAN MENGGUNAKAN CRM-IRIS METHODOLOGY (STUDI KASUS : PT. WAHID SARANA BENUA).*”**

1.2 Tujuan

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Menganalisa masalah dan kelemahan yang dihadapi oleh PT. Wahid Sarana Benua khususnya pelayanan kepada pelanggan untuk mempertahankan loyalitas dari pelanggan.
2. Menerapkan konsep CRM di sistem informasi perusahaan tersebut dan menggunakan website untuk dijadikan sebagai dasar mendukung peningkatan pelayanan terhadap pelanggan.

1.3 Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Dengan menggunakan penerapan konsep CRM, PT. Wahid Sarana Benua akan lebih mudah, lebih cepat dan juga lebih efisien dalam kegiatan operasional dan memberikan pelayanan kepada pelanggan.
2. Dapat membantu perusahaan PT. Wahid Sarana Benua untuk dapat menjaga dan meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan dengan menggunakan CRM berbasis web yang didapat menjalin hubungan baik dalam jangka panjang dengan pelanggan.
3. Dapat mempertahankan loyalitas pelanggan agar tetap terus setia melakukan menggunakan jasa PT. Wahid Sarana Benua.
4. Memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan maupun calon pelanggan dalam hal pemberian informasi yang lebih lengkap dan *up-to-date* pada PT. Wahid Sarana Benua.
5. Memudahkan pelanggan dalam menyampaikan saran, kritik dan pertanyaan.

1.4 Batasan Masalah

Untuk menghindari agar permasalahan tidak melebar terlalu luas, penulis membatasi bahwa penelitian dilakukan di PT. Wahid Sarana Benua, sistem yang diteliti adalah sebagai berikut :

1. Perancangan aplikasi CRM yang dibuat mencakup proses pendaftaran pelanggan, pemesanan produk beserta transaksi pembayarannya, promosi produk, pelayanan pelanggan melalui forum diskusi sehingga pelanggan dapat menyampaikan pertanyaan (keluhan, kritik, saran).

2. Pelanggan yang melakukan pemesanan jasa transportasi merupakan perwakilan dari perusahaan yang melakukan pemesanan jasa transportasi.
3. Dalam melakukan transaksi pembayaran maka pembayaran tersebut dianggap sesuai dengan jumlah harga yang harus di bayar dan validasi.
4. Pembayaran dilakukan di sisi admin untuk melihat apakah pembayaran tersebut benar atau tidak.
5. Metodologi pengembangan sistem yang digunakan adalah *CRM-IRIS Methodology*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, Siti. 2006. *Transportasi Publik dan Aksesibilitas Masyarakat Perkotaan*. Jurnal Publik Universitas Airlangga.
- Andreani, Fransisca, Yesslyn dan Lie Chen. 2012. *The Influence Of Customer Relationship Management (CRM) on Customer Loyalty In Jw Marriott Hotel Surabaya*. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol.14, No. 2, September 2012: 156-163. [online] tersedia di <http://http://jurnalmanajemen.petra.ac.id> (diakses pada 8 Agustus 2017)
- Chalmeta, R. 2006. *Methodology for Customer Relationship Management*. The Journal of Systems and Software.
- J. Dewanto. 2004. *Planning Planning Analysis Analysis Detailed Detailed System System Design Design Implementation Implementation Maintenance Maintenance Syst. Dev. Life Cycle Dengan Beberapa Pendekatan*. Jurnal FASILKOM Vol.2 No.1, 1 Maret 2004.
- Dyantina, Ovi, Afrina dan Ali Ibrahim. 2012. *Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN)*. Jurnal Sistem Informasi (JSI), VOL. 4, NO. 2, Oktober 2012.
- Kemenhub RI. 1998. Keputusan Menteri Perhubungan No. KM/10 Tahun 1988 Tentang *Jasa Pengurusan Transportasi*. Jakarta: Kementerian Perhubungan RI.
- Kristanto, Andri. 2007. *Perancangan Sistem Informasi dan aplikasinya*. Gava Media :Yogyakarta.
- Kumaladewi, Nia. Suci Ratnawati dan Novi Hastiani. 2013. *Rancang Bangun Sistem Informasi Customer Relationship Management (CRM) Airport Special Assistance (Studi Kasus: PT. Jasa Angkasa Semesta,Tbk)*. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI). [online] tersedia di <https://media.neliti.com> (diakses pada 8 Agustus 2017)
- Kundre, Albertus Januaris. 2013. *Penerapan Customer Relationship Management Dengan Dukungan Teknologi Informasi Pada Po. Chelsy*. Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia 2013 STMIK AMIKOM Yogyakarta, 19 Januari 2013, ISSN: 1979.
- Laudon, Kenneth C. dan Carol Guercio, Traver. 2014. *Website: Business, Technology, Society*. Pearson Education.
- Mujiastuti, Ruli. 2014. *Aplikasi Customer Relationship Management (CRM) Dengan Metode Framework Dynamic CRM*. Jurnal Teknologi Vol. 6 No. 1 Januari 2014 ISSN 2085-1669.

- Nurasiah. 2014. *Perencanaan Pengembangan Sistem Informasi Pembayaran Uang Kuliah Dengan Metode SDLC Waterfall*. Jurnal Teknologi dan Rekayasa, Volume 19 No. 3, Desember 2014.
- Nussa, Yasir. 2015. *Masa Depan Perdagangan Antarpulau Kekuatan Pasar Dalam Negeri di Era Persaingan Global*. Jakarta: Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri.
- Putra, Aditia. 2014. *Penerapan Customer Relationship Management pada Sistem Informasi Layanan Akademik dengan Menggunakan CRM-IRIS Methodology (Studi kasus SMAN 4 Palembang)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Komputer: Universitas Sriwijaya.
- Putri. Wita A. 2012. *Pemanfaatan Aplikasi Rekap Tagihan Koperasi Telkom Research And Development Center (Koppegtel Rdc) Berbasis Website*. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Aplikasi 15-16, Juni 2012 ISSN 1907-5022.
- Riawenny, Lesly. 2011. *Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi E-Business Berbasis Customer Relationship Managemen (Studi Kasus: CV.Cipta Mahakarya)*. Skripsi. Fakultas Sains dan Teknologi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Setyani, Lintang Ayu. 2014. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Griya Kecantikan Aura Kota Semarang)*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis: Universitas Diponegoro Semarang.
- Whitten. Jeffrey, L, etc. 2004. *System Analysis and Design Methods*. The McGraw-Hill Companies, Inc.