

**TUGAS AKHIR**

**PENERAPAN CUSTOMER *RELATIONSHIP MANAGEMENT* PADA  
INTERYASA MENGGUNAKAN METODE *FRAMEWORK OF DYNAMIC***



Oleh

**Chevie Andrean Fannia  
NIM 09031481619021**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI**

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2018**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENERAPAN CUSTOMER *RELATIONSHIP MANAGEMENT* PADA INTERYASA  
MENGUNAKAN METODE *FRAMEWORK OF DYNAMIC*

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Penyelesaian  
Studi di Program Studi Sistem Informasi SI

Oleh

Chevie Andean Fannia  
NIM 09031481619021

Palembang, Juli 2018

Pembimbing I



Ken Ditha Tania, S.Kom., M.Kom  
NIP. 198507182012122003



Universitas Muhammadiyah Palembang  
Fakultas Sistem Informasi  
Jurusan Sistem Informasi  
Endang Lestari Ruskan, M.T  
NIP. 197811172006042001

## HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Chevie Andrean Fannia  
NIM : 09031481619021  
Program Studi : Sistem Informasi Profesional  
Judul Skripsi : **PENERAPAN *CUSTOMER RELATIOSHIP MANAGEMENT* PADA INTERYASA MENGGUNAKAN METODE FRAMEWORK OF DYNAMIC**

Hasil Pengecekan *Software iTemticut/Turnitin* : 16%

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

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

Palembang, Juli 2018



**Chevie Andrean Fannia**

**NIM. 09031481619021**

HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Rabu

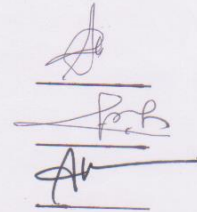
Tanggal : 25 Juli 2018

Tim Penguji :

1. (Ketua) Pembimbing : Ken Ditha Tania, S.Kom., M.Kom

2. Anggota I : Dr. Ermatita, M.Kom.

3. Anggota II : Allsela Meiriza, M.T.



Mengetahui,  
Ketua Jurusan Sistem Informasi



Endang Lestari Ruskan, M.T  
NIP. 197811172006042001

## HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

- *Cukuplah Allah (menjadi penolong) bagi kami dan Dia sebaik-baiknya pelindung (QS.Ali Imran:173)*
- *There's nothing happy about having your fate decided for you! You have to grab your own happiness!*
- *You have three choices, you can give up, give in or give it your all. (Lucy Heartfilia)*

### Kupersembahkan Kepada :

- *Allah SWT*
- *Orang Tuaku*
- *Saudaraku*
- *Keluargaku*
- *Almamaterku*

## ABSTRAK

### **PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* PADA INTERYASA MENGGUNAKAN METODE *FRAMEWORK OF DYNAMIC***

Oleh

**Chevie Andrean Fannia**

**09031481619021**

Interyasa merupakan perusahaan yang kegiatan utamanya bergerak di bidang perdagangan yang menjual barang elektronik dan furnitur. Interyasa sendiri masih mengalami beberapa masalah yang terjadi di dalam perusahaan diantaranya adalah teknologi manual, informasi mengenai detail produk masih kurang menyebabkan pemilik mengalami kesulitan dalam meningkatkan penjualan. Untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan terhadap pelanggan, maka konsep yang dirasa mampu mengatasinya adalah dengan menerapkan CRM (*Customer Relationship Management*), Salah satu metode pada CRM adalah metode *Framework of Dynamic, framework* ini menjelaskan serangkaian tahapan pada pembangunan dan penerapan CRM, tujuan penggunaannya adalah membuat sistem penjualan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan, memberikan info detail produk, dan transaksi pembelian secara *online*, sehingga penjualan pada perusahaan dapat meningkat dan juga memberikan pelayanan yang baik agar pelanggan merasakan kenyamanan dalam bertransaksi dan pada akhirnya akan menjadi loyal kepada perusahaan, dengan loyalnya pelanggan maka akan memberikan keuntungan tersendiri pada perusahaan.

**Kata Kunci :** *Customer Relationship Management, Framework of Dynamic, Sistem Penjualan, Interyasa*

**ABSTRACT**

**IMPLEMENTATION OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT IN  
INTERYASA USING FRAMEWORK OF DYNAMIC METHOD**

**By**

**Chevie Andrean Fannia**

**09031481619021**

*Interyasa is a company whose main activity is engaged in trading that sells electronic goods and furniture. Interyasa itself is still experiencing some problems that occur in the company such as manual technology, information on product details is still less cause the owner has difficulty in increasing sales. To improve sales and service to customers, the concept that can handle it is by implementing CRM (Customer Relationship Management), One of the methods on CRM is Framework of Dynamic method, this framework describes a series of stages on the development and application of CRM, the purpose of its use is to make sales system to know the needs and desires of customers, provide product detail details, and purchase transactions online, so that sales at the company can increase and also provide good service so that customers feel comfortable in the transaction and in the end will be loyal to the company, customers will provide its own benefits to the company.*

**Keywords:** *Customer Relationship Management, Framework of Dynamic, Sales System, Interyasa*

## KATA PENGANTAR

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan bagi Allah SWT atas rahmat, nikmat kesehatan dan nikmat iman sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul **“PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA INTERYASA MENGGUNAKAN METODE FRAMEWORK OF DYNAMIC”** Dalam melaksanakan, menyelesaikan dan menyusun laporan tugas akhir ini, melalui kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati dan tulus ikhlas, penulis, sampaikan ucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tuaku.
2. Bapak Jaidan Jauhari M.T selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Ken Ditha Tania, S,Kom.,M,Kom selaku pembimbing dalam penyusunan tugas akhir ini atas saran dan masukannya.
4. Ibu Endang Lestari Ruskan M.T selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
5. Ibu Dr. Ermatita, M.Kom. dan Ibu Allsela Meirizia, M.T. selaku penguji terima kasih atas saran, masukan, dan kritiknya.
6. Bapak Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
7. Adikku.



8. Dan teman teman seperjuangan Sistem Informasi Profesional 2106.

Semoga Allah SWT membalas kebaika dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari akan banyaknya kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan agar dimasa masa yang akan datang bisa lebih baik lagi. Akhirnya, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu. Penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan kita semua.

Palembang, Juli 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan Penelitian .....	3
1.3 Manfaat Penelitian .....	4
1.4 Batasan Masalah.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>4</b>
2.1 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	5
2.2.1 Tahapan CRM .....	6
2.2.2 Manfaat CRM .....	7
2.2.3 Jenis CRM.....	8
2.2 <i>Framework Of Dynamic</i> .....	9
2.3 Sistem.....	12
2.4 Informasi .....	14
2.4 Sistem Informasi .....	14
2.6 Sejarah INTERYASA .....	15
2.7 Struktur Organisasi INTERYASA.....	15
2.8 Perancangan Sistem .....	17

2.8.1 Diagram Konteks .....	18
2.8.2 <i>Data Flow Diagram</i> (DFD) .....	18
2.8.3 <i>Entity Relationship Diagram</i> (ERD).....	20
2.9 PHP .....	21
2.10 MySQL.....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1 Objek Penelitian.....	24
3.2 Metode Pengumpulan Data .....	24
3.2.1 Jenis Data .....	24
3.2.2 Sumber Data.....	24
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.3 Metode Pembangunan Sistem.....	26
3.4 Jenis Data .....	28
<b>BAB IV ANALISIS SISTEM .....</b>	<b>30</b>
4.1 Definisi Lingkup ( <i>Scope Defintion</i> ).....	30
4.1.1 Tujuan Pengembangan Sistem .....	30
4.1.2 Konsep Pengembangan Sistem .....	31
4.1.3 Pernyataan Masalah Kesempatan.....	32
4.1.3.1 Pernyataan Masalah .....	32
4.1.3.2 Kesempatan ( <i>Opportunities</i> ).....	33
4.1.3.3 Tabel Pernyataan Masalah .....	34
4.1.4 Hambatan Pengembangan Sistem.....	35
4.1.4.1 <i>Business Constraints</i> .....	35
4.1.4.2 <i>Technology Constraints</i> .....	36
4.1.5 Studi Kelayakan .....	36
4.1.5.1 Aspek Ekonomis dan Bisnis .....	36
4.1.5.2 Aspek Teknologi .....	37
4.1.6 Ide Solusi Tahap Awal.....	37
4.1.7 Ruang Lingkup Proyek .....	37
4.2 <i>Problem Analysis</i> (Analisis Masalah) .....	38

4.2.1 Domain Permasalahan.....	38
4.2.2 Analisis Masalah dan Kesempatan.....	39
4.2.2.1 <i>Ishikawa Diagram</i> .....	40
4.2.3 Analisis Proses Bisnis .....	42
4.2.4 Analisis Sebab Akibat dan Tujuan Perbaikan Sistem .....	43
4.3 <i>Requirement Definition</i> (Definisi Kebutuhan).....	47
4.3.1 Kebutuhan Fungsional .....	48
4.3.2 Kebutuhan Nonfungsional .....	48
4.3.3 Klasifikasi Kebutuhan.....	49
4.3.3.1 Kebutuhan Sistem .....	50
4.3.3.2 Kebutuhan Perangkat Lunak .....	50
4.3.4 Analisis Keputusan ( <i>Decision Analysis</i> ).....	52
4.3.5 Identifikasi Solusi Kandidat.....	53
4.3.6 Analisis Solusi Kandidat.....	55
4.3.7 Perbandingan Solusi Kandidat .....	56
4.3.8 Rekomendasi Solusi Kandidat .....	58
4.4 <i>System and Software Design</i> (Desain Sistem dan Perangkat Lunak) .....	58
4.4.1 Desain Proses Bisnis .....	58
4.4.2 Proses Pemesanan .....	59
4.4.3 Perancangan Logika ( <i>Logical Design</i> ).....	60
4.4.3.1 Pemodelan Proses ( <i>Data Flow Diagram</i> ) .....	60
4.4.4 Pemodelan Data ( <i>Entity Relationship Diagram</i> ).....	71
4.5 <i>Implementation and Unit Testing</i> (Implementasi dan Pengujian Unit) .....	74
4.5.1 Skema <i>Database</i> .....	74
4.5.2 <i>Data Definition Language</i> .....	75
4.5.3 Desain Antarmuka ( <i>User Interface</i> ).....	96
4.5.3.1 Rancangan Tampilan Halaman Utama .....	96
4.5.3.2 Rancangan Tampilan Halaman Register.....	97
4.5.3.3 Rancangan Tampilan Halaman Pemesanan .....	98
4.5.3.4 Rancangan Tampilan Halaman Produk.....	99

4.5.3.5 Rancangan Tampilan Halaman Informasi Pelanggan .....	99
4.5.3.6 Rancangan Tampilan Halaman Cek Transaksi .....	100
4.5.3.7 Rancangan Tampilan Halaman Admin .....	101
4.5.3.8 Rancangan Tampilan Halaman Owner .....	102
4.6 <i>Integration and System Testing</i> (Integrasi dan Pengujian Sistem).....	103
4.6.1 Hasil Uji Coba.....	104
4.6.1.1 Halaman Member Area .....	106
4.6.1.2 Halaman Cara Pemesanan.....	117
4.6.1.3 Halaman Produk Kami.....	108
4.6.1.4 Halaman Pencarian.....	109
4.6.1.5 Halaman Informasi.....	109
4.6.1.6 Halaman Daftar .....	110
4.6.1.7 Halaman Cek Transaksi .....	110
4.6.1.8 Halaman Logout.....	111
4.7 <i>Operation and Maintenance</i> (Operasi dan Pemeliharaan).....	112
4.7.1 Pengoperasian .....	112
4.7.2 Pemeliharaan .....	113
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>114</b>
5.1 Hasil .....	114
5.2 Pembahasan.....	114
5.2.1 Halaman Beranda.....	114
5.2.2 Halaman Cara Pemesanan.....	115
5.2.3 Halaman Produk.....	115
5.2.4 Halaman Informasi.....	116
5.2.5 Halaman Hubungi Kami .....	117
5.2.6 Halaman FAQ .....	118
5.2.7 Halaman Login.....	118
5.2.8 Halaman Register .....	119
5.2.9 Halaman Detail Pemesanan.....	120
5.2.10 Halaman Cek Transaksi .....	120

5.2.11 Halaman Hubungi Kami .....	121
5.2.12 Halaman Beranda Admin.....	121
5.2.13 Halaman Pemesanan .....	122
5.2.14 Halaman Produk Admin.....	123
5.2.15 Halaman Promo Admin .....	123
5.2.16 Halaman FAQ Admin .....	124
5.2.17 Halaman Komentar .....	125
5.2.18 Halaman Beranda Owner .....	126
5.2.19 Halaman Pesanan .....	126
5.2.20 Halaman Produk Owner.....	127
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>128</b>
6.1 Kesimpulan .....	128
6.2 Saran.....	128
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.2</b>	<i>Framework of Dynamic</i> .....	12
<b>Gambar 2.2</b>	Struktur Organisasi Interyasa .....	16
<b>Gambar 2.8.1</b>	Diagram Konteks (Jogiyanto, 2005).....	18
<b>Gambar 3.1</b>	Metode Pengembangan Sistem <i>Waterfall</i> .....	27
<b>Gambar 4.1</b>	<i>Ishikawa Diagram</i> masih tingginya biaya dalam operasional.....	41
<b>Gambar 4.2</b>	<i>Ishikawa Diagram</i> Pemasaran dilakukan secara manual.....	41
<b>Gambar 4.3</b>	<i>Ishikawa Diagram</i> pembeli cenderung harus datang langsung ke toko..	41
<b>Gambar 4.4</b>	<i>Ishikawa Diagram</i> kotak saran dari member yang diberikan.....	42
<b>Gambar 4.5</b>	DFD Level 0 Sistem Lama .....	61
<b>Gambar 4.6</b>	DFD Level 1 Sistem Lama .....	62
<b>Gambar 4.7</b>	Diagram Konteks Sistem Yang Diusulkan.....	63
<b>Gambar 4.8</b>	Diagram DFD Level 1 Yang Diusulkan .....	64
<b>Gambar 4.9</b>	Diagram DFD Level 2-1.0 Login Yang Diusulkan .....	66
<b>Gambar 4.10</b>	Diagram DFD Level 2-2.0 Pengelolaan Data Yang Diusulkan.....	67
<b>Gambar 4.11</b>	Diagram DFD Level 2-3.0 Pengelolaan Data Transaksi Yang Diusulkan	68
<b>Gambar 4.12</b>	Diagram DFD Level 2-4.0 Pengelolaan Laporan Yang Diusulkan .....	69
<b>Gambar 4.13</b>	<i>Entity Relationship Diagram</i> (ERD) Sistem Baru.....	73
<b>Gambar 4.14</b>	Skema <i>Database</i> .....	75
<b>Gambar 4.15</b>	Rancangan Tampilan Halaman Utama .....	96
<b>Gambar 4.16</b>	Rancangan Tampilan Halaman Register .....	97
<b>Gambar 4.17</b>	Rancangan Tampilan Halaman Cara Pemesanan .....	98
<b>Gambar 4.18</b>	Rancangan Tampilan Halaman Produk .....	99
<b>Gambar 4.19</b>	Rancangan Tampilan Halaman Informasi Pelanggan.....	100
<b>Gambar 4.20</b>	Rancangan Tampilan Halaman Cek Transaksi.....	101
<b>Gambar 4.21</b>	Rancangan Tampilan Halaman Admin.....	102
<b>Gambar 4.22</b>	Rancangan Tampilan Halaman Owner.....	102
<b>Gambar 5.1</b>	Halaman Beranda.....	114
<b>Gambar 5.2</b>	Halaman Cara Pemesanan .....	115

<b>Gambar 5.3</b> Halaman Produk .....	116
<b>Gambar 5.4</b> Halaman Informasi .....	117
<b>Gambar 5.5</b> Halaman Hubungi Kami .....	117
<b>Gambar 5.6</b> Halaman FAQ.....	118
<b>Gambar 5.7</b> Halaman Login Member.....	119
<b>Gambar 5.8</b> Halaman Register .....	119
<b>Gambar 5.9</b> Halaman Detail Pemesanan .....	120
<b>Gambar 5.10</b> Halaman Cek Transaksi.....	120
<b>Gambar 5.11</b> Halaman Informasi Hubungi Kami .....	121
<b>Gambar 5.12</b> Halaman Beranda Admin .....	122
<b>Gambar 5.13</b> Halaman Pemesanan.....	122
<b>Gambar 5.14</b> Halaman Produk Admin .....	123
<b>Gambar 5.15</b> Halaman Promo Admin .....	124
<b>Gambar 5.16</b> Halaman FAQ Admin.....	124
<b>Gambar 5.17</b> Halaman Komentar .....	125
<b>Gambar 5.18</b> Halaman Beranda Owner.....	126
<b>Gambar 5.19</b> Halaman Pesanan.....	126
<b>Gambar 5.20</b> Halaman Produk Owner .....	127



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.8.2</b>	Simbol DFD (Jogiyanto, 2005) .....	19
<b>Tabel 2.8.3</b>	Simbol dalam ERD .....	21
<b>Tabel 4.1</b>	Bussiness Goal dan Project Goal.....	31
<b>Tabel 4.2</b>	Pernyataan Masalah.....	34
Tabel 4.3	<i>Causes Effect Analysis and System Improvement Objective</i> .....	44
Tabel 4.4	Klasifikasi Kebutuhan Non Fungsional Berdasarkan kategori PIECES.....	48
Tabel 4.5	Kebutuhan Sistem .....	50
Tabel 4.6	Kebutuha Perangkat Lunak .....	51
Tabel 4.7	Kandidat Sistem Matriks.....	53
Tabel 4.8	Analisis Kelayakan Matriks .....	56
Tabel 4.9	Teknik Pengujian Blackbox .....	104
Tabel 4.10	<i>Test Case</i> Halaman <i>Client Member</i> .....	107
Tabel 4.11	<i>Test Case</i> Halaman tata Cara Pemesanan .....	108
Tabel 4.12	<i>Test Case</i> Halaman Produk Kami .....	108
Tabel 4.13	<i>Test Case</i> Halaman <i>Seacrh</i> .....	109
Tabel 4.14	<i>test Case</i> halaman Informasi .....	109
Tabel 4.15	<i>Test Case</i> Halaman Register .....	110
Tabel 4.16	<i>Test Case</i> Halaman Produk Kami .....	111
Tabel 4.17	<i>Test Case</i> Halaman <i>Logout</i> .....	111

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perekonomian dunia saat ini sangatlah berbeda dengan perekonomian dua dasawarsa yang lalu. Penyebaran informasi yang cepat merupakan suatu penyebab ketatnya persaingan antara perusahaan - perusahaan dalam bisnisnya. Para pelanggan dapat dengan mudah mengetahui informasi informasi yang mereka butuhkan tentang suatu produk tertentu. Selain itu banyaknya segmen pasar menyebabkan perusahaan haruslah mampu menetapkan segmentasi dan targeting yang benar sehingga lebih memiliki fokus usaha yang jelas. (Khairuzzaman, 2016, p. 1)

Ketatnya persaingan membuat perusahaan untuk lebih berfokus kepada apa yang diinginkan oleh konsumen. Faktor utama yang perlu dipahami oleh perusahaan adalah apakah produk yang dibuat telah memenuhi standar keinginan konsumen. Untuk memenuhi hal ini maka perusahaan harus mampu menyediakan produk dengan mutu yang baik, harga yang lebih murah, informasi produk yang lebih cepat, dan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan para pesaingnya. Dengan berkembangnya *e-bussiness* maka perusahaan harus mampu menetapkan solusi aplikasi sistem yang tepat.

Perusahaan mulai mengubah pola pikir dari orientasi keuntungan (*profit oriented*) kearah faktor faktor potensial lainnya yang belum diidentifikasi sebelumnya. Kepentingan pelanggan dan tingkat kepuasan pelanggan menjadi faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan. (Khairuzzaman, 2016, p. 1)

Interyasa merupakan perusahaan yang kegiatan utamanya bergerak di bidang perdagangan yang menjual barang elektronik dan furnitur. Tujuan utama perusahaan ini adalah untuk mencapai penjualan yang semaksimal mungkin dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Untuk mendapatkan penjualan tersebut, perusahaan berupaya untuk meningkatkan volume penjualannya dengan cara melakukan promosi dari mulut ke mulut. Seperti halnya perusahaan lain, Interyasa dalam menjalankan kegiatannya sangat tergantung dengan pihak karyawan sebagai mitra kerja untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Perusahaan dapat dikatakan baik jika memiliki pengendalian intern yang baik dan terarah. Interyasa sendiri masih mengalami beberapa masalah yang terjadi di dalam perusahaan diantaranya adalah lemahnya penilaian risiko karena dalam melakukan pembukuan masih menggunakan sistem informasi dan teknologi manual, selain itu informasi yang didapatkan oleh pembeli terhadap produk yang dijual masih belum maksimal sehingga mengakibatkan belum maksimalnya penjualan dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan sulitnya mendapatkan data-data pelanggan. Kurangnya penyebaran informasi tentang barang menyebabkan pemilik mengalami kesulitan dalam meningkatkan penjualan.

Untuk meningkatkan penjualan dan pelayanan terhadap pelanggan, maka konsep yang dirasa mampu mengatasinya adalah dengan menerapkan CRM (*Customer Relationship Management*), menurut Anastha, dkk (2014:2), *Customer Relationship Management* (CRM) adalah strategi pemasaran yang berbasis pada upaya menciptakan hubungan antara pihak perusahaan dan

pelanggan, hubungan untuk mempertahankan dan menambah pelanggan. Salah satu metode pada CRM adalah metode *Framework of Dynamic*, *framework* ini menjelaskan serangkaian tahapan pada pembangunan dan penerapan CRM, tujuan menggunakan metode *Framework Of Dynamic* adalah untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan palanggan agar dapat direspon dan dipahami, menyampaikan informasi mengenai produk secara lebih detail, info mengenai perusahaan, dan transaksi pembelian secara *online*, sehingga penjualan pada perusahaan dapat meningkat dan juga memberikan pelayanan yang baik pelanggan merasakan kenyamanan dalam bertransaksi dan pada akhirnya akan menjadi loyal kepada perusahaan, dengan loyalnya pelanggan maka akan memberikan keuntungan tersendiri pada perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis menarik kesimpulan untuk membuat sistem yang dapat menyelesaikan permasalahan pada Interyasa dengan judul “**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* PADA INTERYASA MENGGUNAKAN METODE *FRAMEWORK OF DYNAMIC*”.**

## **1.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah menerapkan metode *Framework of Dynamic* CRM pada penjualan di Interyasa agar dapat menunjang penjualan, dan memudahkan para palanggan dalam mendapatkan informasi mengenai produk sehingga meingkatkan kepuasan pelanggan.

### **1.3 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini yaitu:

- a. Manfaat bagi perusahaan:
  - Meningkatkan penjualan produk pada Interyasa
  - Memudahkan pejual dalam memberikan detail mengenai barang, sistem dan informasi perusahaan.
  - Membantu meningkatkan kualitas layanan.
- b. Manfaat bagi Mahasiswa:
  - Menerapkan ilmu yang dipelajari di bangku kuliah.

### **1.4 Batasan Masalah**

Berikut batasan masalah dalam penelitian ini:

1. Sistem yang dibangun guna meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan Interyasa.
2. Metode yang digunakan adalah *Framework Of Dynamic*
3. Keluaran yang dihasilkan merupakan sistem informasi penjualan dan data produk.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Saat ini penjualan pada Interyasa belum menerapkan metode *Framework of Dynamic*, sehingga menyebabkan kekurangan informasi dalam mengetahui kebutuhan pelanggan dan mempromosikan produk yang dimiliki. Maka dari itu, dirancanglah suatu sistem penjualan menggunakan metode *Framework of Dynamic* agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan selain itu juga sebagai sarana untuk mempromosikan produk yang bisa diakses secara lebih luas.

#### **6.2 Saran**

Disini penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat dalam proses pengembangan selanjutnya :

1. Pada pengembangan selanjutnya penulis berharap agar bila ada penelitian lagi semoga sistem dapat dikembangkan lagi untuk mengatasi kekurangan didalam aplikasi sebelumnya.
2. Diharapkan sistem ini dapat dimanfaatkan oleh pihak Interyasa sebagai pertimbangan dalam meningkatkan sistem yang lama.
3. Memberikan pelatihan kepada pengguna nantinya agar dapat menggunakan sistem ini dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin Widjaja Tunggal. 2008. Dasar – Dasar Customer Relationship Management (CRM). Jakarta : Harvindo.
- Buttle, Francis. 2007. Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan) Concept and Tools. Alihbahasa oleh Arief Subiyanto. Jakarta : Bayumedia Publishing.
- Date, C.J . 2005. Pengenalan Sistem Basisdata Jilid 2. Indeks. Jakarta.
- Gaffar, 2007. CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT. [Online] Tersedia : <https://media.neliti.com/media/publications/84471-ID-penerapan-customer-relationship-manageme.pdf>.
- Jogiyanto, H.M., 2005, Analisa dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis, ANDI, Yogyakarta
- Jogiyanto, HM. 2001. Analisis Perancangan Sistem Informasi. Andi Offset. Yogyakarta.
- Khairuzzaman, 2014. JURNAL KHATULISTIWA INFORMATIKA, VOL. 4, NO. 1 JUNI 2016. [Online] Tersedia : <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khatulistiwa/article/view/1258>.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Meyliana, 2008. Jenis-Jenis Customer Relationship Management (CRM). [Online] Tersedia : <http://www.jakartahotel.news/2017/06/jenis-jenis-customer-relationship.html>.
- Temporal, Troot. 2002. Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. [Online] Tersedia : <http://pubhtml5.com/nzin/ybnr/basic>.
- Sutabri, Tata. 2005. Sistem Informasi Manajemen, Edisi I. Yogyakarta: ANDI.