

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)
DENGAN METODE *SERVICE ORIENTED ARCHITECTURE* (SOA)
UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT. ASTRA INTERNATIONAL, TBK – HONDA
(ASTRA MOTOR INDRALAYA)**

SKRIPSI

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



Oleh

Annisa Turrahma

09031181419129

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI REGULER
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2018**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)
DENGAN METODE *SERVICE ORIENTED ARCHITECTURE* (SOA)
UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN
PADA PT. ASTRA INTERNATIONAL , TBK – HONDA
(ASTRA MOTOR INDRALAYA)**

SKRIPSI

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

Oleh

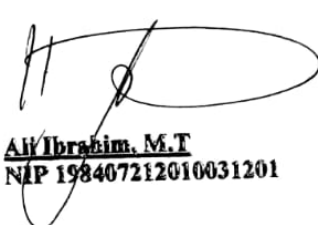
**Annisa Turrahma
NIM 09031181419129**

Disetujui,

Palembang, Juli 2018
Pembimbing,

Mengetujui
Ketua Jurusan,

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


**Ali Ibrahim, M.T
NIP 198407212010031201**

HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Sabtu

Tanggal : 28 Juli 2018

Tim Penguji :

- | | |
|-----------------|------------------------------|
| 1. Pembimbing I | : Ali Ibrahim, M.T |
| 2. Ketua | : Ari Wedhasmara, M.TI |
| 3. Anggota I | : Jaidan Jauhari, M.T |
| 4. Anggota II | : Nabila Rizky Oktadini, M.T |



Handwritten signatures of the examiners: Ali Ibrahim, Ari Wedhasmara, Jaidan Jauhari, and Nabila Rizky Oktadini.

Mengetahui
Ketua Jurusan Sistem Informasi,



Endang Lestari Ruskan, M.T
NIP-197811172006042001

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Annisa Turrahma
NIM : 09031181419129
Program Studi : Sistem Informasi
Judul Skripsi : Penerapan Customer Relationship Management
Dengan
Metode Service Oriented Architecture Untuk
Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Astra
International, Tbk – Honda (Astra Motor
Indralaya)

Hasil Pengecekan Software : 17 %

(*Ithenticate/Turnitin*)

Menyatakan bahwa laporan skripsi saya merupakan hasil karya sendiri dan bukan hasil penjiplakan/*plagiat*. Apabila ditemukan untuk penjiplakan/*plagiat* dalam laporan skripsi 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.

Indralaya, Juli
2018



Annisa Turrahma

NIM 09031181419129

HALAMAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu (dalam berbuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.”

(Al-Baqarah: 148)

Kupersembahkan ini
kepada:

- ❖ Allah SWT atas ridha,
rahmat dan hidayahNya
- ❖ JunjunganKu Nabi
Muhammad Saw
- ❖ Ayahanda dan Ibunda
tercinta
- ❖ Saudariku
- ❖ Keponakanku
- ❖ Sahabat-sahabatku
- ❖ almamaterku

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan berkat hidayah-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* Dengan Metode *Service Oriented Architecture (SOA)* Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Astra International, Tbk – Honda (Astra Motor Indralaya)”.

Dalam melaksanakan dan menyusun Skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan, bimbingan dan pengarahan dari banyak pihak. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ayahanda dan Ibunda yang selalu memberikan dukungan dan selalu mendoakan penulis dalam penyusunan Skripsi ini.
2. Saudariku Leni Masdiana, Rizkia, Nurul Komariah, S.Farm dan Marwiyah,Spd.
3. Keponakan sayang Naila Hakimah, Nadifa Aqila Zahrani dan Muhammad Aiman Syafiq yang selalu menjadi penghibur bagi penulis ketika lelah.
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 yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan kritik dalam penyusunan Skripsi ini.

7. Bapak Jaidan Jauhari, M.T., dan Ibu Nabila Rizky Oktadini, M.T., selaku Dosen Penguji.
8. Seluruh Staf dan Dosen Sistem Informasi yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
9. Bapak Dian selaku Manajer Di Dealer Astra Motor Indralaya.
10. Sahabat-sahabat penulis Othavina Siregar, Izziah Aslamiah, Ina Aisyah Handayani, Erma Novita Satyariza, Harsi Rahayu, Rizky Ramadhani Damanik, Msy Dewi Maysari, Bayu Adi Syahputra, Nurman Syah, dan Viktor Nugraha yang selalu memberikan motivasi dan semangat.
11. Teman-teman Jurusan Sistem Informasi angkatan 2014 khususnya SI Reguler A 2014.

Penulis menyadari bahwa laporan masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi menyempurnakan laporan ini. Penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan penulis.

Indralaya, Juli 2018

Annisa Turrahma
NIM. 09031181419129

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)*
DENGAN METODE *SERVICE ORIENTED ARCHITECTURE (SOA)*
UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN
PADA PT. ASTRA INTERNATIONAL TBK – HONDA
(ASTRA MOTOR INDRALAYA)**

Oleh

Annisa Turrahma

09031181419129

Abstrak

PT. Astra International Tbk – Honda (Astra Motor Indralaya) adalah perusahaan yang bergerak dibidang penjualan produk dan jasa, selama ini astra motor sering mendapatkan kendala dalam hal pemasaran karena penyampaian informasi produk yang dilakukan masih menggunakan brosur sehingga penyebarannya tidak bisa maksimal, hal tersebut juga menyebabkan penyampaian informasi ke pelanggan tidak bisa merata, kemudian sering menghadapi inden (pemesanan) yang terlalu lama baik itu motor maupun unit sparepart. Maka dari itu penulis mencoba membuat suatu Software dengan menggunakan metode Service Oriented Architecture (SOA) dengan memanfaatkan teknologi web service. SOA adalah sebuah bentuk teknologi arsitektur yang mengikuti prinsip-prinsip service orientation (berorientasi service). Hasil akhir penelitian ini adalah software berupa CRM Astra Motor Indralaya yang dapat digunakan sebagai media pemasaran yang mana dapat di akses oleh pelanggannya dimanapun dan kapanpun secara online.

Kata kunci : Customer Relationship Management, Service Oriented Architecture, web service.

**IMPLEMENTATION OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
(CRM) WITH SERVICE ORIENTED ARCHITECTURE (SOA) METHOD
TO INCREASE CUSTOMER LOYALTY IN PT. ASTRA
INTERNATIONAL TBK - HONDA
(ASTRA MOTOR INDRALAYA)**

By

Annisa Turrahma

09031181419129

Abstract

PT. Astra International Tbk - Honda (Astra Motor Indralaya) was a company engaged in the sale of products and services, Astra motor often got any problem in terms of marketing because the delivery of product information was using brochures so that the spread cannot be maximized, it also caused the delivery information to customers could not be evenly distributed, then it often face the inden (booking) too long either the motor or spare parts unit. Therefore, the author tried to make a Software using Service Oriented Architecture (SOA) method by utilizing web service technology. SOA was a form of architectural technology that follows the principles of service orientation (service-oriented). The final result of this research is software in the form of a CRM Astra Motor Indralaya which can be used as marketing media which can be accessed by its customers wherever and whenever.

Keywords: Customer Relationship Management, Service Oriented Architecture, web service

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR RUMUS	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	3
1.3 Manfaat	4
1.4 Batasan Masalah	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Pustaka	5
2.2 Profil Perusahaan	6
2.2.1 Sejarah	6
2.2.2 Visi dan Misi	7
2.2.3 Struktur Organisasi	7

2.3 Sistem Informasi	8
2.4 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	8
2.4.1 Pengertian <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	8
2.4.2 Kerangka Komponen <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	9
2.4.3 Fase <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	10
2.4.4 Tujuan <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	11
2.4.5 Manfaat <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	11
2.5 <i>Data Flow Diagram (DFD)</i>	12
2.6 <i>Entity Relationship Diagram (ERD)</i>	13
2.7 PHP	14
2.8 Basis Data	14
2.9 My SQL	14
2.10 Pengertian <i>Service Oriented Architecture (SOA)</i>	14
2.10.1 Konsep <i>Service Oriented Architecture (SOA)</i>	16
2.10.2 Prinsip-Prinsip <i>Service Oriented Architecture (SOA)</i>	17
2.10.3 Kelebihan Metode <i>Service Oriented Architecture (SOA)</i>	21
2.10.4 <i>Web Service</i>	21
2.10.5 <i>Service Oriented Architecture (SOA)</i> dan <i>Web Service</i>	22
2.10.6 Pengujian <i>Software</i>	22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	23
3.2 Metode Pengumpulan Data	23

3.2.1 Jenis Data	23
3.2.2 Pengumpulan Data	23
3.3 Penerapan <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) dengan Metode <i>Service Oriented Architecture</i> (SOA)	24
3.3.1 Tahapan Penelitian <i>Service Oriented Architecture</i> (SOA)	24
3.3.2 <i>Service Blueprint</i>	26
3.3.3 <i>Business Process</i>	31
3.3.4 Analisa Layanan Pada Sistem Pelayanan Dealer Astra Motor Indralaya	32
3.4 <i>Data Flow Diagram</i>	38
3.5 <i>Entity Relationship Diagram</i>	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 <i>Physical Data Flow Diagram</i>	48
4.2 <i>Skema Database</i>	51
4.3 Perancangan Antarmuka	52
4.3.1 Perancangan Halaman Login	52
4.3.2 Perancangan Halaman Registrasi	52
4.3.3 Perancangan Halaman Kelola Transaksi (Admin)	54
4.3.4 Perancangan Halaman Proses Transaksi (Admin)	55
4.3.5 Perancangan Halaman Proses Pembayaran (Admin)	56
4.3.6 Perancangan Halaman Kelola Data Pembeli (Admin)	56
4.3.7 Perancangan Halaman Kelola Data Kendaraan (Admin)	57
4.3.8 Perancangan Halaman Daftar Transaksi (Pengguna)	58

4.3.9 Perancangan Halaman Daftar Kendaraan (Pengguna).....	59
4.3.10 Perancangan Halaman Daftar Komentar (Pengguna)	59
4.3.11 Perancangan Halaman Menu Laporan (Manajer)	60
4.4 <i>Interface System</i>	61
4.4.1 Halaman Home.....	61
4.4.2 Halaman Login.....	62
4.4.3 Halaman Daftar Registrasi (Admin)	63
4.4.4 Halaman Daftar Transaksi (Admin).....	64
4.4.5 Halaman Proses Transaksi (Admin)	65
4.4.6 Halaman Daftar Pembayaran (Admin).....	65
4.4.7 Halaman History Pembayaran (Admin).....	66
4.4.8 Halaman Registrasi Akun (Pelanggan)	66
4.4.9 Halaman Tambah Transaksi (Pelanggan)	69
4.4.10 Halaman Form Tambah Transaksi (Pengguna).....	70
4.4.11 Halaman Transaksi Yang Sudah Di Izinkan Admin (Pengguna)	71
4.4.12 Halaman Bayar (Pengguna)	71
4.4.13 Halaman Untuk Tambah Alamat	72
4.4.14 Halaman Komentar	72
4.4.15 Halaman Laporan (Manajer)	73
4.5 Testing.....	74
4.6 Penilaian Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Pengimplementasian Web	83
4.6.1 Uji Validitas	84

4.6.2 Uji Reliabilitas	85
4.6.3 Rekapitulasi Hasil Kuesioner	87

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Struktur Organisasi	7
Gambar 2.2 Kerangka Komponen <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	10
Gambar 2.3 Pola <i>Service Oriented Architecture</i> (SOA)	15
Gambar 2.4 Ilustrasi Operations dan Services	16
Gambar 3.1 Tahapan penelitian dengan <i>Service Oriented Analysis and Design</i>	25
Gambar 3.2 <i>Service Blueprint</i>	27
Gambar 3.3 <i>Service-service</i> yang ada di Sistem Pelayanan AMI	30
Gambar 3.4 <i>Business Process</i> Untuk Registrasi Akun	31
Gambar 3.5 <i>Business Process</i> Transaksi Dan Pembayaran Pada Sistem Pelayanan AMI.....	31
Gambar 3.6 <i>Business Process</i> Unit Kendaraan Dihantar Pada Sistem Pelayanan AMI.....	32
Gambar 3.7 <i>Business Process</i> Laporan Pada Sistem Pelayanan AMI	32
Gambar 3.8 Alur Analisis Layanan Transaksi Online	33
Gambar 3.9 <i>Business Process</i> Secara Umum	34
Gambar 3.10 <i>Business Service Candidate</i>	36
Gambar 3.11 <i>Refine and apply principles of service-orientation</i>	37
Gambar 3.12 DFD Level Kontex Sistem Baru.....	38
Gambar 3.13 DFD Level 0 Sistem Baru	39

Gambar 3.14 DFD Level 1 Sistem Baru	40
Gambar 3.15 DFD Level Proses Transaksi, Pembayaran, Kelola Data Kendaraan	41
Gambar 3.16 DFD Level 1 Proses Kendaraan Dihantar Dan Proses Kelola Komentar 41	
Gambar 3.17 DFD Level 2 Proses Kelola Data Transaksi	42
Gambar 3.18 DFD Level 2 Proses Kelola Data Pembayaran.....	43
Gambar 3.19 DFD Level 2 Proses Kelola Data kendaraan, Stok Kendaraan, Dan Data Komentar.....	44
Gambar 3.20 <i>Entity Relationship Diagram</i> Sistem Baru	47
Gambar 4.1 PDFD Kelola Data Transaksi	48
Gambar 4.2 PDFD Kelola Data Pembayaran	49
Gambar 4.3 PDFD Kelola Data Kendaraan Dan Data Komentar	50
Gambar 4.4 <i>Skema Database</i>	51
Gambar 4.5 Perancangan Halaman Login.....	52
Gambar 4.6 Perancangan Halaman Registrasi	54
Gambar 4.7 Perancangan Halaman Kelola Transaksi (Admin)	55
Gambar 4.8 Perancangan Halaman Proses Transaksi (Admin).....	55
Gambar 4.9 Perancangan Halaman Proses Pembayaran (Admin)	56
Gambar 4.10 Perancangan Halaman Kelola Data Pembeli (Admin)	57
Gambar 4.11 Perancangan Halaman Kelola Data Kendaraan (Admin).....	58
Gambar 4.12 Perancangan Halaman Daftar Transaksi (Pengguna)	58
Gambar 4.13 Perancangan Halaman Daftar Kendaraan (Pengguna)	59
Gambar 4.14 Perancangan Halaman Daftar Komentar (Pengguna).....	60

Gambar 4.15 Perancangan Halaman Laporan Transaksi	60
Gambar 4.16 Halaman Home	62
Gambar 4.17 Halaman Login	62
Gambar 4.18 Halaman Daftar Registrasi.....	64
Gambar 4.19 Halaman Transaksi	64
Gambar 4.20 Halaman Proses Transaksi.....	65
Gambar 4.21 Halaman Daftar Pembayaran (Admin).....	66
Gambar 4.22 Halaman History Pembayaran (Admin)	66
Gambar 4.23 Halaman Registrasi Akun (Pelanggan)	69
Gambar 4.24 Halaman Tambah Transaksi (Pelanggan).....	69
Gambar 4.25 Halaman Form Tambah Transaksi (Pelanggan)	70
Gambar 4.26 Halaman Transaksi Yang Sudah Di Izinkan Admin (Pegguna).....	71
Gambar 4.27 Halaman Bayar	71
Gambar 4.28 Halaman Untuk Tambah Alamat.....	72
Gambar 4.29 Halaman Untuk Memberikan Komentar	73
Gambar 4.30 Halaman Laporan	73
Gambar 4.31 Bagan Pie Hasil Rekapitulasi Hasil Kuesioner.....	88

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 <i>Data Flow Diagram Symbol</i>	12
Tabel 2.2 <i>Entity Relationship Diagram</i>	13
Tabel 4.1 Teknik Pengujian <i>Black Box</i>	74
Tabel 4.2 <i>Test Case</i> Lihat dan Hapus Data Pembeli	75
Tabel 4.3 <i>Test Case</i> Proses Verifikasi Data Pembeli	75
Tabel 4.4 <i>Test Case</i> Lihat Dan Ubah Data Kendaraan	75
Tabel 4.5 <i>Test Case</i> Tambah Dan Hapus Data Kendaraan	76
Tabel 4.6 Test Lihat dan Proses Permintaan Transaksi Dari Pembeli	76
Tabel 4.7 <i>Test Case</i> Lihat Dan Cetak Invoice Transaksi	77
Tabel 4.8 <i>Tase Case</i> Lihat Dan Memproses Daftar Pembayaran	77
Tabel 4.9 <i>Test Case</i> Input Data Registrasi	77
Tabel 4.10 <i>Test Case</i> Lihat Profil.....	78
Tabel 4.11 <i>Test Case</i> Lihat Daftar Kendaraan	78
Tabel 4.12 <i>Test Case</i> Lihat Dan Tambah Transaksi	78
Tabel 4.13 <i>Test Case</i> Hapus Dan Cetak Transaksi	79
Tabel 4.14 <i>Test Case</i> Lihat Dan Tambah Pembayaran	79
Tabel 4.15 <i>Test Case</i> Lihat Dan Tambah Komentar	80
Tabel 4.16 <i>Test Case</i> Hapus Komentar	80
Tabel 4.17 <i>Test Case</i> Lihat Dan Tambah Alamat	80
Tabel 4.18 Tase Case Ubah Dan Hapus Alamat	81
Tabel 4.19 <i>Test Case</i> Lihat Dan Cetak Laporan Transaksi.....	81

Tabel 4.20 <i>Test Case</i> Lihat Dan Cetak Laporan Pembayaran.....	81
Tabel 4.21 <i>Test Case</i> Lihat Data Cetak Laporan Komentar.....	82
Tabel 4.22 <i>Test Case</i> Hapus Laporan Komentar.....	82
Tabel 4.23 Kusioner untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada pengimplemetasian web	83
Tabel 4.24 Uji Validitas	84
Tabel 4.25 Hasil Hitung Total Varians	86
Tabel 4.26 Hasil hitung Varians total.....	86
Tabel 4.27 Rekapitulasi hasil kuesioner.....	87

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 4.1 Total Varians Tiap Item.....	85
Rumus 4.2 Varians Total	86
Rumus 4.3 <i>Cronbach's Alpha</i>	87

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kartu Konsultasi Proposal Skripsi.....	A
Lampiran 2 Kartu Konsultasi Skripsi.....	B
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	C
Lampiran 4 Form Astra Motor Indralaya.....	D
Lampiran 5 Form Wawancara.....	E
Lampiran 6 Anti Plagiat.....	F
Lampiran 7 Form Perbaikan Seminar Proposal.....	G

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi sekarang yang semakin meningkat dan berkembang pesat pengaruh teknologi komputer sangatlah besar terhadap kemajuan suatu perusahaan. Karena manfaat yang diperoleh jauh lebih besar dibanding komponen atau alat lain.

Menurut (Dyantina, Afrina, & Ibrahim, 2012):

Persaingan bisnis yang ada menuntut perusahaan untuk cermat dalam menuju target pasar dan tingkat kualitas dari produk atau jasanya. Kemudian, tingkat value yang mampu diberikan kepelanggan serta cara memerlakukan pelanggan dari hari ke hari merupakan faktor penting yang harus dipertimbangkan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa dalam strategi bisnis mempertahankan pelanggan lama akan lebih menguntungkan daripada menarik pelanggan baru.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, Loyalitas pelanggan sangat berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan, semakin pelanggan puas maka tingkat loyalitasnya semakin tinggi. Menurut Kotler (2014:150) “kepuasan pelanggan ialah: Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”. Mempertahankan loyalitas dari pelanggan merupakan hal yang sangat sulit, karena pelanggan adalah aset terbesar suatu perusahaan.

Demi menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus terus berinovasi dalam menciptakan serta mengolah suatu sistem agar dapat memperoleh pelanggan yang lebih banyak serta untuk mempertahankan pelanggan setia. Hal ini tentunya menjadi pekerjaan berat bagi perusahaan karena mereka harus membuat suatu sistem yang lebih baik agar dapat memenangkan kompetisi yang sedang berlangsung dengan program yang bersifat mempertahankan pelanggan.

Beberapa hal yang menjadi pertimbangan perusahaan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan yaitu tingkat profitabilitas yang berbanding lurus dengan perkembangan hubungan perusahaan dengan pelanggan dan tingkat kompetitif yang semakin tinggi menyebabkan biaya perolehan pelanggan baru semakin mahal.

Salah satu strategi yang dapat digunakan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan yaitu dengan menggunakan *Customer Relationship Management* (CRM), CRM adalah strategi untuk mengelola hubungan perusahaan dengan pelanggan dalam level bisnis, strategi ini dapat digunakan perusahaan agar dapat mempertahankan pelanggannya serta memberikan nilai tambah pada pelanggan dan dengan begitu perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang berkelanjutan (Edward C Malthouse).

Dealer Penjualan Motor dan Bengkel Resmi PT. Astra International, Tbk – Honda (Astra Motor Indralaya) adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penjualan produk dan jasa. Sistem pelayanan Dealer serta Bengkel Resmi memberikan hak kepada pelanggan untuk mendapatkan pelayanan yang semaksimal mungkin. Terlepas dari itu semua, tugas lainnya yang harus mereka lakukan adalah bagaimana memberikan pelayanan yang dapat membuat

pelanggan tetap menggunakan produk maupun jasa mereka namun nilai jual terhadap produk yang mereka tawarkan juga dapat meningkat.

Dari hasil wawancara penulis, saat ini kendala yang sering dihadapi pada studi kasus ini adalah untuk proses marketingnya tidak maksimal karena sales yang ditugaskan untuk memasarkan produk cukup dibatas target pemasaran sedangkan untuk mencapai diatas target itu sangat tinggi , kemudian inden (pemesanan) yang terlalu lama baik itu motor ataupun unit sparepart bengkel, kemudian penyebaran informasi yang tidak merata dan tidak maksimal sehingga membuat pelanggan tidak mengetahui informasi terbaru terkait produk yang ditawarkan menyebabkan pelanggan beralih ke dealer lain.

Dari permasalahan diatas penulis mencoba menggunakan metode *Service Oriented Architecture* (SOA) karena metode ini merupakan sebuah arsitektur yang bersifat *service oriented* (berorientasi layanan), dimana sebuah permasalahan akan dibagi-bagi menjadi berbagai macam *service* kecil yang saling bekerja sama.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan membuat sistem informasi yang dibutuhkan **PT. Astra International, Tbk – Honda (Astra Motor Indralaya)** dan mengambil judul “**Penerapan *Customer Relationship Management (CRM) Dengan Metode Service Oriented Architecture (SOA) Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Astra International, Tbk – Honda (Astra Motor Indralaya)***”.

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini yaitu mengembangkan *website Customer Relationship Management* dengan menggunakan metode *Service Oriented Architecture* dengan memanfaatkan teknologi *web service* untuk mempermudah proses manajemen hubungan dengan pelanggan sebagai dasar untuk mendukung peningkatan pelayanan dealer .

1.3 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menciptakan hubungan baik antara Dealer dengan pelanggan, demi terciptanya loyalitas pelanggan.
2. Agar dapat memberikan kemudahan dealer dalam menyampaikan informasi dan pemberitahuan kepada para pelanggan. Serta dapat menyebarkan informasi seluas dan sebanyak mungkin.
3. Dengan dikembangkannya *Customer Relationship Management* (CRM) ini diharapkan dapat membuat sistem pemasaran dan pelayanan lebih meningkat.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Objek Penelitian ini di PT. Astra International, Tbk – Honda (Astra Motor Indralaya)
2. Fokus penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) pada penelitian ini adalah penerapan CRM Operasional, salah satu penerapan

CRM ini adalah dalam bentuk aplikasi web, dan fokus ini sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu membangun aplikasi website berbasis CRM.

3. Perancangan aplikasi *website Customer Relationship Management (CRM)* ditunjukkan untuk calon maupun pelanggan tetap agar mereka dapat dengan mudah memperoleh informasi produk-produk layanan dari perusahaan.

Dalam penelitian menggunakan bahasa pemrograman PHP dan MySQL dengan metode *Service Oriented Architecture (SOA)*.

Daftar Pustaka

- Afrina, M., & Ibrahim, A. (2013). Rancang Bangun Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Sebagai Sistem Informasi Dalam Peningkatan Layanan Perpustakaan Digital Fakultas Ilmu Komputer Unsri. *Jurnal Sistem Informasi (JSI)* , 5, 629-644.
- Afrina, M., Kurnia, R. D., & Ibrahim, A. (n.d.). Penerapan Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Dalam Pengembangan Sistem Informasi Terhadap Layanan Kemahasiswaan Pada Perguruan Tinggi Dengan (Studi Kasus: Jurusan Sistem Informasi) . 1-10.
- Ali, S. H. (2013). EFEKTIVITAS PENGGUNAAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM MENINGKATKAN CUSTOMER LOYALTY. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis* , 13, 37-50.
- Ali, S. H. (2013). Hubungan Antara Customer Relationship Management (CRM) dan Brand Image PT. Excelcomindo Pratam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis* , 13, 37-50.
- Astria, H., Candra, A., Hasrdiansyah, N., & Andrian, T. R. (2013, November 19-20). Analisis dan Perancangan Perekrutan Karyawan dengan metode AHP pada Sistem Berorientasi Service Studi Kasus Usaha Jasa Service Kendaraan. *Seminar Nasional Sains dan Teknologi V Lembaga Penelitian Universitas Lampung* , 84-95.
- Dyantina, O., Afrina, M., & Ibrahim, A. (2012). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN) . *Jurnal Sistem Informasi (JSI)* , 516-529.
- Ferdiansyah. (2013). Implementasi SOA Menggunakan web Service Pada Aplikasi CRM. Pekanbaru.
- Hijriani, A., Candra, A., Hardiansyah, N., & Andrian, T. R. (2013). Analisis Dan Perancangan Perekrutan Karyawan dengan Metode AHP pada Sistem Berorientasi Service Studi Kasus Usaha Jasa Service Kendaraan . *Seminar Nasional Sains dan Teknologi V Lembaga Penelitian Universitas Lampung* , 84.
- Kurnia, R. D., & Ibrahim, A. (n.d.). PENGEMBANGAN MODEL SISTEM INFORMASI MONITORING MAHASISWA YANG SEDANG MENGAMBIL TUGAS AKHIR BERBASIS WEB DAN SMS GATEWAY (STUDI KASUS: JURUSAN SISTEM INFORMASI FASILKOM UNSRI) . 1-8.
- Kurniali, S. (2013). STUDI KASUS IMPLEMENTASI SERVICE ORIENTED ARCHITECTURE (SOA) DI CREDIT SUISSE. *ComTech* , 4, 1267-1279.

- Mustaqbal, M. S., Firdaus, R. F., & Rahmadi, H. (2015). PENGUJIAN APLIKASI MENGGUNAKAN BLACK BOX TESTING BOUNDARY VALUE ANALYSIS. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan* , 31-36.
- Mustofa, E., Sarno, R., & A, R. J. (n.d.). Rekayasa Perangkat Lunak Customer Relationship Management (CRM) Marketing Automation dan Customer Support Dengan Menggunakan Metode Service Oriented Architecture (SOA). 1-8.
- Oktarina, D. (n.d.). Pengaruh Customer Relationship Management dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen UNIKOM* .
- Santoso, A. S., & Erdaka, A. (2015). Customer Loyalty in Collaborative Consumption Model: Empirical Study of CRM for Product-Service System-Based e-Commerce in Indonesia . *The Third Information Systems International Conference* , 543-551.
- Sunaryono, D., Sarno, R., Hariadi, V., & Kurniawan, Y. (2013). CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA PERUSAHAAN MOHAN SEMARANG. *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia* , 383-390.
- Sunaryono, D., Sarno, R., Hariadi, V., & Kurniawan, Y. (2013). PERANCANGAN DAN PEMBANGUNAN PERANGKAT LUNAK BERORIENTASI ARSITEKTUR SERVIS (SOA) DENGAN PENDEKATAN WORKFLOW PADA DOMAIN CASH BANK DAN GENERAL LEDGER ERP. *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia* , 383-390.
- Utami, D. H. (2016, Oktober). Efektivitas Penggunaan Customer Relationship Management Dalam Meningkatkan Customer Loyalty. 98-106.
- Utami, D. H. (2016, Oktober 2). EFEKTIVITAS PENGGUNAAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM MENINGKATKAN CUSTOMER LOYALTY. 98-106.
- Wardhani, W. B., Nugroho, L. E., & Widyawan. (2014). IMPLEMENTASI SOA PADA PEMODELAN ARCHITECTURE ENTERPRISE SISTEM PENGAWASAN PRODUK TERAPETIK . *Seminar Nasional Informatika 2014 (semnasIF 2014) UPN "Veteran" Yogyakarta* , 18-23.