

**PENERAPAN SISTEM INFORMASI PELAYANAN PELANGGAN BERBASIS  
E-CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM) PADA ISTANA  
ELEKTRONIK**

**SKRIPSI**

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



Oleh

**ERWAN KURNIA  
NIM 091111403025**

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

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENERAPAN SISTEM INFORMASI PELAYANAN PELANGGAN  
BERBASIS E-CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM)  
PADA ISTANA ELEKTRONIK**

**SKRIPSI**

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

Oleh

**ERWAN KURNIA  
09111403025**

Disetujui,

**Palembang, Agustus 2018**

**Dosen Pembimbing I,**



**Ari Wedhasmasra, S.Kom., M.T.I  
NIP. 197812112010121002**

**Dosen Pembimbing II,**



**Rahmat Izwan Heroza, S.T., M.T  
NIP. 198706302015041001**

**Mengetahui  
Ketua Jurusan Sistem Informasi,**



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

## HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erwan Kurnia

NIM : 09111403025

Program Studi : Sistem Informasi Bilingual

Judul Skripsi : Penerapan Sistem Informasi Pelayanan Pelanggan Berbasis E-Customer Relationship Management (E-CRM) Pada Istana Elektronik

Hasil Pengecekan Software *iThenticate/Turnitin* : 15 %

Menyatakan bahwa laporan skripsi saya merupakan hasil karya sendiri dan bukan hasil penjiplakan/*plagiat*. Apabila ditemukan unsur penjiplakan/*plagiat* dalam laporan 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, Agustus 2018



Erwan Kurnia

NIM. 09111403025



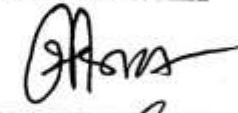


## HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 31 Juli 2018

### Tim Penguji:

- |                  |                                  |                                                                                       |
|------------------|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Pembimbing I  | : Ari Wedhasmasra, S.Kom., M.T.I |    |
| 2. Pembimbing II | : Rahmat Izwan Heroza, S.T., M.T |    |
| 3. Ketua Penguji | : Endang Lestari Ruskan, M.T     |   |
| 4. Penguji I     | : Ali Ibrahim, M.T               |  |
| 5. Penguji II    | : Ken Ditha Tania, M.Kom         |  |

Mengetahui  
Ketua Jurusan Sistem Informasi,



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

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- “Waktu bagaikan pedang. Jika engkau tidak memanfaatkannya dengan baik, maka ia akan memanfaatkanmu”  
(HR. Muslim)
- “Barang siapa yang bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri”  
(QS. Al-Ankabut :6)
- “Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”  
(QS. Al-Insyirah :5)

Kupersembahkan kepada :

- Allah SWT
- Almarhum Papa, Mama serta kakak dan adik tercinta yang selalu memberi do'a dan dukungan sepenuh hati
- Dosen Pembimbingku
- Sahabat-sahabat terbaikku
- Agama dan Almamaterku

## KATA PENGANTAR



*Assalaamu 'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh*

Segala puji dan syukur Penulis panjatkan pada Allah SWT atas limpahan rahmat, rezeki, hidayah dan pertolongan-Nya sehingga dapat menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir yang berjudul **“Penerapan Sistem Informasi Pelayanan Pelanggan Berbasis E-Customer Relationship Management (E-CRM) Pada Istana Elektronik”**. Salawat serta salam semoga selalu tercurah kepada junjungan besar umat manusia, Nabi Muhammad SAW.

Adapun maksud dan tujuan dari penyusunan laporan tugas akhir ini adalah sebagai salah satu syarat untuk melengkapi kurikulum dari Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya – Palembang. Ucapan terima kasih khususnya penulis ucapkan kepada:

1. Allah SWT, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga laporan ini dapat selesai.
2. Bapak Jaidan Jauhari, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
3. Ibu Endang Lestari Ruskan, MT selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi yang sangat mengerti dengan mahasiswa dan tidak pernah lelah memberi semangat agar segera menyelesaikan skripsi. Semoga Ibu dan keluarga sehat serta bahagia selalu. Aamiin.
4. Bapak Ari Wedhasmasra, S.Kom., M.T.I dan Bapak Rahmat Izwan Heroza, S.T., M.T selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dengan sebaik mungkin, meluangkan waktu dan berbagi ilmu.

5. Almarhum Papa saya Amir Hamzah yang semasa hidupnya telah membimbing, mendidik, serta selalu mendorong anaknya menjadi lebih baik.
6. Mamaku tersayang Zanuriah B.A yang selalu pengertian dan sabar dalam mendidik anak-anaknya.
7. Ke empat Kakakku dan Adikku yang tidak henti-hentinya memberikan semangat serta do'anya.
8. Kak Handy selaku pihak Istana Elektronik yang telah mengizinkan Penulis untuk melaksanakan Penelitian dan karyawan yang telah membantu memberikan informasi untuk penyelesaian Tugas Akhir ini.
9. Dosen-dosen yang telah membimbing, mengajari dan membagi ilmunya kepada Penulis selama menuntut ilmu di Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
10. Teman-teman Sistem Informasi Bilingual angkatan 2011 yang tidak bisa disebut satu persatu.
11. Mbak Rifka, Mbak Sari, Kak angga serta staff administrasi Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya yang telah membantu dan mendukung penulis dalam hal administrasi perkuliahan.

Penulis mohon maaf apabila terdapat kata yang salah atau kekhilafan serta mereka yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam laporan Tugas Akhir ini karena keterbatasan Penulis sebagai manusia yang jauh dari sempurna sedangkan kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT.

Palembang, Agustus 2018

Penulis

# **PENERAPAN SISTEM INFORMASI PELAYANAN PELANGGAN BERBASIS E-CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM) PADA ISTANA ELEKTRONIK**

**Oleh:  
ERWAN KURNIA  
09111403025**

## **ABSTRAK**

Banyaknya perusahaan elektronik yang berkembang di Palembang pada saat ini, tentu membuat para pelaku bisnis dibidang elektronik dituntut agar dapat berkompetisi dipasaran elektronik Palembang. Istana Elektronik merupakan toko elektronik yang sudah lama berkembang di Palembang. Masalah yang dihadapi Istana Elektronik yaitu banyaknya hadir para pelaku bisnis yang menjual produk serupa sehingga berpotensi dan telah banyak pelanggan lebih tertarik memenuhi kebutuhan elektronik di toko saingan. Maka dari itu karena belum adanya suatu media yang memberikan kemudahan komunikasi dalam berinteraksi dengan pelanggan sehingga diperlukan implementasi *Electronic Customer Relationship Management* yang hanya berfokus pada konsep *retain* yaitu mempertahankan pelanggan yang telah ada. Banyak manfaat yang diberikan *E-CRM* bagi perusahaan yaitu, salah satunya perusahaan dapat menjangkau konsumen dalam skala lebih luas, serta menerima keluhan dan mengetahui keinginan pelanggan sehingga segera memperbaiki dari keluhan dan menerapkan keinginan pelanggan. Akhirnya dengan diterapkannya *E-CRM*, akan terwujudnya loyalitas pelanggan terhadap istana elektronik. Maka disimpulkan didapatkannya hasil rancangan sistem informasi pada Istana Elektronik yang berbasis E-CRM untuk mempertahankan pelanggan dan dapat dijadikan acuan pihak perusahaan menentukan strategi penjualan di Istana Elektronik untuk kemajuan perusahaan

**Kata Kunci :** Sistem Informasi Pelayanan Pelanggan, *E-CRM*



**IMPLEMENTATION INFORMATION SYSTEM OF CUSTOMER SUPPORTS  
BASED ON  
E-CRM AT ISTANA ELEKTRONIK**

**By:**

**ERWAN KURNIA  
09111403025**

**ABSTRACT**

The number of electronic companies that are developing in Palembang at this time, certainly makes business people in the electronics field required to be able to compete in the electronic market in Palembang. Istana Elektronik is a long-established electronic store in Palembang. The problem faced by the Istana Elektronik is that there are many business people who sell similar products and many customers are more interested in meeting electronic needs at rival stores. Therefore because of the absence of a media that provides ease of communication in interacting with customers, it is necessary to implement Electronic Customer Relationship Management which only focuses on the concept of retain that is retaining existing customers. Many benefits are provided by E-CRM for companies, namely, one of them is the company can reach consumers on a wider scale, and receive complaints and find out the what customers wants, so that it immediately corrects complaints and applies customer desires. In the end, with the implementation of E-CRM, there will be customer loyalty towards the Istana Elektronik. So we can conclude that the results of the design of the information system in the Istana Elektronik based on E-CRM to maintain customers and be used as reference for the company to determine the sales strategy at Istana Elektronik for the progress of the company.

**Keywords** : Information System Of Customer Supports, E-CRM

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan .....	4
1.3 Manfaat .....	4
1.4 Batasan Masalah.....	5
<b>BAB II .....</b>	<b>6</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	6
2.2 Sejarah Istana Elektronik .....	8
2.3 Visi Misi Istana Elektronik .....	8
2.4 Struktur Organisasi.....	9
2.5 Sistem 11 .....	13
2.6 Informasi .....	14
2.7 Sistem Informasi .....	14
2.8 <i>Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)</i> .....	14
2.9 SMS Gateway .....	15
2.10 Pelayanan .....	15
2.11 Pelayanan Pelanggan.....	16
2.12 <i>Entity Relational Diagram (ERD)</i> .....	16
2.13 <i>Data Flow Diagram (DFD)</i> .....	18
<b>BAB III.....</b>	<b>21</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
3.1 Lokasi Penelitian.....	21
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.2.1 Jenis Data .....	21
3.2.2 Sumber Data.....	21
3.2.3 Pengumpulan Data .....	22
3.3 Deskripsi Data.....	22
3.4 Metode Pengembangan Sistem .....	24
3.5 Penerapan Alur Konsep <i>Customer Relationship Management</i> .....	27

3.6 Penerapan Sistem Informasi Pelayanan Pelanggan berbasis e-Customer Relationship Management (e-CRM) pada Istana Elektronik.....	29
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

<b>BAB IV .....</b>	<b>31</b>
<b>ANALISIS SISTEM.....</b>	<b>31</b>
4.1 Definisi Lingkup .....	32
4.1.1 Tujuan Proyek .....	32
4.1.2 Gambaran Proyek.....	34
4.1.3 Pernyataan masalah dan Opportunities .....	35
4.2 Keterbatasan Proyek ( <i>Project Constraints</i> ) .....	39
4.2.1 Business Constraints .....	39
4.2.2 Technology Constraints .....	39
4.3 Ide Solusi Tahap Awal .....	39
4.3.1 Ruang Lingkup Awal Proyek.....	40
4.4 Analisis Masalah .....	40
4.4.1 Domain Permasalahan.....	41
4.4.2 Analisis Masalah dan Kesempatan.....	42
4.4.3 <i>Cause-Effect Analysis &amp; System Improvement Objective</i> ..	44
4.5 Analisis Proses Bisnis .....	50
4.6 Analisis Kebutuhan .....	51
4.6.1 Kebutuhan Fungsional .....	51
4.6.2 Kebutuhan Nonfungsional .....	52
4.6.3 Prioritas Kebutuhan.....	54
4.7 Desain Logika .....	56
4.7.1 <i>Decomposition Diagram</i> .....	57
4.7.2 <i>Data Flow Diagram (DFD)</i> .....	58
4.7.3 <i>EntityRelationship Diagram (ERD)</i> .....	66
4.8 Analisa Keputusan .....	69
4.8.1 Mengidentifikasi Kandidat Solusi ( <i>Identify candidate solutions</i> ) 70	
4.8.2 Menganalisis Kandidat Solusi ( <i>Analyze candidate solutions</i> ) 70	
4.8.3 Membandingkan Kandidat Solusi .....	72
4.8.4 Rekomendasi Kandidat Terbaik.....	76
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>76</b>
5.1 Hasil.....	76
5.2 Pembahasan.....	77
5.3 Kelebihan dan Kekurangan .....	89
<b>BAB VI.....</b>	<b>90</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>90</b>
6.1 Kesimpulan.....	90
6.2 Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>92</b>

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Struktur Organisasi Istana Elektronik.....	10
Gambar 3.1 Metode Sistem Pengembangan FAST (Whitten, 2004) .....	24
Gambar 4.1 <i>Ishikawa Diagram</i> Proses transaksi pembelian barang oleh pelanggan yang tidak efisien.....	43
Gambar 4.2 <i>Ishikawa Diagram</i> Belum Adanya Proses Pengelolaan FAQs.....	44
Gambar 4.3 Konteks Diagram Sistem Lama .....	50
Gambar 4.4 <i>Decomposition Diagram</i> .....	57
Gambar 4.5 DFD Konteks Sistem yang Diusulkan.....	578
Gambar 4.6 DFD <i>Level 0</i> Sistem yang Diusulkan .....	60
Gambar 4.7 DFD <i>Level 1</i> Proses Login.....	62
Gambar 4.8 DFD <i>Level 1</i> Proses Pengolahan Data Master.....	63
Gambar 4.9 DFD <i>Level 1</i> Proses Transaksi.....	64
Gambar 4.10 DFD <i>Level 1</i> Proses Feedback.....	65
Gambar 4.11 DFD <i>Level 1</i> Proses Laporan.....	66
Gambar 4.12 ERD Sistem yang Diusulkan .....	69
Gambar 5.1 Halaman Poin Pelanggan.....	77
Gambar 5.2 Halaman Feedback Pelanggan.....	78
Gambar 5.3 Halaman Utama .....	79
Gambar 5.4 Halaman Katalog Produk.....	80
Gambar 5.5 Halaman Detail Produk .....	80
Gambar 5.6 Halaman Pendaftaran dan Login Pelanggan.....	81
Gambar 5.7 Halaman Informasi Pengiriman.....	82
Gambar 5.8 Halaman Konfirmasi Belanja .....	83
Gambar 5.9 Login Admin.....	84
Gambar 5.10 Modal Dashboard Admin .....	84
Gambar 5.11 Halaman Transaksi .....	85
Gambar 5.12 Halaman Master Kategori.....	85
Gambar 5.13 Halaman List Produk .....	86
Gambar 5.14 Halaman Add Produk .....	86
Gambar 5.15 Halaman Transaksi Report .....	87
Gambar 5.16 Halaman Customer Report .....	87
Gambar 5.17 Halaman User Admin .....	88
Gambar 5.18 Halaman Web Slider.....	88

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 <i>Entity Relationship Diagram (ERD)</i> .....	17
Tabel 2.2 Simbol DFD ( <i>Data Flow Diagram</i> ).....	19
Tabel 4.1 Tujuan Proyek .....	33
Tabel 4.2 Pernyataan Masalah .....	37
Tabel 4.3 Problems, Opportunities, Objectives and Constraints Matrix.....	46
Tabel 4.4 Kebutuhan Nonfungsional Klasifikasi Kerangka Kerja.....	52
Tabel 4.5 Desirable Requirement.....	55
Tabel 4.6 Candidate System Matrix.....	71
Tabel 4.7 Feasibility Matrix .....	73

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini terjadi persaingan yang sangat ketat antar perusahaan. Ada beberapa hal yang menyebabkan persaingan tersebut terjadi, diantaranya yaitu teknologi informasi, produk yang semakin bervariasi, serta banyaknya pelaku – pelaku bisnis yang *menjual* barang yang sejenis. Beberapa hal tersebut membuat para pelaku bisnis dituntut tetap dapat berkompetisi sehingga membuat para pelaku bisnis fokus terhadap pelanggan yang berpotensi terhadap keuntungan yang didapatkan.

Istana Elektronik adalah perusahaan penjualan produk elektronik yang telah berkembang di Kota Palembang. Perusahaan ini sudah lama hadir di kota Palembang tepatnya pada tanggal 1 Januari 1990 dan telah berkembang pesat sebagai perusahaan penjualan elektronik yang telah dipercaya masyarakat Palembang untuk memenuhi kebutuhan produk elektronik. Istana Elektronik tentu ingin tetap mempertahankan eksistensinya pada bidang penjualan elektronik di Kota Palembang dengan memberikan pelayanan terbaik untuk para pelanggan mengingat pada saat ini telah banyak toko – toko elektronik lain yang telah berkembang di kota Palembang.

Lupiyoadi (2001) mendefinisikan Pelanggan adalah seorang individu yang secara *continue* dan berulang kali datang ketempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan memuaskan produk atau jasa tersebut. Dari pernyataan hal diatas tentu Istana

Elektronik harus tetap fokus terhadap pelanggan dengan memperhatikan apa saja yang menjadi keinginan pelanggan yang harus dipenuhi Istana Elektronik sehingga Istana Elektronik akan dapat mempertahankan pasaran pembeli alat elektronik di kota Palembang.

Disamping dari itu, Istana Elektronik juga harus selalu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, sehingga istana elektronik dapat menentukan apa saja strategi bisnis yang harus dijalani agar pelanggan tetap loyal terhadap istana elektronik dalam pembelian alat elektronik. Nasution (2004) berpendapat pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu yang akan memberikan pengaruh pada performansi perusahaan dan manajemen perusahaan. Apabila kualitas pelayanan yang diinginkan tidak dapat terpenuhi, maka istana elektronik akan kehilangan pelanggannya karena para pelanggan akan lebih memilih membeli elektronik di toko lain yang mereka anggap lebih loyal pelayanannya terhadap pelanggan, sehingga berdampak menurunnya tingkat penjualan pada istana elektronik.

Agar dapat terwujudnya hal – hal yang menjadi perhatian utama istana elektronik terkait pemenuhan kepentingan pelanggan maka diperlukan suatu strategi bisnis yaitu dengan mengimplementasikan aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM). Satu hal yang penting dan harus diperhatikan di era bisnis saat ini yaitu fokus pada pelanggan, karena faktor tersebut merupakan sebuah kunci untuk mencapai keunggulan kompetitif berkelanjutan dalam persaingan bisnis saat ini (Adreani, 2007).

*Customer Relationship Management* (CRM) juga didefinisikan dari seimbang perspektif yang disebut sebagai strategi manajerial yang membantu organisasi mengumpulkan, menganalisis, dan mengelola informasi pelanggan terkait melalui penggunaan alat-alat teknologi informasi dan teknik untuk memenuhi kebutuhan jangka panjang pelanggan dan menjalin hubungan yang saling menguntungkan.

Sistem yang berjalan pada saat ini, Istana Elektronik belum dapat menjangkau pelanggan secara keseluruhan, karena belum adanya suatu media yang memberikan kemudahan komunikasi dalam berinteraksi dengan pelanggan secara langsung sehingga konsep *retain* yang terfokuskan untuk mempertahankan pelanggan belum terwujud di istana elektronik

Istana Elektronik pada saat ini belum adanya wadah untuk mendata setiap transaksi yang dilakukan pelanggan dan pelayanan *help desk dari pelanggan* seperti kritik saran dari pelanggan, dan juga informasi promosi pada Istana Elektronik masih belum terkomputerisasi, Hal tersebut tentu membuat pelanggan dapat beralih kepada perusahaan lain yang juga menjual produk elektronik. Ini juga sangat bertolak belakang dengan konsep CRM pada fase *retain*.

Dengan permasalahan - permasalahan yang ada, terdapat solusi yang dapat ditawarkan dengan merujuk pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Salah satunya, menurut Christiawan, dkk (2011), "Banyak manfaat yang diberikan aplikasi CRM bagi perusahaan yang menerapkannya yaitu, perusahaan dapat menjangkau konsumen dalam skala lebih luas, serta melakukan kegiatan bisnis seperti promosi, penyaluran keluhan, dan penjelasan perbaikan. Pelayanan yang maksimal merupakan sebuah kewajiban bagi perusahaan".



Dari uraian di atas penulis mencoba untuk menerapkan suatu sistem informasi yang dapat membantu Istana Elektronik untuk lebih mudah berinteraksi kepada pelanggan dalam upaya mempertahankan pelanggannya atau yang lebih dikenal dengan retain melalui penilaian kualitas yang diberikan pelanggan dengan diterapkannya konsep *e-Customer Relationship Management* (e-CRM) dengan judul : “PENERAPAN SISTEM INFORMASI PELAYANAN PELANGGAN BERBASISE-*CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (E-CRM) PADA ISTANA ELEKTRONIK”.

## **1.2 Tujuan**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Memahami kualitas pelayanan yang diinginkan pelanggan agar istana elektronik dapat mempertahankan pelanggan dengan mewujudkan loyalitas antara pelanggan dan istana elektronik.
2. Menganalisis masalah dan kelemahan yang dihadapi oleh Istana Eelektronik khususnya dalam pelayanan kepada pelanggan.
3. Mengusulkan suatu sistem informasi pelayanan pelanggan yang dapat membantu Istana Elektronik dalam meningkatkan pelayanan kepada pelanggan dengan menerapkan *e-customer relationship management* (E-CRM)

## **1.3 Manfaat**

Adapun manfaat dari Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Menciptakan hubungan yang lebih baik antara pihak Istana Elektronik dengan pelanggan demi terciptanya loyalitas pelanggan.

2. Memberikan respon dan solusi masalah yang cepat dan tepat bagi kebutuhan pelanggan sehingga tercipta hubungan jangka panjang yang akan membangun loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.
3. Mempermudah pelanggan dalam menyampaikan segala pengaduan, kritik, maupun saran.
4. Membantu menarik pelanggan baru dengan menawarkan pelayanan dan promosikepada pelanggan yang lebih baik.

#### **1.4 Batasan Masalah**

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

- 1) Objek penelitian adalah pelanggan Istana Elektronik.
- 2) Data yang diambil dan diolah hanya data yang berkaitan dengan data pelanggan, data pesanan, data transaksi, data barang, data promosi, data help desk, dan data polling mengacu pada data hasil analisis di Istana Elektronik.
- 3) Keluaran yang dihasilkan dari data hasil analisis berupa sistem informasi pelayanan pelanggan berbasis *Customer Relationship Management* (e-CRM).

## DAFTAR PUSTAKA

- Adreani, F. (2007). Customer Relationship Management (CRM) dan Aplikasinya dalam Industri Manufaktur dan Jasa Manajemen Pemasaran, Vol. 2, 59-65.
- Al Fatta, H. (2007). Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi, Yogyakarta: Andi.
- Ardana, I. M. (2004). Rancang Bangun Sistem Penerimaan Siswa Baru Pada Dinas Pendidikan Kota Denpasar Berbasis Web & SMS. Surabaya: STIKOM.
- Chaffey, Dave. (2009). E-Business and E-Commerce Management. England: Pearson Education.
- Chalmeta, R. (2006). Methodology for customer relationship management. The Journal of Systems and Software , 1017.
- Christiawan, Yulius Jogi & Tarigan, Josua. (2011). Kepemilikan Manajerial : Kebijakan hutang, Kinerja dan Nilai Perusahaan. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 9, Mei. Jurnal Ekonomi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra.
- Dyche, J. (2001). CRM Handbook, The: A Business Guide to Customer Relationship Management. Addison Wesley.
- Hartono, J. (2005). Analisis dan Desain . Yogyakarta: ANDI.
- Jogiyanto, H. (1990). *Analisis dan Desain Sistem Informasi Pendekatan terstruktur*. Yogyakarta: ANDI.
- Kalakota, R., & Robinson, M. (2001). E-Bussines: Roadmap for Success. USA: Information Teknologi Series.
- Kendall, K. (2003). Analisis dan Perancangan Sistem. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2002). Marketing Management, Millenium Edition. Boston: Prentice-Hall, Inc.
- Ladjamudin, A. B. (2005). Analisis dan Desain Sistem Informasi. Tangerang: Penerbit Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat, Jakarta.
- Nasution, M.N. (2004). Manajemen Jasa Terpadu: Total Service Management. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ramadhan, A. B., kusumawati, A., & Dewantara, R. Y. (2016). PERAN E-CRM (ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN (Studi pada Harris Hotel & Conventions Malang). *Administrasi Bisnis* , 194-197.
- Whitten, L. J. (2004). Metode Desain dan Analisis Sistem. Indianapolis: Andi.