RANCANG BANGUN CRM (*CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*) UNTUK PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN PADA WILDAN SALON DAN *WEDDING PARTY*

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Komputer (S.Kom)

Pada Program Studi Sistem Informasi

OLEH :

ERMI PRASTIWI

NPM : 11.1.03.03.0093

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2016

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh :

ERMI PRASTIWI
NPM : 11.1.03.03.0093

Judul :

RANCANG BANGUN CRM (*CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*) UNTUK PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN PADA WILDAN SALON DAN *WEDDING PARTY*

Telah disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Sistem Informasi Fakultas Teknik
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal :15 Desember 2015

Pembimbing I	Pembimbing II
Suratman, SH., M.Pd	M. Rizal Arief, ST., M.Kom
NIDN. 0719036102	NIDN. 0716027505

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh :

ERMI PRASTIWI
NPM : 11.1.03.03.0093

Judul :

RANCANG BANGUN CRM (*CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*) UNTUK PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN PADA WILDAN SALON DAN *WEDDING PARTY*

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Sistem Informasi Fakultas Teknik
Universitas Nusantara PGRI Kediri
Pada tanggal : 14 Januari 2016

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Suratman, SH., M.Pd
2. Penguji I : Rini Indriati, M.Kom.
3. Penguji II : M. Rizal Arief, ST., M.Kom

Mengetahui,
Dekan Fakultas Teknik

Dr. Survo Widodo, M.Pd
NIP. 196402021991031002

RANCANG BANGUN CRM (*CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*) UNTUK PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN PADA WILDAN SALON DAN *WEDDING PARTY*

Ermi Prastiwi
11.1.03.03.0093
Teknik – Sistem Informasi
ermi.virtariuz@gmail.com

Pembimbing 1	Pembimbing 2
Suratman, SH., M.Pd	M. Rizal Arief, ST., M.Kom

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Wildan Salon dan Wedding Party merupakan sebuah usaha bisnis di bidang jasa yang terletak di Kota Pare-Kediri. Strategi bisnis yang terdapat pada WILDAN Salon dan *Wedding Party* belum berjalan dengan baik karena proses pemasaran dan pendataannya masih manual. Akibatnya promo dan jasa yang tersedia tidak dapat tersalurkan sesuai target, yaitu untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Sehingga, konsumen yang mungkin kurang puas dengan pelayanan tersebut, akhirnya memutuskan beralih ke salon dan wedding party lain. Penelitian ini menggunakan pendekatan strategi bisnis CRM (*Customer Relationship Management*), dimana strategi ini dapat mendatangkan banyak keuntungan terutama untuk peningkatan loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga menggunakan metode pengembangan RAD (*Rapid Application Development*) yang tahapan kerjanya mudah dan cepat untuk dipakai oleh user/penggunanya. Hasil implementasi dari penelitian ini berupa sistem berbasis *web* dan *SMS Gateway* yang langsung bisa diakses admin kepada konsumen Wildan salon dan *wedding party*.

Kata Kunci : CRM, RAD, *Web*, *SMS Gateway*.

I. LATAR BELAKANG

Peranan teknologi informasi dalam berbagai bidang bisnis semakin penting. Khususnya teknologi informasi yang dijadikan sebagai alat pertukaran informasi. Seiring dengan berkembangnya zaman yang semakin membutuhkan segala hal yang praktis dan mudah untuk perawatan diri dan acara pernikahan maka WILDAN Salon dan *Wedding Party* membutuhkan sebuah sistem informasi berbasis *web* serta strategi bisnis melaui CRM yang mampu memberikan informasi mengenai paket pernikahan dan jasa penyewaan berupa gaun pengantin serta mempertahankan pelanggan sehingga mampu meningkatkan loyalitas pelanggan dan omzet dari pelayanan tersebut.

Strategi CRM (*Customer Relationship Management*) bertujuan untuk mengelola data pelanggan dan meningkatkan kualitas komunikasi dalam membina hubungan yang baik dengan pelanggan. Sehingga dengan adanya hubungan baik tersebut dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan dalamWildan Salon dan *Wedding Party*.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti mengambil judul "Rancang Bangun CRM (*Customer Relationship Management*) Untuk Peningkatan Loyalitas Pelanggan Pada Wildan Salon dan *Wedding Party*".

II. METODE

1. Metode Pengumpulan Data

Dalam rangka menghasikan karya yang sesuai dengan teori ilmiah dan tepat guna, maka dalam penyusunannya ada beberapa metode yang diterapkan, antara lain :

a. Metode Observasi

Merupakan cara pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan ditambah dengan pengalaman yang di dapat untuk merancang strategi CRM melaui *web* dan *sms gateway* pada Wildan Salon dan *Wedding Party*.

b. Metode Wawancara

Metode ini dilakukan melalui proses tanya jawab dengan seorang atau beberapa narasumber di tempat atau lokasi dimana objek penelitian dilakukan.

c. *Library Research*

Metode untuk mendapatkan informasi dengan mencatat dan mempelajari buku – buku atau *literature review* yang berhubungan dengan penelitian dari berbagai sumber yang tertulis maupun elektronik. Sebagian besar pengumpulan data dan metode yang

digunakan diambil dari buku cetak dan jurnal.

2. Metode Pengembangan Sistem

RAD adalah strategi pengembangan sistem yang menekankan kecepatan pengembangan melalui keterlibatan pengguna yang ekstensif dalam kontruksi , cepat, berulang dan bertambahnya serangkaian *prototype* sebuah sistem yang pada akhirnya berkembang ke dalam sebuah sistem final atau sebuah versi (Whitten:2004:104).

Dalam rancang bangun CRM ini, yaitu dengan pengembangan RAD (*Rapid Application Development*). Tahap – tahap pengembangan yang dilakukan menurut (Whitten:2005) yaitu :

a) Rencana kebutuhan (*requirement planning*) meliputi :
- Menentukan obyek sistem yang akan dibuat.
- Mempelajari organisasi yang terkait.
- Menganalisis *output* yang telah ada.
- Mempelajari sistem yang akan berjalan.

b) Proses Desain (*desain workshop*), meliputi :

Menjelaskan obyek sistem seperti *actor* dan *use case*, hubungan relasi antar *database* dan dan desain utama (*interface*) melalui *website*.

c) Implementasi (*implementation*)

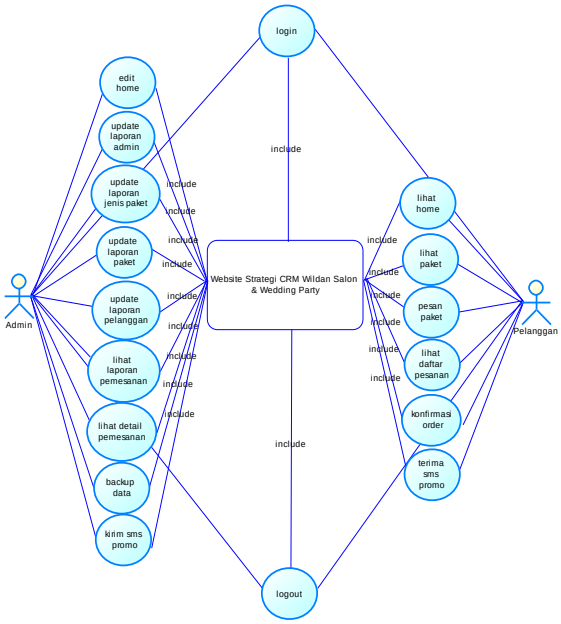
Setelah proses desain selesai, maka tahap selanjutnya yaitu mengimplementasikan hasil rancangan. Hasil akhir dari strategi CRM tersebut berupa *website* dan juga *sms gateway* yang ditujukan oleh admin (pemilik) guna meningkatkan loyalitas pelanggan.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

1. Desain Sistem

a. *Use case diagram*

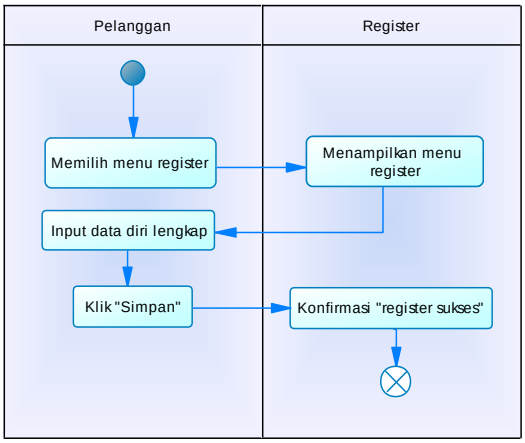
Use case diagram digunakan untuk menggambarkan interaksi-interaksi antara *actor* dengan sistem untuk melakukan pekerjaan tertentu. Diagram *use case* sistemyang terdapat dalam strategi CRM dapat digambarkan sebagai berikut.



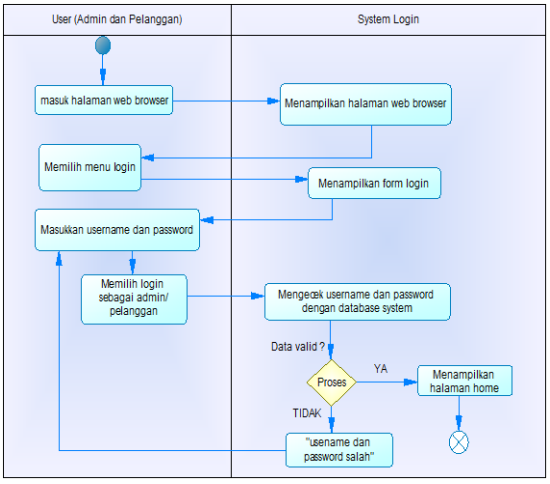
Gambar 3.1. *Use Case* Diagram CRM Wildan Salon

b. *Activity* Diagram

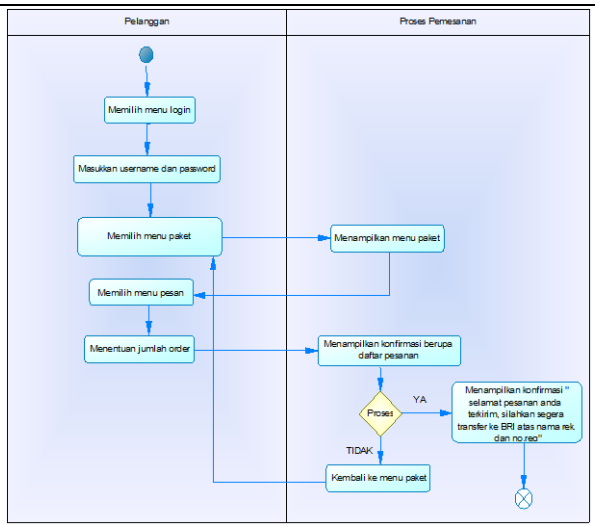
Activity Diagram di gunakan untuk mengilustrasikan aliran fungsional dalam sebuah sistem, dalam business modeling, *activity diagram* berguna untuk menggambarkan aliran bisnis atau business *workflow*. Berikut adalah beberapa aktivitas dari sistem CRM Wildan Salon dan Wedding Party.



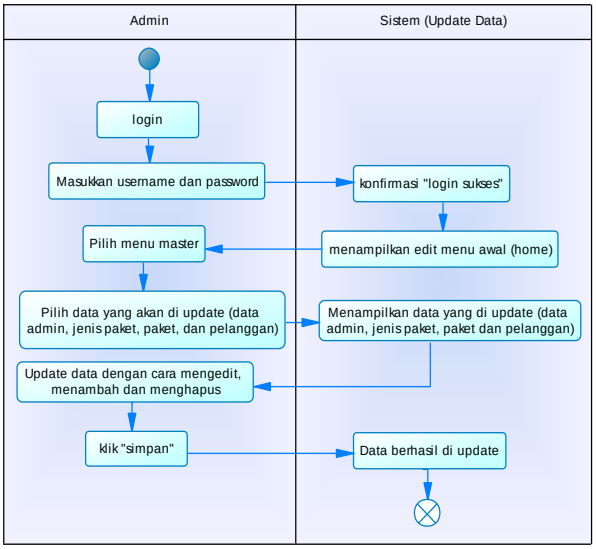
Gambar 3.2. *Activity Diagram Register* Pelanggan



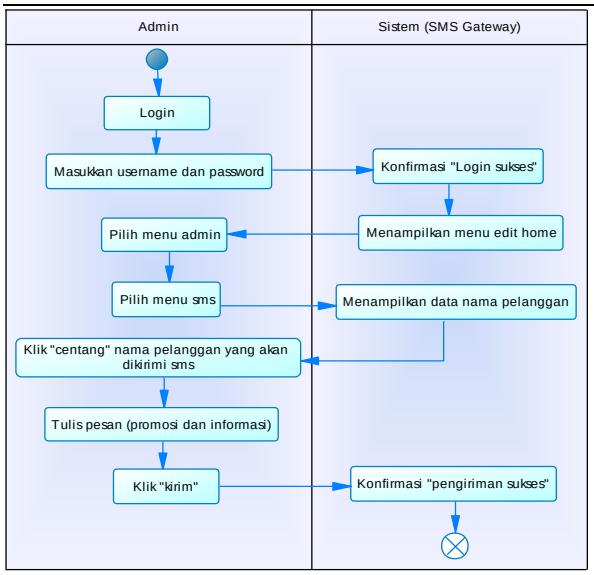
Gambar 3.3. Activity Diagram Login



Gambar 3.4. Activity Diagram Pemesanan



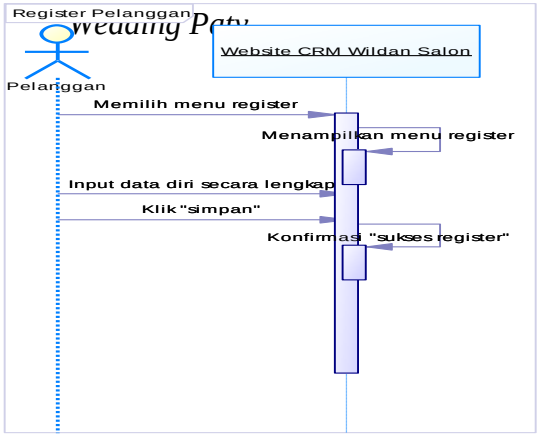
Gambar 3.5. Activity Diagram Update Data



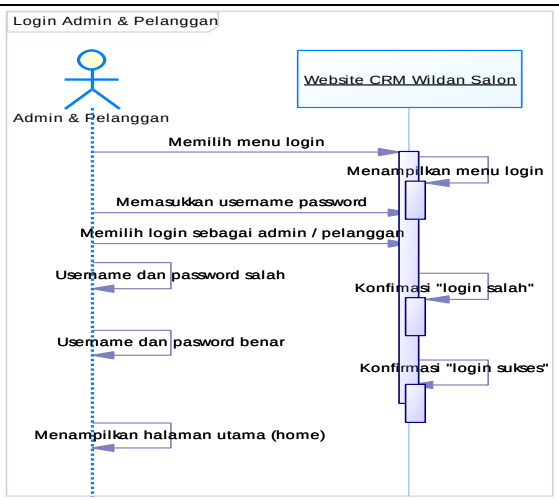
Gambar 3.6. Activity Diagram SMS Gateway

c. *Sequence Diagram*

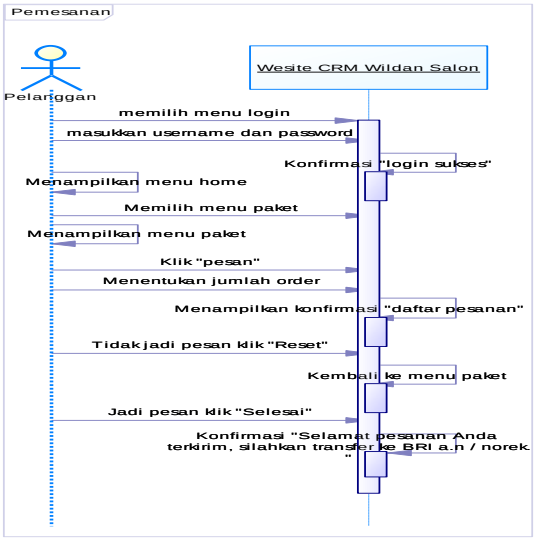
Sequence diagram menjelaskan interaksi objek yang disusun dalam suatu urutan tertentu. *Sequence* diagram memperlihatkan tahap demi tahap apa yang seharusnya terjadi untuk menghasilkan sesuatu di dalam *use case*. Berikut ini adalah *sequence* diagram yang ada pada CRM (*Customer Relationship Management*) Wildan Salon dan



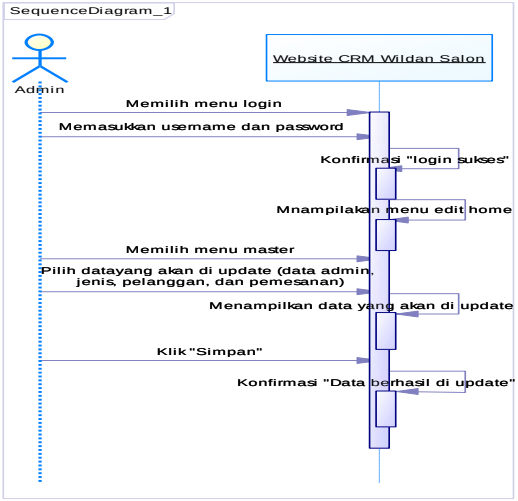
Gambar 3.7. *Sequence* Diagram *Register*



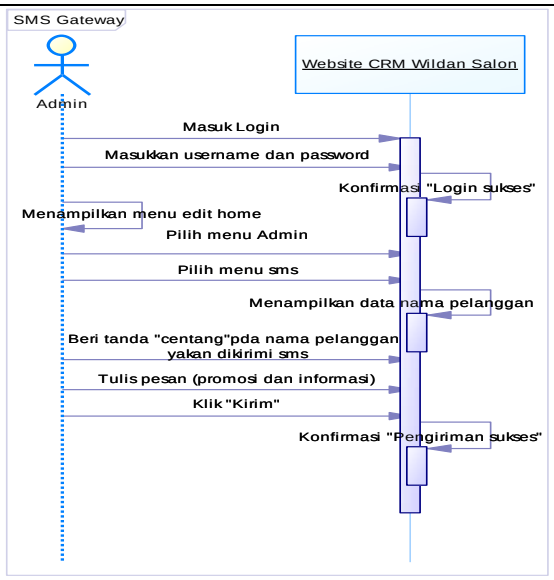
Gambar 3.8. *Sequence* Diagram *Login*



Gambar 3.9. *Sequence* Diagram Pemesanan (Pelanggan)



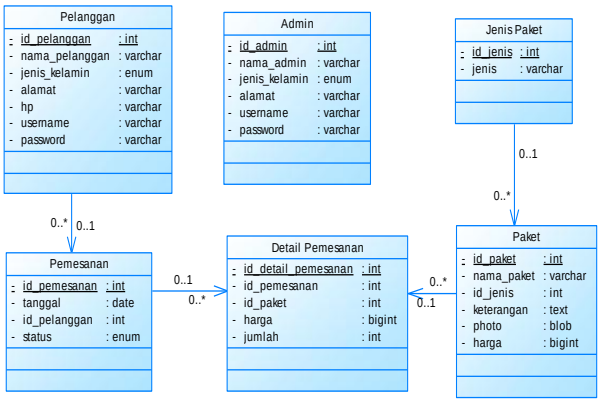
Gambar 3.10. *Sequence* Diagram *Update* Data (Admin)



Gambar 3.11. *Sequence* Diagram *SMS Gateway* (Admin)

d. *Class* Diagram

Class diagram menjelaskan hubungan antara *class* yang terdapat pada strategi bisnis CRM Wildan Salon dan *Wedding Party*.*Class* tersebut dibentuk oleh *entity/object* yang mempunyai atribut dan operasi. Dari *class* tersebut dapat terbentuk sebuah tabel yang dapat berasosiasi dengan tabel lainnya dan membentuk sebuah *database*. Berikut adalah *class* diagram / relasi antar tabel pada Wildan Salon.



Gambar 3.12. *Class Diagram* Wildan Salon

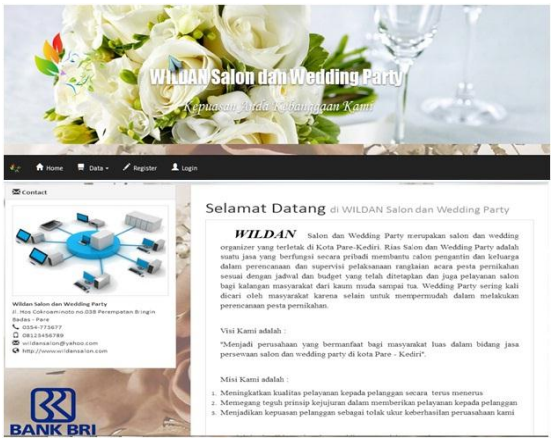
2. Hasil Implementasi

Hasil analisis rancang bangun strategi CRM (*Customer Relationship Management*) ini menggambarkan bagaimana perancangan sistem yang telah dibuat dan dituangkan dalam *source code* pemrograman dan apa saja yang diperlukan dalam pengaplikasikan rancangan tersebut. Pada tahap implementasi sistem ini merupakan tahap mengimplementasikan sistem supaya siap dioperasikan.

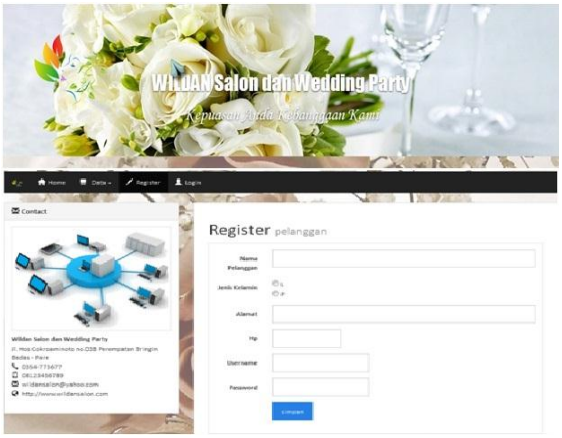
Rancang Bangun CRM Wildan Salon dan *Wedding Party* ini, mengimplementasikan sistemnya melalui *web* dan aplikasi *SMS Gateway*. Srategi bisnis CRM ini memiliki banyak manfaat, salah satunya yaitu untuk meningkatkan loyalitas dari pelanggan.

Berikut beberapa tampilan implementasi sistem yang sama dengan desain perancangan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya.

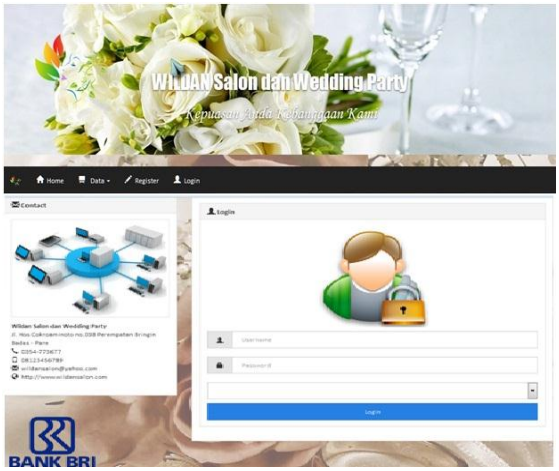
a. Tampilan Bagi Pelanggan



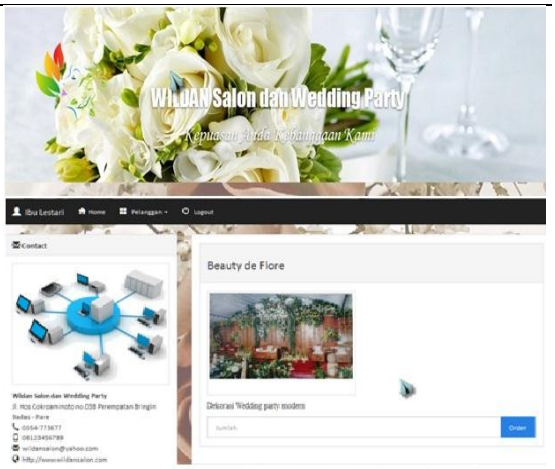
Gambar 3.13. Tampilan Home



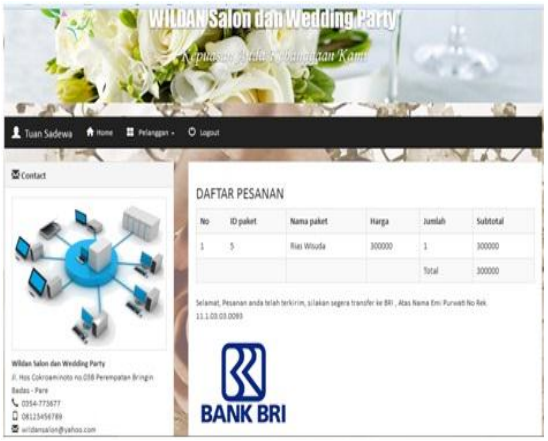
Gambar 3.14. Tampilan Register



Gambar 3.15. Tampilan Login

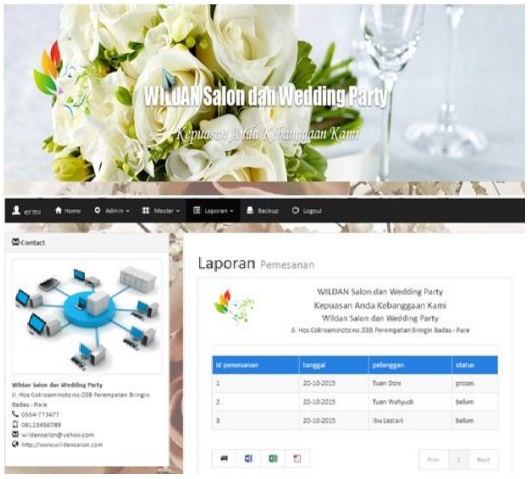


Gambar 3.16. Tampilan Order

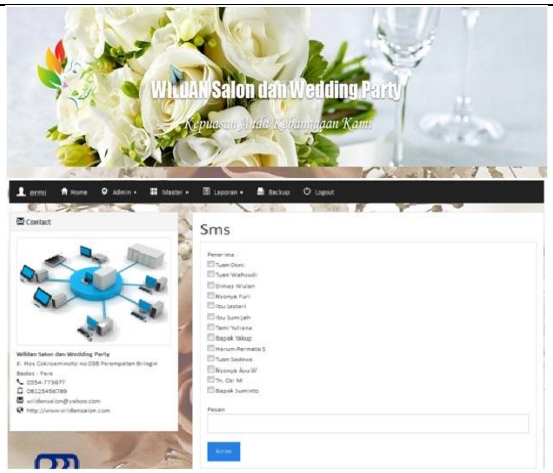


Gambar 3.17. Tampilan Pembayaran

b. Tampilan Bagi Admin



Gambar 3.18. Tampilan *Update* Data



Gambar 3.19. Tampilan SMS Gateway

3. KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan dan pembahasan yang telah dipaparkan dalam penulisan skripsi ini dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

a. Strategi CRM memungkinkan sistem yang lebih baik dari pada sistem sebelumnya karena segala hal pemesanan produk salon dan wedding dapat di *update* dengan memasukkan datanya pada *website*.

b. Keuntungan yang diperoleh dengan adanya strategi CRM salon dan wedding ini jika digunakan antara lain:

- Dapat menyajikan informasi secara cepat, tepat dan akurat.
- Tata letak dari website salon dan wedding, bentuk output dan inputnya diatur sedemikian rupa sehingga mudah dimengerti, mudah dibaca dan dapat dilihat isinya dengan cepat.

c. Selain itu, dengan ditambahkannya sarana SMS Gateway dapat memudahkan dalam penyampaian info dan promo kepada pelanggan.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Barnes JG., 2003. *Secrets of Customer Relationship Management*. Penerbit: Andi, Yogyakarta.

Budicahyanto, Dwi, 2003.*SMS Gateway*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta

Gammu, 2012. Gammu, http://wammu.eu/gammu/. [diunduh pada tanggal 24/01/2015].

Kalakota R, Robinson M., 2001. *E-Business 2.0 Roadmap for success*. Addsion Wesley Longman Inc: Massachusetts.

Kendall KE & Kendall JE, 2003. *System Analysis and Design.* Edisi 5.PRENHALLINDO : Jakarta.

Kendall KE & Kendall JE, 2008.*Analisis dan Desain Sistem.*Jakarta : Indeks.

Martin EW, Brown CV, Dehayes DW, Hoffer JA, Perkins WC., 1991. *Customer Relationship Management, Managing Information Technology* (5th ed).Pearson Prentice Hall, hlm.194-196.

Munawar, 2005. *Pemodelan Visual Dengan UML*. Graha Ilmu : Yogyakarta.

Newell F., 2000. Loyalty.com : *Customer Relationship Management In The New Era of Internet Marketing*. McGraw-Hill, New York.

Nurcahyono, 2007. *Pengembangan Aplikasi Berbasis Web dengan PHP & ASP*, Gavamedia,Yogyakarta.

Oetomo BSD, Simandjutak, Philio J, Sukoco, Ari A., 2003. *I-CRM membina Relasi dengan Pelanggan dot com*. Penerbit Andi : Yogyakarta.

Paulus, 2005. Sistem *Informasi (berbagai makalah tentang sistem informasi)*. Penerbit : Informatika, Bandung.

Sidik, 2005. *MySQL untuk Pengguna, Administrator dan Pengembang Aplikasi Web.* Informatika, Bandung.

Supriyanto, Aji. 2005. *Pengantar Sistem Informasi.* Yogyakarta : Andi.

Sutedjo B, Philip J., 2003. *E-CRM : Membina Relasi Dengan Pelanggan Dot Com*. Andi, Yogyakarta.

Tyler W., 2005. *Streamline Customer Contact, Landscape Management*. Cleveland : April 2005, Vol. 44, Iss 4, hal.50.

Whitten JL. 2005. *Metode Desain dan Analisis Sistem.* Ed. 6, Penerbit Andi : Yogyakarta.

Whitten, Jeffrey, Bently & Ditman, 2004. *System Analysis Design Methods Sixth edition.*The MacGraw Hill : New York, America.