UP-SELLING SISTEM PEMESANAN KARTU UNDANGAN DENGAN PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

SKRIPSI

Diajukan untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Komputer (S.Kom)
Pada Program Studi Sistem Informasi

OLEH

TRI AFRIANTO DJOHAN

NPM: 12.1.03.03.0279

FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA
UN PGRI KEDIRI

2016

Skripsi oleh:

TRI AFRIANTO DJOHAN
NPM: 12.1.03.03.0279

Judul:

UP-SELLING SISTEM PEMESANAN KARTU UNDANGAN DENGAN PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Telah disetujui untuk diajukan kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Sistem informasi UN PGRI Kediri

Tanggal: 25 Juli 2016

Dosen Pembimbing I	*Dosen Pembimbing II*
Dr. Suryo Widodo, M.Pd.	Rini Indriati, S.Kom., M.Kom
NIDN. 0002026403	NIDN. 1081001070

ii

Skripsi oleh:

TRI AFRIANTO DJOHAN
NPM: 12.1.03.03.0279

Judul:

UP-SELLING SISTEM PEMESANAN KARTU UNDANGAN DENGAN PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Telah dipertahankan di depan panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Sistem Informasi Fakultas Teknik
UN PGRI KEDIRI
Pada Tanggal : 16 Agustus 2016

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :
1. Ketua _____ : Dr. Suryo Widodo, M.Pd. _____
2. Penguji I __ : Hermin Istiasih, M.T., M.M. _____
3. Penguji II __ : Rini Indriati, S.Kom., M.Kom. _____

Mengetahui,
Dekan Fakultas Teknik

Dr. Suryo Widodo, M.Pd.
NIP. 19640202 199103 1002

iii

UP-SELLING SISTEM PEMESANAN KARTU UNDANGAN DENGAN PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Tri Afrianto Djohan
12.1.03.03.0279
Teknik – Sistem Informasi
Afriantz11@gmail.com
Dr. Suryo Widodo, M.Pd. dan Rini Indriati, S.Kom., M.Kom.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Tri Afrianto Djohan : Up-Selling Sistem Pemesanan Kartu Undangan Dengan Penerapan Customer Relationship Management Studikasus Cv Ravenala Studio. Skripsi, Sistem Informasi, FT UN PGRI Kediri, 2016.

Penelitian ini dilatarbelakangi pengamatan dan pengalaman peneliti, dimana Ravenala Studio mengalami kendala menurunnya jumlah pendapatan karena kurangnya pemesanan, kadang kala adanya protes dari pelanggan disebabkan hasil yang kurang maksimal, serta untuk melakukan pemesanan harus datang ke studio. Ravenala Studio adalah studio foto terlengkap di Kecamatan Wates Kabupaten Kediri, Ravenala Studio berpacu pada bidang jasa baik itu kartu undangan, *prewedding*, desaign foto, vidiografi, pembuatan pin/gantungan kunci dan lain sebagainya..

Permasalahan Penelitian ini adalah bagaimana merancang sistem serta pembuatan aplikasi yang berguna untuk kemudahan transaksi pemesanan kartu undangan. Penerapan *UP-Seling* sebagai pendongkrak pemesanan kartu dan memperkenalkan program aplikasi ke masyarakat serta bagaimana cara perusahaan dalam melakukan pendekatan *Customer Relationship Management* (CRM) sebuah pendekatan yang mengintegrasikan setiap bisnis proses yang berhubungan langsung dengan pelanggan, yaitu kegiatan transaksi, loyalitas pelanggan dan secara komputerisasi mencangkup pendataan barang, jumlah pelanggan, loyalitas hubungan dengan pelanggan dan transaksi pemesanan. Hal ini dimaksudkan agar perusahaan mengetahui kartu undangan yang laris dipasaran serta apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga dapat terjalin hubungan dan loyalitas yang baik dengan pelanggan.

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah dengan adanya program aplikasi Customer Relationship Management dapat membantu studio menjadi lebih efektif. Dimana pelanggan tidak harus datang ke studio tapi dapat melakukan pemesan melalui online, dapat mengetahui model kartu apa yang laris dipasaran, terbentuknya loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Customer Relationship Management, pemesanan, loyalitas pelanggan

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Dengan semakin praktisnya cara hidup masyarakat yang menuntut segala sesuatunya dapat dilakukan dengan cepat dan mudah maka peningkatan kualitas pelayanan disegala jenis usaha seperti dibidang jasa menjadi hal yang mutlak dilakukan. Kemudahan akses pelayanan dibidang jasa merupakan salah satu faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih produk jasa. Salah satunya adalah jasa pemesanan kartu undangan dengan perkembangan informasi menyebabkan konsumen mulai bingung dengan banyaknya jumlah produk dan jasa yang ditawarkan saat ini.

Pada beberapa perusahaan saat ini sangat populer penggunaan system strategi manajemen untuk membina hubungan dengan pelanggan, di antaranya dengan menerapkan sistem *Customer Relationship Management* (CRM). Dengan adanya CRM dapat terjalin relasi yang kuat di antara perusahaan dan konsumen, dan memberikan sedikit kepuasan pelanggan. Tujuan utama dari program kepuasan pelanggan adalah untuk membangun hubungan dengan pelanggan sehingga mereka menjadi pelanggan setia perusahaan dalam jangka panjang.

Penerapan *UP-Selling* harus didahului oleh analisis yang mendalam mengenai data transaksi pelanggan dengan menggunakan konsep yang melibatkan proses pengambilan sumber informasi dari sebuah transaksi pelanggan, yang mencakup produk apa yang mereka beli, perilaku pembelian pelanggan, dan lain-lain. Melalui pengetahuan yang didapat, perusahaan dapat meningkatkan pendapatannya dan mengurangi biaya, dan pada akhirnya di masa yang akan datang perusahaan dapat lebih kompetitif.

Dilatarbelakangi oleh kondisi itu, maka peneliti melakukan perancangan studi menggunakan pemrograman berbasis web serta menjadikannya ke dalam penelitian dengan judul : "**UP-Selling Sistem Pemesanan Kartu Undangan Dengan Penerapan Customer Relationship Management**"

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, adapun rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut

a. Bagaimana merancang sistem informasi dengan *Customer Relationship Management* di CV Ravenala Studio?
b. Bagaimana membuat program aplikasi dengan *Customer Relationship Management* di CV Ravenala Studio?

3. Tujuan

Membuat sistem pemasaran pada Studio guna mencatat, menyimpan, dan menampilkan transaksi pemesanan kartu undangan.

a. Menghasilkan rancangan sistem informasi. *Customer Relationship Management* di CV Ravenala Studio.
b. Menghasilkan program aplikasi. *Customer Relationship Management* di CV Ravenala Studio

B. LANDASAN TEORI

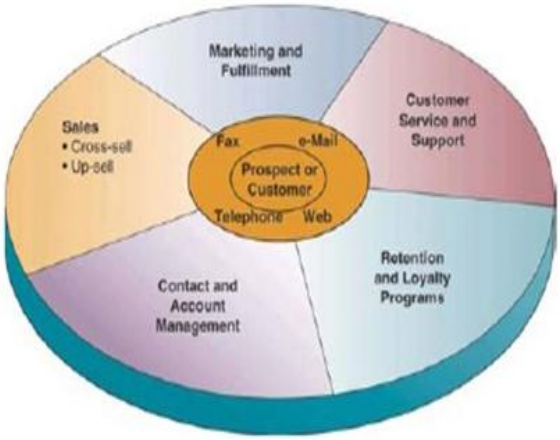
Dasar Teori

1. *Customer Relationship Management*

CRM merujuk pada sudut pandang pemasaran dan teknologi informasi. Beberapa definisi CRM dari berbagai literatur yang berhasil digali antara lain adalah:

a) Dari sisi yang berkaitan dengan teknologi informasi, CRM adalah "sebuah strategi untuk mengoptimalkan nilai *lifetime* pelanggan *customer lifetime value* dengan cara mengetahui lebih banyak mengenai informasi pelanggan dan berinteraksi dengan pelanggan secara intensif (Todman, 2001)"
b) Dari sisi komunikasi dan manajemen, CRM didefinisikan sebagai "sebuah pendekatan perusahaan untuk memahami dan mempengaruhi perilaku pelanggan melalui komunikasi yang intensif dalam rangka meningkatkan akuisisi pelanggan, mempertahankan pelanggan, loyalitas pelanggan (Swift, 2001)"
c) Definisi CRM jika dilihat dari segi bisnis dapat diartikan sebagai "sebuah strategi bisnis untuk memahami, mengantisipasi dan mengelola kebutuhan pelanggan yang potensial dalam suatu organisasi pada saat sekarang dan yang akan dating (Brown, 2001) "

Tujuan CRM adalah untuk meningkatkan penghasilan dari kepuasan pelanggan. Mengatur interaksi dengan pelanggan secara terusmenerus, hal ini berguna untuk membangun nilai kepuasan, serta keuntungan dari hubungan dengan pelanggan atau loyalitas pelanggan. (Tunggal, 2000)



Gambar Aktifitas CRM

Daur hidup CRM terdiri dari tiga fase: mendapatkan (*acquiring*) pelanggan, meningkatkan (*enhancing*) layanan pelanggan, dan mempertahankan (*retaining*) pelanggan (Kalakota, 2000). Masing-masing fase tersebut meningkatkan kedekatan dan

pemahaman antara perusahaan dan pelanggannya. Tiga fase CRM adalah sebagai berikut:

a) Mendapatkan (*acquiring*) Pada tahapan ini perusahaan melakukan strategi bisnis dengan cara memberikan kesan baik kepada konsumen terhadap perusahaan dengan menyediakan pelayanan terbaik yang dimiliki perusahaan supaya konsumen tertarik untuk melakukan transaksi dengan perusahaan hingga menghasilkan pelanggan baru.
b) Meningkatkan (*enhancing*) potensial pelanggan yang sudah ada: meningkatkan kenyamanan hubungan, memberi apa yang di inginkan konsumen dengan menetapkan cross-selling dan up-selling, dengan demikian dapat memperluas dan memperdalam hubungan tersebut.
c) Mempertahankan (*retaining*) pelanggan yang potensial: fokus kepada pemberian layanan yang bersifat adaptif bukan kepada apa yang diinginkan pasar, tetapi apa yang diinginkan pelanggan.

2. UP- Selling

Up-Selling adalah teknik penjualan yang menawarkan pelanggan untuk membeli barang-barang lebih mahal, terbaru atau lainnya, untuk membuat penjualan lebih menguntungkan. Contoh dari penggunanaan *Up –selling* adalah konsumen ingin membeli prodak A, akan tetapi warna tidak sesuai dengan keinginan dan karyawan menawarkan produk B dengan warna sesuai, kualitas lebih baik, tetapi harga yang sedikit mahal. (Wikipedia, 2015)

3. Database

Pangkalan data atau basis data adalah kumpulan informasi yang disimpan di dalam komputer secara sistematik sehingga dapat diperiksa menggunakan suatu program komputer untuk memperoleh informasi dari basis data tersebut. (Wikipedia, 2015).

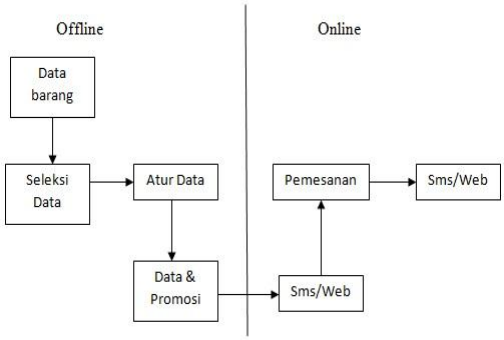
4. MySQL

MySQL merupakan salah satu DBMS yang gratis dan *open source,* dikembangkan, dan didistribusikan. *SQL* (*Structured Query Language*) adalah bahasa yang digunakan untuk mengakses basis data yang tergolong relasional. (Madcoms, 2008).

C. PERANCANGAN SISTEM

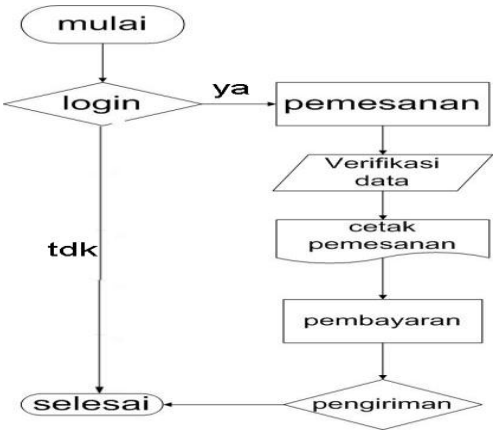
1. Konsep CRM Pada Sistem

Dengan kegiatan marketing mengelola seluruh aspek daur hidup pelanggan, mulai dari karyawan mendapatkan, meningkatkan hingga mempertahankan customer pada sistem yang ada kedalam komponen bagian



2. *Flowchart*

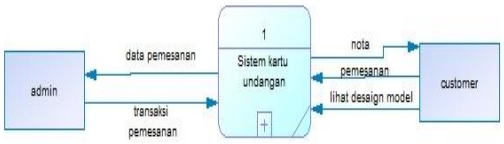
Flowchart merupakan bagan yang menjelaskan secara rinci langkah- langkah dari proses aplikasi sistem



3. DFD (*Data Flow Diagram*)

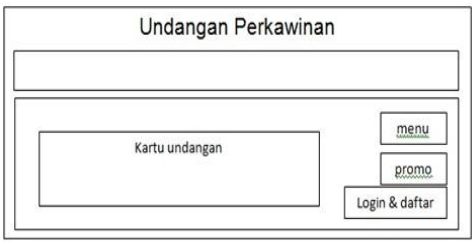
DFD adalah diagram yang dirancang pada alur yang menggambarkan pembagian sistem ke modul yang lebih kecil dari sebuah sistem

Context Diagram



4. *Perancangan Tampilan*

Menu tampilan merupakan menu utama sebelum kita masuk ke dalam tampilan berikutnya, dimana terdapat kartu undangan, menu yang berisi beranda, cara pesan, tentang kami, komentar dan terakhir login dan daftar.



D. IMPLEMENTASI

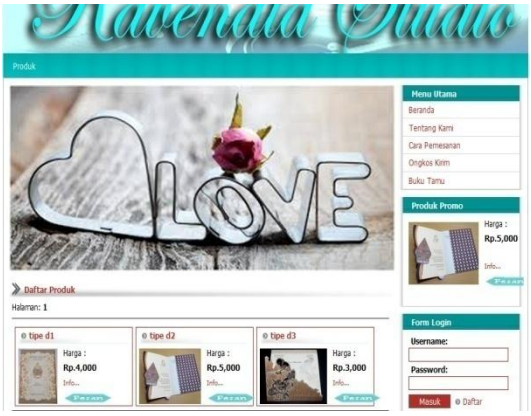
1. Form aplikasi

Form aplikasi pemesanan ini yang berstudi kasus UD Ravenala Studio ini dibagi menjadi dua form aplikasi yaitu

a. Form aplikasi Admin : Pada form aplikasi ini dilakukan proses manajemen data produk barang, data anggota, laporan pemesanan dan menu

b. Form aplikasi Anggota : Di dalam aplikasi ini hanya terdapat proses transaksi pemesanan kartu undangan, laporan pemesanan dan menu bagian . Pada form ini juga terdapat menu cetak untuk memudahkan anggota.

2. Tampilan Sistem



E. Kesimpulan

Dari hasil rancangan dan pembuatan program alpikasi *Customer Relationship Management* yang berbasis web, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. Telah dihasilkan rancangan sistem informasi *Customer Relationship Management* pada CV. Ravenala Studio, dalam pembuatan rancangan sistem menggunakan *PowerDesigner*. Rancangan sistem ini tidak dievaluasi dengan *PowerDesigner* dengan mode *zerro error*
2. Telah dihasilkan program aplikasi *Customer Relationship Management* dengan spesifikasi adanya dua *form* aplikasi admin dan anggota. *Form* admin terdiri dari data produk, data anggota, laporan pemesanan, dan menu bagian. *Form* anggota terdiri dari pemesanan, laporan, dan menu bagian.

F. DAFTAR PUSTAKA

Brown, S. A. (2001). Customer Relationship Management : A Strategic Imperative in the World of e-Business. Kanada: Jhon Wiley and Sons Ltd.

Greenberg, Paul. 2002. CRM at the speed of Light: Capturing and Keeping Customers in Internet Real Time. 2nd Edition. California : McGraw-Hill Book Co

Jill Dyche,, 2002 - The CRM Handbook. Addison-Wesley, USA.

Jogiyanto H. M. 2003. Sistem Teknologi Informasi. Yogyakarta: Andi Offset.

Kalakota, R. (2000). *E-Business 2.0: Roadmap forSuccess.* Addison-Wesley Pub Co.

Kurniawan A11, Ardhi. 2009, Perancangan CRM Pada PO Dedy Jaya Berbasis Website Menggunakan Metode User Centered Design (UCD). Semarang Universitas Dian Nuswantoro.

Kuniawan, Daniel. 2009. Penerapan Aplikasi Crm *(Customer Relationship Management)* Berbasis Web. Jakarta. Universitas Binus

Madcoms. 2008. *PHP & MySQL Untuk Pemula.* Yogyakarta : Andi Offset. Hal 1.

Rivai Y, Bahtera. 2009. Pengembangan Aplikasi CRM Berbasis Web. Jakarta. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Sutanta E. 2003. Sistem Informasi Manajemen. Edisi pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu..

Sutedjo B. 2002. Perencanaan dan Pembangunan Sistem Informasi. Yogyakarta: Andi Offset.

Swift, R. S. (2001). Accelerating Customer Relationships – Using CRM and Relationship Technologies. Prentice Hall Inc.

Todman, C. (2001). Designing a Data Warehouse – Supporting Customer .

Relationship Management. Hewlett Packard.

Tunggal. Amin W, 2000. Konsep Dasar Customer Relationshio Managemen,. Harvarindo, Jakarta.

Wijayanti, Teti, dan Imam Azhari. 2011. Pengembangan CRM Berbasis Web pada Griya Muslim Flora. Yogyakarta : Universitas Ahmad Dahlan.

Wikipedia. 2015. *Database*. http://id.wikipedia.org/wiki/Basis_data/. Diakses 16 November 2015.

Wikipedia, 2016. Up-Selling. https://en.wikipedia.org/wiki/Upselling. Halaman ini terakhir diubah pada 07 Januari 2016