JURNAL

SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* PADA KEDAI PRAMUKA SCOUT ADDICT

SALES INFORMATION SYSTEM BASED CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TO STORE SCOUT SCOUT ADDICT

Oleh:

AKHMAD ZOGGA ZAKARIA

12.1.03.03.0129

Dibimbing oleh :

1. **Suratman, S.H., M.Pd**
2. **Nisa Miftachurohmah, S.Kom, M.Si**

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Akhmad Zogga Zakaria
NPM : 12.1.03.03.0129
Telepun/HP : 0856 0799 2809
Alamat Surel (Email) : zogga.akhmad@gmail.com
Judul Artikel : **SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* PADA KEDAI PRAMUKA SCOUT ADDICT**
Fakultas – Program Studi : Teknik - Sistem Informasi
Nama Perguruan Tinggi : Universitas Nusantara PGRI Kediri.
Alamat Perguruan Tinggi : JL. K.H. Achmad Dahlan No. 76 Tel: (0354) 771536, 771503 Kediri.

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 26 Januari 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Suratman, S.H., M.Pd NIDN. 0719036102	Nisa Miftachurohmah, S.Kom, M.Si NIDN. 0724048902	Akhmad Zogga Zakaria NPM. 12.1.03.03.0129

Skripsi Oleh :

AKHMAD ZOGGA ZAKARIA

NPM : 12.1.03.03.0129

Judul:

SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) PADA KEDAI PRAMUKA SCOUT ADDICT

Telah disetujui untuk dilanjutkan
Guna Penulisan Skripsi/ Tugas Akhir
Program Studi Sistem Informasi Fakultas Teknik
UN PGRI Kediri

Tanggal : 22 Desember 2016

Dosen Pembimbing I	Dosen Pembimbing II
Suratman, S.H., M.Pd	**Nisa Miftachurohmah, S.Kom, M.Si**
NIDN. 0719036102	NIDN. 0724048902

Skripsi Oleh :

AKHMAD ZOGGA ZAKARIA

NPM : 12.1.03.03.0129

Judul:

SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) PADA KEDAI PRAMUKA SCOUT ADDICT

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Sistem Informasi Fakultas Teknik
UN PGRI Kediri

Tanggal : 16 Januari 2017

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Suratman, S.H., M.Pd .....
2. Penguju I : Ahmad Bagus Setiawan, S.T., M.M., M.Kom. .....
3. Penguji II : Rina Firliana, M.Kom. .....

Mengetahui,
Dekan Fakultas Teknik

Dr. Suryo Widodo, M.Pd.
NIP : 196402021991031002

iii

SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* PADA KEDAI PRAMUKA SCOUT ADDICT

Akhmad Zogga Zakaria
12.1.03.03.0129
Teknik – Sistem Informasi
zogga.akhmad@gmail.com
Suratman, S.H., M.Pd., Nisa Miftachurohmah, S.Kom, M.Si
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

AKHMAD ZOGGA ZAKARIA : Sistem Informasi Penjualan Berbasis *Customer Relationship Management (Crm)* Pada Kedai Pramuka Scout Addict.

Kedai Pramuka Scout Addict adalah toko yang menjual berbagai perlengkapan Pramuka. Kedai Pramuka Scout Addict dituntut untuk meningkatkan kepuasan pelayanan dan menjalin hubungan yang kuat dengan pihak pelanggan secara jangka panjang. Oleh sebab itu, Kedai Pramuka Scout Addict perlu menetapkan strategi yang berfokus pada kepuasan dan kebutuhan pelanggan sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan dan meningkatkan keuntungan bagi Kedai Pramuka Scout Addict. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah CRM.

Strategi CRM (*Customer Relationship Management*) bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam memesan barang sesuai dengan apa yang pelanggan inginkan dan meningkatkan kualitas dan kuantitas komunikasi untuk membina hubungan yang baik berdasarkan saling mengerti dan percaya. Dengan adanya sistem implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) dapat membantu pimpinan dalam mempertahankan pelanggan dan mencari pelanggan baru dan dapat mengimplementasikan aplikasi berbasis *Customer Relationship Management* pada Sistem Informasi Penjualan Pada Kedai Pramuka Scout Addict. Sehingga dapat diterapkan dan dapat membantu kelancaran pemesanan pada usaha.

Hasil pengujian setelah implementasi CRM berbasis *web* membantu Kedai Pramuka Scout Addict untuk memberikan informasi tentang produk Kedai Pramuka Scout Addict, memberikan bukti *testimonial* terpercaya untuk pelanggan, juga memberikan kemudahan dalam memesan barang sesuai dengan apa yang pelanggan inginkan, meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan dengan kemudahan memberikan perhatian kepada pelanggan serta pengiriman informasi yang dibutuhkan. Selain itu, CRM juga membantu Kedai Pramuka Scout Addict dalam kelancaran pemasaran dan promosi.

Kata Kunci: Sistem Informasi, Penjualan, *Customers Relationship Management (CRM), Web.*

I. LATAR BELAKANG

Persaingan dunia bisnis di era globalisasi saat ini semakin ketat. Diikuti dengan pesatnya perkembangan teknologi, sistem informasi, dan ilmu pengetahuan mengakibatkan para pelaku bisnis berupaya untuk meningkatkan kemampuan dan keunggulan mereka dengan mengerahkan seluruh potensi yang ada. Mereka dituntut untuk lebih inovatif dan kreatif dalam mengelola perusahaannya agar dapat bertahan dalam dunia bisnis, serta dibutuhkan strategi khusus agar para

pelanggan tidak berpaling kepada pesaingnya Strategi pemasaran yang berbasis pada upaya menciptakan hubungan antara pihak perusahaan dengan pelanggan lebih dikenal dengan istilah *Customer Relationship Management* (CRM). Penerapan program *Customer Relationship Management*(CRM), diharapkan mampu membuat pelanggan menjadi setia kepada perusahaan sehingga hubungan yang terjadi tidak hanya hubungan antara penjual dan pembeli, tetapi lebih mengarah kepada suatu hubungan mitra. Perusahaan menjadi lebih memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan sehingga pelanggan enggan untuk berpaling kepada pesaing (Gaffar,2007).

Kedai Pramuka Scout Addict merupakan sebuah toko yang menyediakan berbagai atribut Pramuka. Toko ini memiliki strategi yang baik dalam menghadapi persaingan bisnis yang cukup ketat serta lebih mengedepankan pelanggan (*customer oriented*) daripada keuntungan semata (*profit oriented*). Namun demikian, sejauh mana implementasi dari strategi *Customer Relationship Management* (CRM) yang dilakukan oleh Scout Addict. Dampaknya terhadap perusahaan serta hambatan yang dihadapi oleh Scout Addict guna meningkatkan loyalitas merupakan hal yang menarik untuk dikaji lebih lanjut.

Untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan maka, permasalahan ini harus diselesaikan dengan cara memperbaiki situs web yang telah ada agar berfungsi dengan baik dan dapat digunakan untuk menunjang aplikasi yang berbasiskan web. Berdasarkan latar belakang judul penelitian sebagai solusi permasalahan yang ada, yaitu :

"SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) PADA KEDAI PRAMUKA SCOUT ADDICT"

II. ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

A. Analisis Sistem Yang Berjalan

Sistem yang digunakan di kedai pramuka Scout Addict untuk memberikan layanan pesanan barang yang diinginkan saat ini adalah *customer* bisa memesan melalui blog yang sudah ada, kemudian konfirmasi pesanan dan alamat melalui facebook atau media sosial lainnya. Atau juga bisa datang langsung ke toko Scout Addict.

B. Perancangan Sistem yang Diajukan

Perancangan sistem *Customer Relationship Management* kedai pramuka

Scout Addict yang diajukan ini, terdiri dari perancangan proses, perancangan *basis data*, perancangan *database* dan perancangan *desain interface*.

C. Perancangan Proses

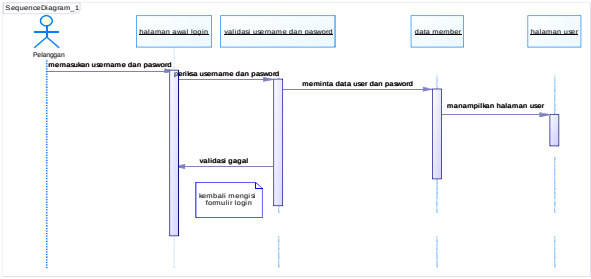
1. *Use Case Diagram*

Di bawah ini merupakan gambar *use case* yang penulis pakai untuk mengimplementasikan ke dalam sebuah model.

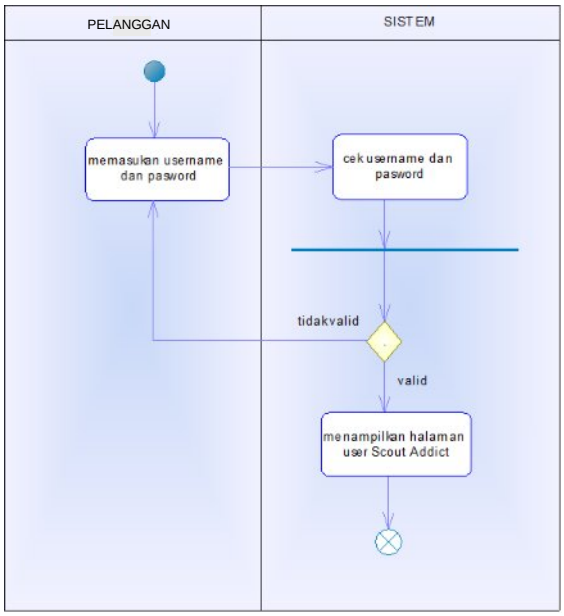
Gambar 2.1 *Diagram Use Case* Kedai Pramuka Scout Addict

1. *Logika Procedural Usecase Login*

Diagram berikut menggambarkan skenario dalam melakukan login kedalam sistem oleh user yang telah memiliki hak akses. User yang dapat melakukan *login* adalah pelanggan, admin, karyawan, dan pemilik toko.



Gambar 2.2 *Sequence Diagram Usecase Login*



Gambar 2.3 *Activity Diagram Usecase Login*

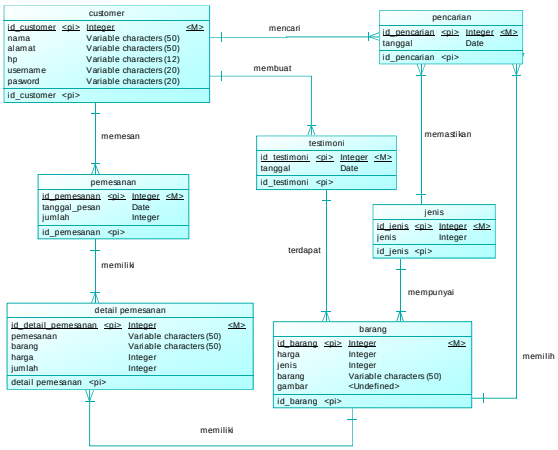
dengan pelanggan yang sudah ada sebelumnya, karena dapat menekan pengeluaran yang berlebih dan tidak dibutuhkan, serta dapat menarik pelanggan yang baru. Oleh sebab itu, usaha untuk memahami dan mengerti kebutuhan-kebutuhan para pelanggan sangat dibutuhkan untuk menjaga kepercayaan pelanggan dan meningkatkan nilai loyalitas pelanggan terhadap perusahaan (McLeod dan Schell, 2007).

D. Perancangan Basis Data

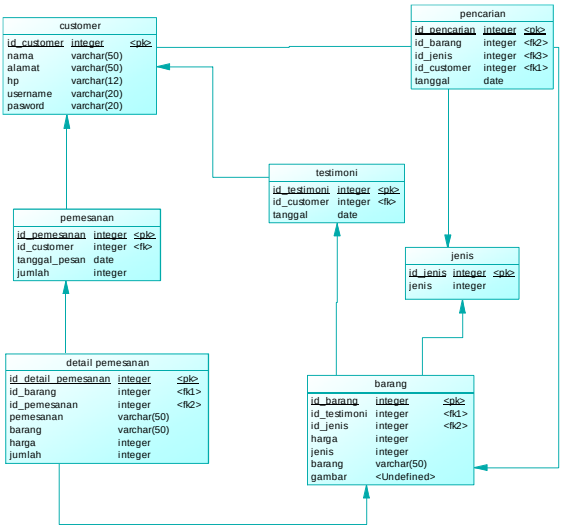
Berikut ini perancangan basis data sistem *Customer Relationship Management* pemesanan undangan yang di usulkan :

1. Perancangan *Entity Relationship Diagram (ERD)*

Diagram *relasi entitas (ERD)* menggambarkan hubungan entitas yang terdapat pada salah satu table dengan *entitas* table yang lainnya. Berikut ini relasi tabel yang menggambarkan sistem *Customer Relationship Management* pemesanan atribut pramuka.



Gambar 2.4 *Conseptual Data Model* (CDM)



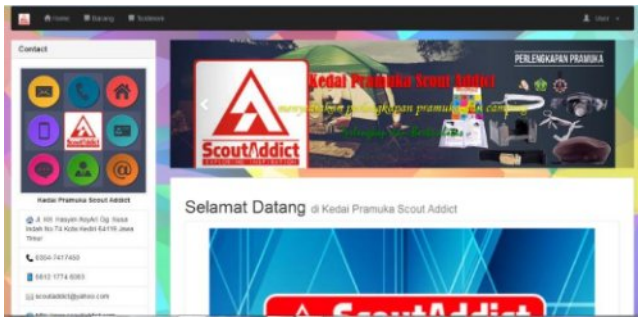
Gambar 2.5 *Physical Data Model* (PDM)

III. HASIL DAN KESIMPULAN

A. Halaman awal

Halaman awal adalah halaman utama ketika pengguna pertama kali membuka sistem CRM ini. Halaman ini merupakan halaman utama *customer* yang mempunyai menu :

a. Home

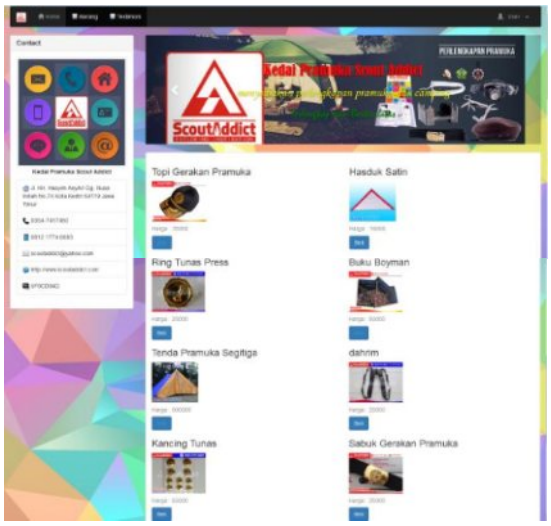


Gambar 3.1 Tampilan Halaman *Home*

Penjelasan Gambar 3.1

Pada halaman ini, terdapat menu *home*, barang dan *testimoni* yang bisa dipilih oleh orang yang mengunjungi sistem *website* ini tanpa harus *login* terlebih dahulu, atau yang belum melakukan *registrasi*.

b. Barang

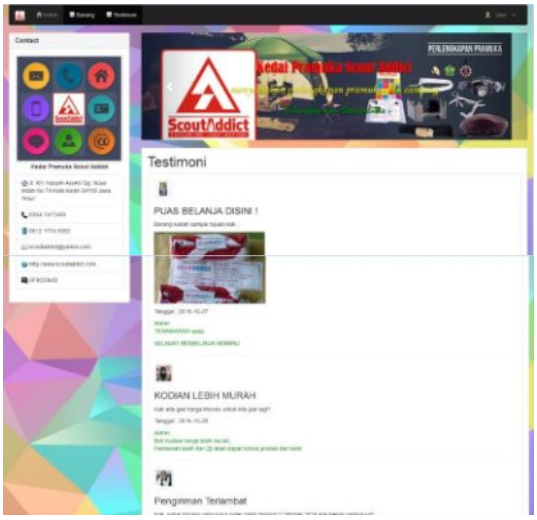


Gambar 3.2 Tampilan halaman barang

Penjelasan Gambar 3.2

Pada halaman barang ini berisi katalog barang yang tersedia di Kedai Pramuka Scout Addict yang dapat dilihat oleh semua orang tanpa harus *login* terlebih dahulu. Apabila pengunjung *website* melakukan pembelian sebelum *login*, sistem akan memunculkan menu *registrasi*. Jadi *customer* dapat memesan barang apabila sudah terdaftar di sistem ini.

c. Testimoni



Gambar 3.3 Tampilan halaman *testimoni*

Penjelasan Gambar 3.3

Pada halaman *testimoni customer* dapat melihat *testimoni* dari pelanggan - pelanggan lainya, baik mengenai komplain atau kepuaasan pelanggan. Sehingga *customer* dapat melihat sendiri kelebihan ataupun kekurangan dari sistem ini.

d. Register customer

Gambar 3.4 Tampilan menu *register*

Penjelasan Gambar 3.4

Pada menu *register* ini *customer* dapat mendaftarkan diri dengan cara mengisi keterangan pada kolom *register* yaitu nama, alamat, menambahkan poto, nomer hp, *username* dan *pasword*.

e. Menu *Login*

Gambar 3.5 Tampilan menu *login*

Penjelasan Gambar 3.5

Pada tampilan menu *login* ini *customer* dan *admin* dapat masuk ke *website* Sistem Informasi Penjualan berbasis CRM ini. Dengan cara memasukan *username pasword* dan memilih status *admin* ataupun *customer* yang telah terdaftar.

B. Kesimpulan

Dari proses analisis, perancangan dan implementasi yang dilakukan pada bab-bab

sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Telah dihasilkan suatu Sistem Informasi Penjualan di Kedai Pramuka Scout Addict Berbasis *Customers Relationship Management.*
2. Sistem yang dibangun dapat menampilkan secara online tentang layanan dan produk di Kedai Pramuka Scout Addict secara luas.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Berson, Alex, Stephen, Smith and Kurt, Thearling. (2000). *Building Data Mining Application For CRM*. McGrawHill, New York.

Nugroho, Bunafit. (2004), Aplikasi Pemrograman Web Dinamis dengan PHP dan MySQL, Gava Media, Yogyakarta.

Dharwiyanti, S., Wahono, R.S. 2003. Pengantar Unified Modeling Languages (UML).

Dyche, Jill. (2002). *The CRM Handbook: A Business Guide to Customer Relationship Management.* USA: Addison – Wesley.

Gaffar, Vanessa. 2007. *CRM dan MPR Hotel.* Bandung: Alfabeta

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

MADCOMS. (2006). *PHP dan MySQL*. Madiun: ANDI.

Mcleod, Raymond dan Schell. 2007. Sistem *Informasi Manajemen. Edisi9*. Jakarta: PT Index.

Newell, Frederick (2000). *Loyalty.com: Customer Relationship Management in the New Era of Internet Marketing*. New York: McGraw-Hill.

Sunardi, Firdaus K. 2007. *Tracer Study* Berbasis *Web* pada Sistem Informasi Alumni. Palembang: Maxikom.