

SKRIPSI

**RANCANG BANGUN *COSTUMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT PELATIHAN KELAS PERPAJAKAN
PADA PT. SAFA TAX CENTER PALEMBANG**



Oleh :

Apriyani Pertiwi

1721240047

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER DAN REKAYASA
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG
PALEMBANG
2022**

**Fakultas Ilmu Komputer dan Rekayasa
Universitas Multi Data Palembang**

Program Studi Sistem Informasi
Skripsi Sarjana Komputer
Semester Gasal Tahun 2021 / 2022

**RANCANG BANGUN *COSTUMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT PELATIHAN KELAS PERPAJAKAN
PADA PT. SAFA TAX CENTER PALEMBANG**

Apriyani Pertiwi 1721240047

Abstrak

PT. Safa Tax Center merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak di bidang pelatihan perpajakan berdiri pada tahun 2021. PT Safa Tax Center yang beralamat di jalan Graha Edukasi, Jl.MP.Mangkunegara No.5, Bukit Sangkal, Kec. Kalidoni Kota Palembang, Sumatera Selatan. Dalam Proses bisnis Perusahaan ini melayani pelatihan perpajakan Brevet A dan B terpadu, workshop dan seminar. Dalam perancangan sistem yang akan dibuat nantinya akan menggunakan metodologi iterasi yang setiap tahapannya dapat dilakukan secaraberulang. Aplikasi ini dirancang menggunakan metodologi iteratif yang terdiri dari fase perencanaan, fase analisis masalah, fase perancangan, fase implementasi, dan fase pemeliharaan dengan bahasa pemrograman yang digunakan yaitu *PHP*, *JavaScript*, *CSS* dan *HTML*, sedangkan *MySQL* sebagai *database*. Hasil yang didapat adalah sebuah aplikasi Manajemen Hubungan Pelanggan yang dapat meningkatkan hubungan pelanggan dengan perusahaan tersebut

Kata Kunci : Manajemen Hubungan Pelanggan, Safa Tax Center, Metodologi Iterative.



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era modern sekarang ini teknologi selalu berkembang secara pesat menjadi kebutuhan manusia dalam menggunakan teknologi karena apa yang mereka cari maka dengan mudah mereka temui dengan adanya teknologi. Tingkat persaingan perusahaan sangat pesat jika perusahaan tersebut tidak dapat menggunakan teknologi yang sudah ada maka perusahaan tersebut tidak banyak orang tahu sehingga pendapatan perusahaan menurun dan juga hubungan antara pelanggan sangat minim dilakukan karena tidak adanya pelanggan yang datang atau menanyakan di *website* perusahaan tersebut. Maka untuk itu dibutuhkan suatu penyaluran informasi yang cepat dan akurat pada perusahaan tersebut agar perkembangan bisnis maupun teknologi semakin berkembang dan dapat meningkatkan. Dalam dunia bisnis tidak hanya bergantung pada kualitas produknya saja, tetapi juga melihat dari sisi kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Kepuasan konsumen berperan penting dalam pemasaran suatu produk di perusahaan tersebut sehingga untuk memenuhi kebutuhan konsumen perusahaan harus bisa memahami kebutuhan pelanggan yang sebanyak di cari oleh

konsumen dan perusahaan harus bisa memenuhi kebutuhan apa yang diperlukan konsumen agar konsumen tersebut dapat merasa puas pada pelayanan yang diberikan perusahaan. Dan juga perusahaan dapat mempertahankan hubungan pelanggan atau customer relationship.

Customer Relationship Management (CRM) merupakan kombinasi dari proses bisnis ditambah teknologi, yang bertujuan untuk mengerti berbagai perspektif pemakai. Kombinasi tersebut juga berguna untuk membedakan daya saing produk dan jasa. Sedangkan, *electronic customer relationship management* merupakan penggunaan dari teknologi untuk melayani dan mencapai keinginan pelanggan yang menyebabkan adanya nilai tambah perusahaan pada pelanggan.

CRM merupakan sebuah perubahan dan strategi dari perusahaan yang digunakan untuk menangani interaksi yang terjadi dengan pelanggan dan perusahaan. sehingga dapat mengetahui informasi seputar pelanggan, mulai dari keluhan, permintaan produk dan jasa layanan yang dapat meningkatkan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan.

Perusahaan sudah banyak menerapkan sistem kerja yang terkomputerisasi, yang mana di dalam suatu sistem informasi memiliki peran penting untuk menyelesaikan banyak pekerjaan, meningkatkan kinerja, serta membantu pencapaian tujuan perusahaan, seperti memberikan informasi kepada manager untuk membuka lapangan kerja pelatihan perpajakan. Berdasarkan jurnal terdahulu tentang “Perancangan sistem *electronic costumer relationship management* (E-CRM) guna membantu peningkatan pelayanan dan loyalitas

pelanggan studi kasus lembaga pendidikan kumon “yang ditulis oleh Filania Rahayu dan hendri irawan tahun 2019. Dalam pokok permasalahanya selama ini, prosedur kerja kumon masih dilakukan secara manual. Dalam hal promosi dilakukan dengan cara menyebarkan brosur dan pemasangan spanduk di berbagai tempat, dalam proses pendaftaran dan pembayaran masih dilakukan dengan mencatat, dalam penyampaian informasi dilakukan dengan cara menghubungi satu persatu orangtua dengan menggunakan media telepon dan penyampaian keluhan dilakukan dengan menggunakan aplikasi *whattshapp messenger* menyebabkan sulitnya mendapatkan siswa baru dan menurunnya loyalitas dan pelayanan terhadap pelanggan.

PT Safa Tax Center adalah perusahaan yang bergerak di bidang pelatihan perpajakan. Pelatihan perpajakan yang dimiliki oleh PT *Safa Tax Center* adalah pelatihan Brevet A dan B, workshop, dan seminar. Pelanggan yang dimiliki oleh PT Safa Tax Center antara lain mahasiswa, pekerja kantoran, dan para pebisnis yang ingin mempelajari tentang perpajakan terjadinya keterbatasnya media pelayanan perusahaan dalam memberikan penawaran pelatihan, sehingga masih banyaknya pelanggan yang belum mengetahui secara detail tentang produk pelatihan yang diberikan.

Dalam PT. Safa Tax Center saat mencari informasi mengenai pelanggan atau yang telah mengikuti pelatihan sebelumnya, admin harus mencari data dalam buku data pelanggan sehingga membutuhkan waktu yang lebih lama. Ketika pelanggan ingin memberikan saran, perusahaan masih melalui via telepon

sehingga saran dan masukan kurang efektif. Dalam memberikan laporan belum terintegrasi secara baik membuat perusahaan mengalami kesulitan dalam tindakan selanjutnya secara periodik.

Dengan ini berdasarkan permasalahan yang telah penulis jelaskan diatas, PT Safa Tax Center membutuhkan Manajemen Hubungan Pelanggan yang diharapkan dapat membantu proses yang ada di dalam perusahaan berupa informasi dapat dikenal luas oleh masyarakat Untuk membantu PT Safa Tax Center menyelesaikan permasalahan diatas, maka penulis mengambil judul skripsi “Rancang Bangun *Costumer Relationship Management* Pelatihan Kelas Perpajakan Pada PT Safa Tax Center Palembang”.

1.2 Permasalahan

Berdasarkan dari latar belakang diatas, terdapat permasalahan yang terjadi pada PT. Safa Tax Center adalah sebagai berikut:

1. Proses pendaftaran dan mendapatkan informasi yang lengkap hanya bisa dilakukan di tempat pelatihan, sehingga masih banyaknya pelanggan yang belum mengetahui secara detail tentang produk pelatihan yang diberikan
2. Komplain dan saran hanya bisa dilakukan via telepon, hal ini dapat menyebabkan saran tidak tersampaikan secara efektif
3. Informasi laporan yang belum terintergrasi secara baik membuat perusahaan kesulitan dalam mengambil tindakan selanjutnya
4. *Reward* yang diberikan kepada pelanggan menjadi kekeliruan dari

perusahaan dalam menentukan pelanggan yang berhak untuk mendapatkan *reward* misalnya berupa *cashback*, potongan harga dan gratis bayar 1 bulan sehingga mengharuskan perusahaan melakukan evaluasi yang lebih pada transaksi yang dilakukan oleh pelanggan secara periodik.

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup pengembangan sistem sangat penting ditetapkan agar permasalahan tidak semakin luas. Sehingga berdasarkan permasalahan yang sudah diuraikan oleh penulis sebelumnya, maka penulis memberikan suatu batasan kepenulisan skripsi dan sistem pengembangnya sebagai berikut :

1. Berdasarkan judul skripsi ini, CRM yang akan dibangun berbasis *website*. Sistem yang dibangun dapat digunakan oleh pimpinan, pelanggan, dan admin.
2. Merancang sebuah sistem yang dapat menentukan pelanggan potensial.
3. Membuat sistem informasi mengenai produk-produk yang ada.
4. Sistem dapat mempermudah pimpinan, admin dan pelanggan dalam mendapatkan pelanggan yang akan diberikan *reward*.
5. Sistem ini dikembangkan dengan menggunakan bahasa pemrograman HTML, PHP, dan *javascript*.
6. MySQL sebagai *database*-nya dan *notepad++* sebagai alat bantu pengembangannya.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Adapun tujuan dari pembuatan sebuah Manajemen *Customer Relationship Management* ini sebagai berikut:

1. Pelanggan dapat melakukan pendaftaran pelatihan perpajakan melalui *website* yang akan dibangun.
2. Memberikan informasi seputar produk dan jasa yang ditawarkan oleh PT Safa Tax Center kepada pelanggan.
3. Dapat memberikan laporan untuk mempercepat pengambilan keputusan selanjutnya.

1.4.2 Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan dari *Customer Relationship Management* ini sebagai berikut:

1. Mempermudah pelanggan untuk melihat informasi produk dan jasa yang ditawarkan.
2. Mempermudah pelanggan untuk melakukan pendaftaran pelatihan perpajakan.
3. Mempermudahkan perusahaan untuk mendapatkan laporan secara akurat dan tepat.

1.5 Metodologi Pengembangan Sistem

Dalam pengembangan sistem penulis menggunakan sistem model *iterative*. Model *iterative* merupakan suatu model pengembangan sistem dimana tahap-tahapnya dapat dilakukan secara berulang-ulang. Metode iterasi memiliki Empat tahap pengembangan, yaitu sebagai berikut :

1. Perencanaan

Pada fase ini, dilakukan wawancara dan observasi pada PT. Safa Tax Center untuk mengetahui hal-hal yang dibutuhkan oleh perusahaan Maka dengan itu dapat menentukan pengembangan aplikasi yang cocok untuk PT. Safa Tax Center.

2. Analisis

Pada fase ini, masalah yang dilakukan adalah menganalisis sistem yang telah berjalan, dan yang diperoleh dari wawancara dengan manajer kemudian menyimpulkan permasalahan yang terjadi sehingga dapat menentukan kebutuhan sistem, serta menentukan fitur-fitur yang akan dibuat.

3. Perancangan

Pada fase ini penulis akan membuat gambaran apa yang seharusnya dikerjakan dan bagaimana tampilan antarmuka. DFD dan ERD menggunakan visual paradigm sebagai *toolsnya*.

4. Implementasi

Pada fase implementasi ini, penulis akan menerapkan rancangan aplikasi baik rancangan fitur, *userinterface* maupun *database* pada kode program

dengan menggunakan bahasa pemrograman HTML, PHP, dan *javascript*. MySQL sebagai *database*-nya dan *notepad++* sebagai alat bantu pengembangan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan uraian singkat mengenai sub bab tau isi bab demi bab yang akan ditulis dalam skripsi ini adalah, yang mana dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab 1 ini berisi tentang Latar Belakang, Maksud dan Tujuan, Kegunaan, Tempat Pelaksanaan, Jadwal Waktu Pelaksanaan, dan Sistematika Laporan.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas mengenai Literasi , persepsi masyarakat

BAB 3 METODELOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas mengenai jenis penelitian, variabel penelitian, definisi operasional variabel, jenis data dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB 4 PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas mengenai Literasi, persepsi masyarakat

BAB 5 PENUTUP

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan dan saran.



DAFTAR PUSTAKA

- A.S,Rosa dan M Shalahuddin. 2013. *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek*. Informatika. Bandung.
- Budi Sutedjo Dharma Oetomo. 2002. *e-Education. Konsep, Teknologi dan Aplikasi Internet Pendidikan*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Buttle, Francis. 2009. *Customer Relationship Management Concepts and Technologies (2nd edition)*. Elsevier Ltd.
- E Rochaety, P Rahayuningsih, PG Yanti. *Bumi Aksara, 2006 R Pontjorini, GY Prima, E Rochaety*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Fatta, Hanif Al 2008, *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi*, Andi Offset. Yogyakarta.
- Kadir, Abdul. 2014. *Pengenalan Sistem Informasi. Edisi Revisi*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran ed.Ketiga. Belas. Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM* : Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Rainer and Cegielski. 2011. *Introduction to Information Systems. (3rd Edition)*. Wiley. USA
- Raymond Mcleod, Jr. 2001. *Sistem Informasi Management Jilid Dua, Edisi. Bahasa Indonesia*. PT. Bhuana Ilmu Populer. Jakarta.
- Sutabri, Tata. 2012. *Analisis Sistem Informasi*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Sutarman. 2012. *Pengantar Teknologi Informasi*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.