

TUGAS AKHIR

**RANCANG BANGUN SISTEM MANAJEMEN HUBUNGAN
PELANGGAN PADA PT ANUGRAH PADANG SELASA**



Oleh:

Roberto Nicholas C

1923240068

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER DAN REKAYASA
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG
PALEMBANG
2023**

Fakultas Ilmu Komputer dan Rekayasa
Universitas Multi Data Palembang

Program Studi Sistem Informasi
Tugas Akhir Sarjana Komputer
Semester Gasal Tahun 2022/2023

**RANCANG BANGUN SISTEM MANAJEMEN HUBUNGAN
PELANGGAN PADA PT ANUGRAH PADANG SELASA**

Roberto Nicholas C 1923240068

Abstrak

Perkembangan sistem informasi telah mencapai kemajuan yang sangat cepat, salah satu kemajuan dari sistem informasi yaitu sistem informasi dapat membangun hubungan antar pelanggan dan penjual untuk mendukung proses bisnis di suatu perusahaan. Perkembangan dalam dunia bisnis mendorong perusahaan agar berusaha mengembangkan pelayanan kepada konsumen agar dapat bertahan dalam persaingan dunia bisnis. PT Anugrah Padang Selasa memiliki pelanggan dengan perilaku serta kebutuhan yang beragam sehingga cara untuk mempermudah perusahaan dalam memberikan pelayanan dan pemasaran kepada konsumen yakni dengan aplikasi CRM (*Customer Relationship Management*). Metode pengembangan sistem yang digunakan yaitu *Rational Unified Process* atau yang sering dikenal RUP. *Rational Unified Process* atau proses iteratif dan *incremental* merupakan pendekatan pengembangan perangkat lunak yang dilakukan secara berulang, berfokus pada arsitektur, dan lebih diarahkan berdasarkan penggunaan kasus. CRM (*Customer Relationship Management*) berpusat pada pendayagunaan data konsumen yang berupa data penjualan, data pembayaran, catatan loyalitas, respon dari konsumen mengenai promosi pemasaran, serta data layanan konsumen, dan lain-lain, yang berguna untuk mengembangkan *customer value* dan *company value*. Maka dari itu CRM (*Customer Relationship Management*) menjadi suatu bagian yang penting bagi perusahaan yang berfokus pada pelanggan dan pemasaran.

Kata kunci: Sistem informasi, Perusahaan, Pelanggan, Pelayanan, Pemasaran



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sistem informasi merupakan sebuah sistem yang berhubungan dengan kepentingan dari perusahaan yang dapat memberi dukungan bagi pelaksanaan dari perusahaan yang memiliki sifat manajerial terkait suatu strategi yang dilakukan oleh suatu perusahaan sehingga perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumennya dengan suatu informasi yang dibutuhkan untuk mengambil suatu tindakan. Penerapan terkait sistem informasi telah mencapai kemajuan yang sangat cepat, salah satunya dalam hal sistem informasi yang memiliki keterkaitan terhadap hubungan antar pelanggan dan penjual. Sistem informasi merupakan suatu hal yang sangat penting pada hubungan antar pelanggan dan penjual untuk memberi dukungan pada proses berbisnis pada perusahaan.

Seiring berjalannya waktu, perkembangan dalam dunia bisnis memberikan dorongan pada perusahaan agar selalu berusaha mengembangkan pelayanan kepada konsumen, untuk tetap bertahan dalam persaingan dunia bisnis. Persaingan tersebut salah satunya yaitu mempertahankan pelanggan. Pada zaman ini terjadinya suatu transisi paradigma pada dunia berbisnis sehingga perusahaan harus didorong untuk

dapat beradaptasi. Perilaku konsumen yang beragam serta kebutuhan mereka harus dimengerti oleh para pelaku usaha. Cara untuk mempermudah dalam memberikan pelayanan kepada konsumen yakni dengan pendekatan CRM (*Customer Relationship Management*).

CRM (*Customer Relationship Management*) merupakan strategi pada dunia bisnis yang berfokus kepada konsumen (Buttle, 2007,3). Diciptakan suatu perangkat lunak (*Software*) yang informatif dan komunikatif serta memberikan kemudahan dengan cara perekaman dan pengelolaan *database* penjualan. Segala kemudahan ini ditunjukkan untuk menghasilkan kenyamanan pada penjual dalam mempromosikan dan menawarkan produk kepada konsumen baru maupun konsumen lama. Dengan kenyamanan ini konsumen lama mungkin dapat dipertahankan.

Penerapan CRM (*Customer Relationship Management*) berpusat pada otomatisasi proses bisnis yang memiliki keterkaitan terhadap usaha dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Aplikasi pada CRM (*Customer Relationship Management*) memberikan suatu kemudahan dalam proses pemasaran pada perusahaan. Selain itu, analisis CRM (*Customer Relationship Management*) berpusat pada pendayagunaan data konsumen yang berupa data penjualan, data pembayaran, catatan loyalitas, respon dari konsumen mengenai promosi pemasaran, serta data layanan konsumen, dan lain-lain, yang berguna untuk mengembangkan *customer value* dan *company value*. Maka dari itu CRM (*Customer Relationship Management*) merupakan

bagian yang sangat penting pada perusahaan untuk dapat berfokus pada pelanggan dan pemasaran.

PT Anugrah Padang Selasa merupakan salah satu perusahaan yang beroperasi pada bidang distributor *plywood*. PT Anugrah Padang Selasa berlokasi di Jalan Sultan M. Mansyur No. 148, Bukit Lama, Kecamatan Ilir Barat 1, Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan. PT Anugrah Padang Selasa menjual produk berupa *plywood* kepada beberapa toko bangunan ataupun perseroan terbatas yang berada di Kota Palembang.

Setiap pelanggan memiliki perilaku dan keunikan yang berbeda, hal tersebut menyebabkan timbulnya berbagai masalah pada sebuah perusahaan. Masalah yang dapat timbul yakni, pelanggan yang tidak mendapatkan informasi mengenai ketersediaan produk yang ada pada perusahaan, mengakibatkan tidak adanya proses bisnis yang berjalan. Dikarenakan perusahaan tidak melakukan pendataan mengenai produk yang tersedia dan juga produk yang telah terjual maka hal tersebut dapat mengakibatkan tidak adanya informasi mengenai produk yang banyak diminati oleh setiap pelanggan. Setelah berlangsungnya proses jual-beli antar perusahaan dan pelanggan pada umumnya pelanggan dan perusahaan tidak lagi menjalin komunikasi lebih lanjut kecuali apabila pelanggan ingin membeli kembali produk yang ada pada perusahaan, dikarenakan belum adanya sebuah layanan pemasaran yang membuat pelanggan tertarik untuk memesan. Untuk mempermudah perusahaan dalam pengumpulan data yang diinput berbentuk data profile seluruh konsumen serta memberikan suatu informasi kepada

konsumen berupa informasi mengenai *Customer History*, kebutuhan pasar dan hal lain mengenai perkembangan perusahaan serta pemasaran maka perusahaan dapat menggunakan CRM (*Customer Relationship Management*)

Dalam memahami dan merespon setiap kebutuhan serta keinginan dari konsumen, penjual dapat memberikan suatu perasaan puas dengan pelayanan yang diberikan sehingga membuat konsumen menjadi loyal, hal tersebut akan memberikan suatu keuntungan pada perusahaan. Sehingga perusahaan akan menjadi lebih unggul dalam bersaing pada dunia bisnis. Strategi yang dibutuhkan oleh perusahaan yaitu pemasaran dan penjualan. Strategi tersebut berkaitan langsung dengan konsumen maka perusahaan perlu menganalisis informasi mengenai konsumen sehingga perusahaan dapat memahami dan mengembangkan inovasi pada nilai konsumen yang berguna untuk memenuhi kebutuhannya. Berdasarkan hal tersebut, maka dirancanglah sebuah sistem pelayanan CRM (*Customer Relationship Management*) yang terkomputerisasi untuk memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam memanfaatkan secara lebih laporan penjualan dan data pelanggan untuk kegiatan *upselling* dan *cross selling*.

1.2 Permasalahan

PT Anugrah Padang Selasa memiliki berbagai konsumen dengan sifat dan keunikan yang berbeda, sehingga menimbulkan beberapa masalah yang mungkin dapat diatasi dengan adanya aplikasi CRM (*Customer Relationship Management*). Masalah yang muncul antara lain

1. Pelanggan tidak memiliki kemudahan dalam mencari tahu informasi produk-produk yang ada di PT Anugrah Padang Selasa, berdasarkan kebutuhan pelanggan.
2. Belum ada informasi mengenai produk yang paling diminati pelanggan dan yang tidak terlalu banyak dipesan pelanggan, sehingga produk yang diminati oleh pelanggan dapat diutamakan ketersediaannya agar kebutuhan pelanggan tidak mengalami kekurangan.
3. Tidak adanya *after sales service* yang artinya pelanggan hanya akan berinteraksi dengan perusahaan jika akan ada transaksi saja, sehingga sulit untuk menciptakan loyalitas pelanggan.

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Tujuan dirancangnya aplikasi CRM (*Customer Relationship Management*) adalah sebagai berikut

1. Pelanggan mengetahui dan mendapat informasi tentang produk yang tersedia pada PT Anugrah Padang Selasa.
2. Mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan mengenai produk mana yang banyak diminati, sehingga dapat mempermudah perusahaan dalam meningkatkan pelayanan.

3. Mempertahankan pelanggan yang sudah ada, dan menarik pelanggan baru, serta pelanggan yang sudah jarang membeli.

1.3.2 Manfaat

Maka perusahaan memperoleh suatu manfaat yang berjangka panjang yaitu

1. Pelanggan dapat mengetahui informasi mengenai ketersediaan produk yang mereka butuhkan.
2. Perusahaan dapat melebihkan atau mengutamakan ketersediaan produk yang banyak diminati oleh pelanggan.
3. Perusahaan dapat membangun suatu relasi yang kuat dengan para pelanggannya.

1.4 Ruang Lingkup

Berikut ruang lingkup pada rancang bangun system manajemen hubungan pelanggan pada PT Anugrah Padang Selasa

1. Merancang sebuah sistem informasi dengan menerapkan bahasa pemrograman PHP dan HTML serta menggunakan *MySQL* sebagai basis data.
2. Sistem manajemen hubungan pelanggan diperuntukan pelanggan yang berada di Kota Palembang dan juga di luar Kota Palembang.

3. Metode yang digunakan yakni Metode *Rational Unified Process* (RUP).
4. Pelanggan bisa memasukan barang yang ingin dibeli ke dalam keranjang sehingga pelanggan mengetahui *list* barang yang akan dibeli di keranjang.

1.5 Metode Pengembangan Sistem

Metode pengembangan sistem yang digunakan yaitu *Rational Unified Process* atau yang sering dikenal RUP. *Rational Unified Process* atau proses iteratif dan *incremental* yang merupakan suatu pendekatan pengembangan aplikasi yang dilaksanakan secara berulang, berfokus pada arsitektur dan lebih terarah sesuai dengan penggunaan kasus.

Pada metode RUP atau *Rational Unified Process* terdapat empat tahapan yang bisa dilaksanakan secara iteratif, yakni

1. *Inception* (permulaan)
2. *Elaboration* (perluasan/perencanaan)
3. *Construction* (konstruksi)
4. *Transition* (transisi)

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan proposal tugas akhir ini dibagikan menjadi 5 bab berdasarkan sistematika penulisan berikut

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan penulis menguraikan garis besar tentang latar belakang, permasalahan, ruang lingkup, tujuan dan manfaat dan sistematika penulisan.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Pada bab kedua akan diuraikan tentang teori dasar tentang manajemen hubungan pelanggan dan beberapa alat yang berkaitan dengan penulisan tugas akhir.

BAB 3 METODOLOGI PENGEMBANGAN SISTEM

Bab ini berisi metodologi pengembangan yang akan digunakan dalam pengembangan sistem.

BAB 4 ANALISIS SISTEM INFORMASI

Pada bab keempat penulis menganalisis sistem informasi dan masalah yang ada pada perusahaan.

BAB 5 PERANCANGAN SISTEM INFORMASI

Pada bab kelima berisi perancangan sistem informasi yang dibuat untuk menyelesaikan permasalahan yang ada pada perusahaan.



DAFTAR PUSTAKA

- A. S., Rosa dan Shalahuddin, M. (2013). *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek*. Bandung: Informatika.
- Arief, M.Rudyanto. (2011). *Pemrograman Web Dinamis Menggunakan PHP dan MYSQL*. Yogyakarta: Andi.
- Buttle, Francis. (2007). *Customer Relationship Management*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Edhy, Sutanta. (2014). *Sistem Basis Data*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hakim, Lukmanul dan Musalini, Uus. (2004). *Cara Cerdas menguasai Layout, Desain dan Aplikasi Web*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Hansen, T.B., & Lengstorf J. (2014). *PHP for Absolute Beginners: 2nd Edition*. New York: Heinz Weinheimer & Distributed to the book trade worldwide by Springer Science+Business Media New York PHP (PHP : Hypertext PreeProcessor).
- Indrajani. (2015). *Database Design (Case Study All in One)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Jayanti dan Sumiari. (2018). *Teori Basis Data*. Yogyakarta: Andi.
- Kuniawan, Daniel. (2009). *Penerapan Aplikasi Crm (Customer Relationship Management) Berbasis Web*. Jakarta. Universitas Binus.
- Kadir, Abdul. (2004). *Pengenalan Sistem informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Marwanto dan Muhammad. (2022). *Rancang Bangun Sistem Informasi Jasa Pengiriman Barang Pada PT. Haluan Indah Transporindo Berbasis Web*
- Whitten dan Bentley. (2007). *System Analysis and Design Methods*. New York: McGraw-Hill Companies