

**SISTEM MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN
PADA CV MAJU JAYA MAKMUR BERBASIS WEBSITE**

SKRIPSI

Oleh :

Eric Xander Riezky

1620240020

Zefanya Joas Rianto

1620240104

Program Studi Sistem Informasi

STMIK  MDP

STMIK GI MDP

Palembang

2020

STMIK GI MDP

Program Studi Sistem Informasi
Skripsi Sarjana Komputer
Semester Genap Tahun 2019/2020

SISTEM MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN PADA CV MAJU JAYA MAKMUR BERBASIS WEBSITE

Eric Xander Riezky 1620240020
Zefanya Joas Rianto 1620240104

Abstrak

CV Maju Jaya Makmur merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penjualan aksesoris alumunium. Dalam proses bisnis ini CV Maju Jaya Makmur belum memanfaatkan teknologi, CV Maju Jaya Makmur sering mengalami masalah dalam melakukan transaksi dengan pelanggan, dalam pembayaran, info-info ketersediaan barang dan pengorderan barang, itu menjadi masalah dalam perusahaan, didalam dunia bisnis yang semakin maju persaingannya, maka tujuan dalam skripsi ini maka diperlukanlah sistem yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dalam transaksi maupun pemesanan aksesoris alumunium, sistem meliputi data pelanggan, pembayaran, bersediaan barang, aplikasi ini dirancang menggunakan metedologi iteratif dengan Bahasa pemograman yang digunakan yaitu *PHP*, *JavaScript* dan *HTML*, sedangkan MySQL untuk *database*. Hasil yang diinginkan adalah sebuah sistem aplikasi Manajemen Hubungan Pelanggan yang dapat meningkatkan hubungan pelanggan dengan perusahaan tersebut.

Kata kunci:

Manajemen Hubungan Pelanggan, Pelanggan, *PHP*, Metedologi Iteratif.



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada Era komputerisasi, kebutuhan manusia akan informasi memacu pesatnya perkembangan teknologi di bidang informasi dan teknologi telekomunikasi. Teknologi yang semakin meningkat didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai, membuktikan bahwa kini informasi telah menjadi kebutuhan pokok dalam kehidupan manusia. Sistem informasi dan teknologi informasi berfungsi sebagai pendukung untuk mengambil keputusan yang tepat berdasarkan informasi yang tersedia. Pada perkembangan teknologi informasi yang ada saat ini dapat melakukan pengolahan data dengan mudah, dapat menghasilkan suatu informasi yang di butuhkan dengan akurat dan mengefektifkan waktu, serta biaya yang di keluarkan lebih efisien. (Fery Rosyadi, 2020, h.2).

Setiap perusahaan pastinya ingin terus berkembang agar terus mendapatkan keuntungan dan dapat menciptakan suatu bisnis yang dapat memberikan kenyamanan bagi pelanggan masing-masing. Perusahaan akan terus saling berlomba-lomba untuk memperoleh jumlah penjualan produk atau komoditas yang lebih besar yang mengindikasikan bahwa bisnis identik dengan

persaingan dan pengetahuan serta informasi tentang sifat dan karakteristik dari para pesaing merupakan kunci untuk merumuskan persaingan yang akan terjadi kedepannya (Freddy Rangkuti, 2010, h.25).

Menurut Fahmi, Yusuf dan Fauziah (2018) *Customer Relationship Management (CRM)* Persaingan dalam dunia bisnis pada saat ini sudah semakin maju, sehingga perusahaan perlu melakukan perubahan-perubahan strategi agar dapat meningkatkan bisnisnya. Di samping itu keberhasilan perusahaan bukan hanya terletak pada kualitas produk atau jasa, tetapi juga seberapa jauh upaya perusahaan memberikan pelayanan yang baik dan menyenangkan untuk memastikan mereka menjadi pelanggan yang setia. Hal ini membuktikan bahwa kecepatan, kemudahan, dan pelayanan kepada pelanggan menjadi pertimbangan utama para pengusaha untuk lebih mengembangkan sistem yang dimiliki agar dapat dijangkau oleh semua pelanggan.

CV Maju Jaya Makmur merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan aksesoris dan bahan baku aluminium sejak tahun 2019. Dalam struktur organisasi CV Maju Jaya Makmur terdiri dari 1 direktur dan 12 karyawan, di setiap bagian terdiri dari admin, kolektor, bagian gudang, dan sales. Perusahaan ini terletak di Jl. MP. Mangkunegara, Lorong mesjid No.18, Kota Palembang, Sumatera Selatan.

Menurut Kotler dan Keller (2012, h.189) *Customer Relationship Management (CRM)* merupakan proses pengolahan informasi rinci tentang

masing-masing pelanggan dan secara cermat mengelola semua titik sentuhan pelanggan demi memaksimalkan kesetiaan pelanggan.

Proses CRM Operasional mencakup otomatisasi yang terintegrasi dari keseluruhan proses bisnis, seperti otomatisasi pemasaran, penjualan dan pemesanan. Salah satu penerapan CRM Operasional dapat melalui *Web* yang menyediakan pencarian produk ketersediaan barang dan rincian harga, penukaran *point* dari transaksi pembelian, pembayaran via transfer, mengecek status pengiriman dan menyediakan pemesanan secara *online*.

Menurut Fahmi, Yusuf dan Fauziah (2018) *Customer Relationship Management (CRM)* Salah satu solusi dalam peningkatan layanan yang bisa dilakukan oleh pihak manajemen adalah dengan penerapan konsep manajemen hubungan dengan pelanggan atau Customer Relationship Management (CRM). Yaitu, sebuah filosofi bisnis yang menggambarkan suatu strategi penempatan client sebagai pusat proses aktivitas. Konsep ini telah dikenal dan banyak diterapkan untuk meningkatkan pelayanan di perusahaan.

Proses bisnis berjalan mengenai pembelian aksesoris alumunium dan bahan baku adalah pelanggan menyampaikan barang yang diperlukan kepada *sales*, kemudian *sales* akan mencatat orderan pelanggan sesuai permintaan pelanggan. Setelah itu *sales* melanjutkan mencari orderan ke toko-toko lain, lalu jika orderan sudah terkumpul *sales* akan kembali ke kantor untuk memberikan orderan yang diminta pelanggan kepada bagian admin.

Admin akan mencatat orderan, mempersiapkan nota faktur yang telah dikumpulkan oleh *sales*, mengecek ketersediaan stok barang, dan memberikan nama-nama barang yang diorder kepada kepala gudang untuk disiapkan. Kepala gudang akan menyiapkan barang pesanan pelanggan, dan akan segera memberikan barang tersebut beserta nota faktur kepada bagian supir untuk melakukan pengiriman ke pelanggan yang memesan barang tersebut. Bukti transaksi pembelian barang oleh pelanggan ditulis manual lalu direkap setiap bulan untuk mengetahui pelanggan yang sering melakukan transaksi di perusahaan.

Jika ada promosi yang sedang berlangsung atau adanya produk-produk baru, maka *sales* akan menginformasikan hal tersebut kepada pelanggan ketika *sales* melakukan kunjungan ke toko. CV Maju Jaya Makmur memiliki keterbatasan dalam mempromosikan produk yang ditawarkan, karena promosi yang dilakukan adalah melalui brosur yang sifatnya terbatas yang menyebabkan perusahaan tidak dapat menjangkau pelanggan dari luar kota Palembang. Keterbatasan dalam menyampaikan sebuah promosi melalui media seperti brosur juga menyebabkan pelanggan tidak dapat mengetahui secara rinci apasaja yang ditawarkan oleh CV Maju Jaya Makmur. CV Maju Jaya Makmur juga membutuhkan waktu yang cukup lama untuk menginformasikan kepada pelanggan untuk harga dan ketersediaan *stock* barang, karena *sales* harus menghubungi admin untuk menanyakan ketersediaan barang yang tersedia.

Permasalahan yang seringkali terjadi pada perusahaan adalah keterbatasan dalam media promosi sehingga pelanggan tidak mengetahui rincian mengenai produk yang dipromosikan, kemudian dalam pengontrolan persediaan barang juga menghambat dalam pengorderan karena bagian gudang tidak mengetahui secara cepat mana yang harus barang disiapkan untuk diorder, lalu perusahaan sulit menjangkau pelanggan dari luar kota jika ada pelanggan yang ingin melakukan klaim tentang barang yang diorder, kemudian pelanggan susah untuk mengetahui harga rincian dalam nota yang sudah diorder, biasanya harus menunggu sales untuk mengetahui rincian harga secara detail.

Selain itu juga pelanggan tidak dapat mengetahui sudah sampai mana barang yang dipesan terutama yang pelanggan berada di luar kota, dalam sistem pembayarannya pula masih melalui kolektor jika harga barang melampaui jumlah yang banyak itu juga terlalu berat buat pelanggan dalam pembayaran via *cash*, kecuali dalam pembayaran yang jumlah sedikit, tapi kebanyakan pelanggan sangat membutuhkan via transfer. Dalam pengorderan barang juga pelanggan menginginkan diskon di setiap pengorderan yang sesuai dalam jumlah diskon yang ditentukan dari pihak perusahaan, sehingga pelanggan akan puas dengan diskon yang di berikan oleh perusahaan. Pelanggan tidak dapat mengetahui rincian biaya apa saja yang sudah dipesan oleh pelanggan, hal ini membuat pelanggan tidak mengetahui berapa jumlah biaya orderan yang pernah dipesan oleh pelanggan sebelumnya.

Berdasarkan permasalahan yang sudah diuraikan diatas, maka penulis akan membuat penelitian yang dituangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Sistem Manajemen hubungan Pelanggan Pada CV Maju Jaya Makmur”**.

1.2 Permasalahan

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang telah di jabarkan, adanya permasalahan pada CV Maju Jaya Makmur Palembang yang dapat di uraikan sebagai berikut.

1. Keterbatasan media promosi penyampaian informasi mengenai produk tidak secara rinci tersampaikan kepada pelanggan.
2. Perusahaan sulit menjangkau pelanggan dari luar kota
3. Pelanggan tidak mengetahui rincian biaya dalam proses pemesanan barang yang akan diorder.
4. Tidak adanya pilihan metode pembayaran selain secara *cash* (tunai).
5. Pelanggan tidak dapat mengetahui promosi apa yang di adakan perusahaan .
6. Pengontrolan terhadap persediaan barang.
7. Pelanggan kurang mengetahui diskon yang diadakan dari pihak perusahaan.
8. Pelanggan sulit berkomunikasi dengan perusahaan.

1.3 Ruang Lingkup

Agar skripsi ini menjadi lebih terarah dan sesuai dengan tujuan skripsi, maka adapun batasan dalam penulisan skripsi berikut ini:

1. Pelayanan pelanggan meliputi pembelian barang secara *online* menggunakan *website*.
2. Pelayanan pelanggan meliputi fitur chatting dengan menggunakan *JivoChat*.
3. Aplikasi ini dapat menyimpan data histori pesanan pelanggan.
4. Aplikasi ini dapat menampilkan lokasi pengiriman agar pelanggan dapat melakukan *tracking* barang.
5. Aplikasi ini dapat memberikan informasi mengenai persediaan *stock* barang yang tersedia.
6. Aplikasi ini dapat menampilkan histori pesanan pelanggan sebelumnya.
7. Pelanggan mendapatkan *point* disetiap transaksi yang dilakukan dan dapat menukarkan *point* tersebut melalui *website*.
8. Pelanggan dapat melakukan pembayaran melalui *via transfer*.
9. Aplikasi dibuat dengan menggunakan editor *notepad++*, bahasa pemrograman *PHP* dan *MySQL* sebagai *database*.
10. Sistem yang dibangun terdapat sub sistem, yaitu sub sistem untuk administrasi, sub sistem untuk pelanggan, dan sub sistem laporan untuk *owner*.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Tujuan yang akan dicapai dalam pembuatan aplikasi pada CV Maju Jaya Makmur adalah:

1. Aplikasi yang dibuat menyediakan informasi berupa pilihan berdasarkan kategori barang, dan ketersediaan barang.
2. Aplikasi yang dibuat dapat menjangkau pelanggan dari luar kota.
3. Aplikasi yang dibuat mempermudah pelanggan untuk dapat mengecek pesanan pelanggan.
4. Sistem pembayaran yang memudahkan pelanggan dengan pembayaran via transfer.
5. Aplikasi yang dibuat menyediakan media promosi yang cepat.
6. Aplikasi yang dibuat mempermudah perusahaan untuk mengetahui persediaan barang yang tersedia.
7. Aplikasi yang dibuat dapat mengumpulkan *point* dan dapat melihat diskon yang diadakan oleh perusahaan.
8. Aplikasi yang dibuat dapat mempermudah komunikasi dari pelanggan ke perusahaan.

1.4.2 Manfaat

Adapun manfaat dalam pembuatan aplikasi pada CV Maju Jaya Makmur yang akan dicapai yaitu:

1. Meningkatnya kepuasan pelanggan dengan mengetahui informasi tentang ketersediaan barang dan kategori barang yang tersedia.
2. Perusahaan dapat dengan mudah menerima pesanan dari luar kota.
3. Meningkatkan kepuasan pelanggan dengan adanya sistem untuk mengecek pesanan yang telah di pesan pelanggan.
4. Pembayaran jauh lebih mudah dan cepat, dengan menggunakan pembayaran via transfer.
5. Pelanggan akan lebih mudah untuk melihat promosi apa saja yang di adakan oleh perusahaan.
6. Perusahaan dapat lebih mudah mengetahui jumlah persediaan barang yang tersedia secara mendetail.
7. Meningkatkan kepuasan kepada pelanggan dengan adanya sistem penukaran point yang telah dikumpulkan dari setiap transaksi, sehingga pelanggan dapat menukarkan point untuk potongan harga, dan dapat melihat diskon yang di adakan oleh perusahaan.
8. Pelanggan dan perusahaan dapat dengan cepat berkomunikasi dengan adanya fitur *chatting* di aplikasi

1.5 Metodologi

Dalam penulisan karya ilmiah ini, metodologi yang digunakan adalah metodologi iterasi (*iterative model*). Metode iterasi mempunyai beberapa tahapan, yaitu:

1. Tahap Analisis Masalah

Pada tahap ini akan dilakukan analisis dari informasi yang didapatkan dari pengguna. Menganalisis permasalahan yang terdapat pada sistem yang sedang berjalan pada perusahaan CV Maju Jaya Makmur. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dengan pimpinan dan menanyakan masalah apa saja yang sengan dialami. Sehingga dapat menghasilkan sistem yang diinginkan oleh pengguna dan batasan pada sistem yang akan dibangun.

2. Tahap Perancangan

Pada tahap ini dilakukan perancangan sistem antar muka yang baru dengan membuat sebuah aplikasi CRM penjualan berbasis website. Perancangan ini dilakukan agar memudahkan perusahaan dan pelanggan dapat melakukan interaksi dengan mudah. Aplikasi ini dirancang dengan menggunakan *MySQL* untuk *database*.

3. Tahap Implementasi

Pada tahap ini dilakukan pengimplementasian rancangan sistem dan pengujian yang telah dibuat berdasarkan kebutuhan pengguna untuk menyelesaikan permasalahan dan menjalankan sistem dengan baik. Dengan

menggunakan bahasa pemrograman *PHP* dan *MySQL* untuk basis data pada aplikasi.

4. Tahap Pengujian

Pada tahap ini bertujuan untuk melakukan pengujian terhadap sistem yang baru di buat apakah sistem berjalan dengan baik, apakah ada yang error atau tidak, dan melakukan pelatihan untuk pengguna yang memakai sistem tersebut.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam laporan skripsi ini terbagi menjadi 5 (lima) bab yang tersusun secara sistematis yang terbagi dalam masing-masing bab. Dapat diuraikan sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai pendahuluan yang mencakup uraian tentang latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan dan manfaat, metodologi dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN UMUM

Bab ini membahas mengenai tinjauan pustaka dari laporan skripsi tentang konsep suatu sistem yang meliputi karakteristik sistem dengan menguraikan mengenai teori-teori yang mendasari masalah yang akan dibahas pada laporan.

BAB 3 ANALISIS SISTEM

Bab ini berisi suatu pembahasan mengenai informasi perusahaan meliputi visi dan misi, tugas dan tanggung jawab, struktur organisasi kemudian masalah serta analisis kebutuhan.

BAB 4 RANCANGAN SISTEM

Bab ini berisi implementasi prosedur, serta hasil uji coba dan rancangan program yang telah dibuat untuk mengetahui efektivitas dan kinerja dari sistem informasi.

BAB 5 PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari aplikasi yang dibuat dan saran yang dapat digunakan sebagai pedoman untuk pengembangan sistem informasi selanjutnya.



DAFTAR PUSTAKA

- A.S, Rosa. (2011) *Modul Pembelajaran Rekayasa Perangkat Lunak*. Bandung : Modula.
- Buttle, Francis. (2009) *Customer Relationship Management Concept and Technologies*(2nd Edition). Elsevier Ltd.
- Fransisca, Imelda dan Dafid. (2017) *Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Pada PT XYZ Palembang*. Palembang. Diakses 23/06/2020, dari eprint.mdp.ac.id.
- Frima Alpen dan M.Yanuardi. (2019) *Sistem Manajemen hubungan pelanggan berbasis website pada PT. Prima Prosindo*. Palembang. Diakses 23/06/2020, dari eprint.mdp.ac.id.
- Kohar Kevin, Edwin dan Della Oktaviany. (2018) *Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Berbasis Website Pada CV.DEER YOU*. Palembang. Diakses 23/06/2020, dari eprint.mdp.ac.id.
- Kotler, dan Keller. (2012) *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- Madcoms . (2009) *Mengenai HTML, CSS , PHP, dan MySQL*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Maria Sinta. (2017) *Rancangan Bangun E-CRM Untuk Pemesanan Tiket Pada CV.Sanggaya Travel Berbasis Web*. Palembang: Informatika.
- Pohan , Husni I dan Sidik, Betha. (2012) *Pemrograman Web dengan HTML*. Bandung : Informatika.
- Ragil, Wukil. (2010). *Pedoman Sosialisasi Prosedur Operasi Standar*. Jakarta : MitraWacana Media.
- Saputra, Agus. (2018). *Panduan Praktis dan Jitu Menguasai PHP7 dan SQL Server 2017*. Cirebon : CV ASFA Solution.

Sibero, Alexander F K. (2013). *Web Programming Power Pack*. Jakarta: Media Kom.

Sidik, Pohan. (2012). *Pemrograman WEB dengan HTML*, Informatika, Bandung.

Sukamto, Rosa A & M Shalahuddin. (2013) *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur Dan Berorientasi Objek* .Bandung: Informatika

Supandi Ipan, Fahmi, Yusuf dan Fauziah. (2018) *Implementasi I Coustomer Relationship Management (CRM) Pada Sistem Informasi Penjualan Ban diToko Lingga Ban Berbasis Web*. Palembang. Diakses 23/06/2020, dari eprint.mdp.ac.id.

Sutarman. (2012). *Pengantar Teknologi Informasi*. Jakarta.: PT.Bumi Aksara.

Rangkuti, Freddy, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2010.

