

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian *Customer Relationship Management* (CRM)

Menurut Turban (2015) *Customer Relationship Management* (CRM) adalah suatu pendekatan pelayanan kepada konsumen yang berfokus pada pembangunan jangka panjang dan hubungan konsumen yang berkelanjutan yang dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan maupun perusahaan. Pada penelitian lain merekomendasikan untuk meningkatkan layanan alumni dengan aktifitas CRM pada dasarnya bertujuan agar perusahaan dapat mengenali pelanggan secara detail dan melayani mereka sesuai kebutuhannya. Tujuannya adalah menggunakan data dengan lebih baik untuk pengelolaan hubungan dengan pelanggan.

Teknologi model CRM menjadi landasan untuk mengetahui perubahan dan penentu keberhasilan organisasi, yaitu melakukan komunikasi yang baik untuk memperoleh pelanggan, pengiriman barang sesuai pesanan pelanggan dan mempertahankan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang baik. Integrasi itu semua tidak cukup hanya dengan mengembangkan konseptual tetapi perlu diubah dengan model simulasi dinamis. Satu elemen kunci CRM adalah *Customer Touch Points* merupakan hal penting bagi perusahaan yang berorientasi dan memfokuskan diri pada kebutuhan pasar atau pelanggan saat ini dan dimasa yang akan datang. Karenanya perlu dibuat antar muka antara organisasi dan pelanggan. Seperti perangkat

: web, telephon dan email. Applications adalah perangkat lunak (software) yang mendukung proses-proses tersebut.

2.2 Langkah Penting Peningkatan Strategi CRM

Langkah penting untuk meningkatkan strategi CRM yang efektif antara lain ;

1. Melakukan pengidentifikasian karakteristik dari setiap pelanggan.
2. Membuat model dari nilai setiap segmen pelanggan.
3. Menciptakan strategi yang proaktif dan rencana pelaksanaannya atau metoda bisnisnya, yang dapat menjawab kebutuhan pelanggan, dimulai dengan segmen pelanggan yang paling potensial.

2.3 Pengertian Web Mobile

Menurut Buyens (2001) *Mobile Web* merupakan halaman HTML berbasis *Browser* yang bisa diakses memakai perangkat portable seperti smartphone atau tablet lewat jaringan seluler 3G, 4G atau *Wifi*. *Mobile Web* yang memang dirancang khusus untuk menampilkan data seperti teks, gambar dan juga video dari *Website* ke dalam tampilan yang lebih kecil yakni perangkat *Mobile*.

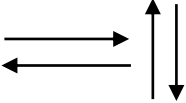
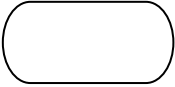
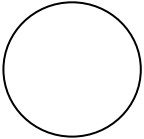
2.4 Pengertian Flowchart


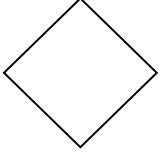


Flowchart merupakan gambar atau bagan yang memperlihatkan urutan dan hubungan antar proses beserta instruksinya. Gambaran ini dinyatakan dengan simbol dimana setiap simbol menggambarkan proses tertentu,

sedangkan hubungan antar proses digambarkan dengan garis penghubung. *Flowchart* ini merupakan langkah awal pembuatan program pada penelitian ini. Dengan adanya *Flowchart* urutan poses kegiatan menjadi lebih jelas.

Jika terdapat penambahan proses maka dapat dilakukan lebih mudah. Setelah *Flowchart* selesai disusun, selanjutnya akan dilakukan penerjemahan ke bentuk program dengan bahasa. *Flowchart* disusun dengan beberapa symbol yang digunakan sebagai alat bantu menggambarkan proses di dalam program. Sebagaimana dapat kita lihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2.1 Simbol-Simbol *Flowchart*

NO	GAMBAR	KETERANGAN
1		Yaitu simbol yang digunakan untuk menghubungkan antara simbol yang satu dengan simbol yang lain. Simbol ini disebut juga connecting line.
2		Yaitu simbol untuk permulaan (start) atau akhir (stop) dari suatu kegiatan.
3		Yaitu simbol untuk keluar – masuk atau penyambungan proses dalam lembar / halaman

		yang sama.
4		Simbol yang menunjukkan pengolahan yang dilakukan oleh komputer.
5		Simbol pemilihan proses berdasarkan kondisi yang ada.
6		Simbol yang menyatakan proses input dan output tanpa tergantung dengan jenis peralatannya.
7		Simbol untuk pemasukan data secara manual on-line keyboard.

Sumber: Sri Mulyani (2016)

2.5 Data Flow Diagram (DFD)

Data Flow Diagram atau DFD adalah alat yang menunjukkan alur data pada sistem dalam bentuk grafik. Elemen penting dari DFD adalah alur data, proses, penyimpanan data dan sumber data. Sistem analisis membuat DFD berdasarkan level. DFD level tinggi hanya mengidentifikasi proses besar (Irwansyah, 2014:240).

2.6 Database

merupakan salah satu komponen terpenting dalam sebuah sistem informasi karena semua informasi yang akan diolah dan dihasilkan tersimpan dalam *database*. *Database* adalah kumpulan informasi yang disimpan di dalam komputer secara sistematis untuk memperoleh informasi dari basis data tersebut (Binarto, 2012:21). Menurut Risnandar (2013: 90) *Database* adalah kumpulan data yang tersimpan dalam tabel-tabel. *Database* telah menjadi bagian dalam hampir setiap kehidupan manusia. Tanpa *database*, pekerjaan tidak akan terstruktur dengan baik. Pada intinya *database* atau basis data adalah media untuk menyimpan data agar dapat diakses dengan mudah dan cepat.

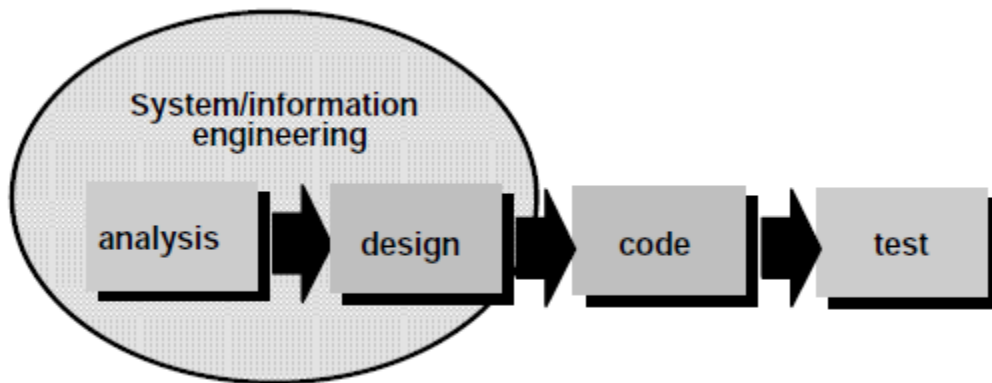
2.7 Kamus Data

Merupakan suatu daftar data elemen yang terorganisir dengan definisi yang tetap dan sesuai dengan sistem, sehingga user dan analis sistem mempunyai pengertian yang sama tentang input, output dan komponen data store. Pembentukan kamus data didasarkan pada alur data yang terdapat pada DFD, Alur data pada DFD bersifat global (hanya menunjukkan nama alur datanya tanpa menunjukkan struktur dari alur data). Untuk menunjukkan struktur dari alur data secara rinci maka dibentuklah kamus data.

2.8 Metode Pengembangan Sistem

Model pengembangan yang digunakan pada penelitian ini ialah Model *Waterfall*. Yang merupakan suatu pengembangan sistem informasi yang

sistematik dan sekuensial. Alasan penggunaan model tersebut sebagai metode CV Robusta Bunga Coffee di Untung Suropati ialah kebutuhan yang telah terdefinisi secara jelas dan tahap-tahap pada model *Waterfall* terstruktur secara jelas. Dalam hal ini pada tahapan pengembangan sistem pada model *Waterfall* dapat diilustrasikan. Sebagaimana dapat kita lihat pada gambar berikut ini::



Gambar 2.1 Tahapan Metode *Waterfall*

2.9 Tahapan Pengembangan Sistem *Waterfall* Sebagai Berikut :

1. *Requirement Analisis*

Tahap ini pengembang sistem diperlukan komunikasi yang bertujuan untuk memahami perangkat lunak yang diharapkan oleh pengguna dan batasan perangkat lunak tersebut. Informasi ini biasanya dapat diperoleh dengan melalui wawancara mendalam dan survei langsung. Informasi ini dianalisis untuk mendapatkan data yang dibutuhkan oleh pengguna.

2. *System Design*

Spesifikasi kebutuhan dari tahap sebelumnya akan dipelajari dalam fase ini dan desain sistem yang disiapkan. Desain Sistem yaitu untuk membantu

dalam menentukan perangkat keras (*Hardware*) dan sistem persyaratan dan juga dapat membantu dalam mendefinisikan arsitektur sistem secara keseluruhan.

3. *Implementation*

Pada tahap ini, sistem pertama kali dikembangkan di program kecil yang disebut unit, yang terintegrasi dalam tahap selanjutnya. Setiap unit dikembangkan dan diuji untuk fungsionalitas yang disebut sebagai unit testing.

4. *Integration And Testing*

Seluruh unit yang dikembangkan dalam tahap implementasi diintegrasikan ke dalam sistem setelah pengujian yang dilakukan masing-masing unit. Setelah integrasi seluruh sistem diuji untuk mengecek setiap kegagalan maupun kesalahan.

5. *Operation & Maintenance*

Tahap akhir dalam model *Waterfall*. Perangkat lunak yang sudah jadi, dijalankan serta dilakukan pemeliharaan. Pemeliharaan termasuk dalam memperbaiki kesalahan yang tidak ditemukan pada langkah sebelumnya. Perbaikan implementasi unit sistem dan peningkatan jasa sistem sebagai kebutuhan baru.

2.10 Perangkat Lunak Terkait

1. Pengertian XAMPP

Menurut Joni Karman & Ahmad Zainul Arifin (2018:39), XAMPP merupakan bundle paket instan yang terdiri dari Apache (server), MySQL

(database), dan PHP. XAMPP digunakan oleh para programmer web karena kemudahannya.

Sehingga, programmer tidak perlu mengkonfigurasi dari awal melainkan tinggal pakai. Program ini sendiri tersedia dalam GNU (*General Public License*) dan bebas. XAMPP merupakan *Web Server* yang mudah digunakan yang dapat melayani tampilan halaman web yang dinamis.

2. *MySQL*

My Structure Query Language (MySQL) adalah salah satu *Database Management System* dari sekian banyak DBMS seperti oracle, MS SQL dan sebagainya. MySQL berfungsi untuk mengolah database menggunakan bahasa SQL. MySQL bersifat open source sehingga kita bisa menggunakannya secara gratis. (Anhar, 2012:45)

3. *Adobe Dreamweaver*

Adobe Dreamweaver adalah program yang digunakan untuk membuat atau menyunting halaman web. Software *dreamweaver* dikeluarkan oleh adobe system. Aplikasi ini banyak digunakan oleh para programmer, desainer dan developer web dikarenakan kemudahan dalam penggunaannya, kelengkapan fiturnya dan juga dukungannya terhadap teknologi terkini. Fungsi *adobe dreamweaver* yaitu : untuk mendesain situs web, untuk membuat program berbasis web, untuk membuat template blog, untuk membuat situs web tanpa bersentuhan langsung dengan bahasa pemrograman.

4. Pengertian PHP (*Hypertext Processor*)

Pengertian PHP (*Hypertext Processor*) Menurut Harry Dhika, Lukman & Aswin F. (2016:52), PHP (*HypertextPreprocessor*) adalah bahasa scripting server-side. Artinya, skrip dijalankan di server, kemudian hasil output dikirimkan ke client (browser). Sampai saat ini PHP telah mencapai versi 7. Hal ini membuat website menjadi lebih stabil dan powerfull. PHP digunakan untuk aplikasi web dan mendukung banyak database, yaitu: MySQL, Informix, Oracle, Sybase, Solid, PostgreSQL, Generic ODBC, dan lain-lain.

2.11 Pengembangan CRM Operasional

Penelitian ini terfokus pada penerapan CRM pada sisi operasional, dimana CRM operasional berfungsi untuk memberikan dukungan untuk proses bisnis di *front office*, seperti untuk penjualan, pemasaran dan staf layanan. CRM Operasional yang dibangun adalah sistem informasi transaksi penjualan pada robusta bunga, meliputi transaksi jual beli, riwayat pembelian konsumen, penawaran kepada konsumen. Sistem yang dibangun diharapkan dapat mampu meningkatkan kualitas layanan transaksi kepada konsumen. Pada pengembangan CRM operasional dengan metode *Rapid Application Development*, tahapan awal adalah dengan menentukan requirement planning untuk aplikasi CRM operasional yang dibangun. Aplikasi CRM terfokus pada transaksi sehari-hari kepada konsumen. Dari hasil requirement planning didapat bahwa perangkat lunak CRM operasional harus mampu:

1. Menampilkan riwayat pembelian konsumen robusta coffee bunga
2. Memudahkan dalam menginformasikan barang kepada konsumen
3. Memberikan alternatif barang jika tidak ada
4. Menampilkan laporan transaksi konsumen .

Tahapan selanjutnya adalah *Design workshop* tahapan ini menghasilkan tampilan visual dari sistem yang dibangun. Khusus untuk tampilan visual (design user interface) penelitian ini berpatokan kepada 6 prinsip dasar perancangan user interface, yaitu:

1. *Layout, User Interface* sebaiknya merupakan serangkaian area yang digunakan secara konsisten.
2. *Context Awareness*, User harus selalu sadar/mengetahui dengan sangat baik akan posisi mereka berada.
3. *Aesthetics, User interface* harus fungsional, selain itu juga sering kali ada *trade-off* antara termasuk ruang putih yang cukup untuk membuat tampilan antarmuka menyenangkan
4. *User Experience*, memiliki kemudahan untuk dipelajari
5. *Consistency*, Konsistensi dalam desain antarmuka memungkinkan pengguna untuk memprediksi apa yang akan terjadi sebelum mereka melakukan fungsi.
6. *Minimal User Effort*, Antarmuka harus sederhana untuk digunakan.

Reverensi Jurnal

No	Judul Jurnal	Nama Penulis	Implementasi	Tahun
1.	Pengaruh Pemasaran Eksperimental dan Pemasaran Kerelasiaan Pelanggan terhadap Nilai Pelanggan serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel	Ahmad budhi	Pemasaran eksperimental dan pemasaran kerelasiaan pelanggan dalam mewujudkan nilai pelanggan dan implikasinya terhadap loyalitas pelan	2016
2.	Pemodelan Aplikasi Layanan Informasi Berbasis Customer Relationship Manajemen (CRM) di IBI Darmajaya	Sri Karnila	Tersedianya model aplikasi layanan informasi berbasis CRM diharapkan mampu memberikan kemudahan bagian kemahasiswaan khususnya IKK dan EKA dalam pengelolaan informasi yang akan disampaikan kepada mahasiswa	2015

			terkait dengan kegiatan-kegiatan baik internal maupun eksternal.	
3.	<i>E-Customer Relationship Management (E-Crm)</i> Untuk Pemesanan Dan Penjualan Makanan Ringan (Studi Kasus: CV. Dwi Putra Tulang Bawang Barat)	Sri karnila	<p>a. Sistem E-CRM lebih mempermudah Customer dalam melakukan pemesanan karena dapat dilakukan secara online.</p> <p>b. System yang mempunyai diskon produk sehingga dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.</p> <p>c. Memepermudah pihak CV. Dwi Putra Tulang Bawang Barat</p>	2017

			<p>karena mempunyai data stok barang yang akurat dan terkomputerisasi.</p> <p>d. Sistem ini mempermudah pihak CV. Dwi Putra Tulang Bawang Barat dalam melakukan penghitungan data yang masuk dan keluar.</p> <p>e. Customer dapat mengkonfirmasi pesanan secara online dengan mengisi ulasan dan saran tanpa harus datang langsung ketempat produksi.</p>	
4.	Prototipe E-Commerce Berdasarkan Konsep	Sri Karnila	a. Prototipe E-Commerce yang	2015

	<p>Customer Relationship Management (CRM)</p> <p>Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan</p>		<p>dibuat sudah jelas akan dapat meningkatkan kualitas pelayanan karena dapat memudahkan customer dalam melihat produk hingga melakukan transaksi.</p> <p>b. Hasil pengujian FGD yang telah dilaksanakan menyatakan bahwa semua spesifikasi fungsional secara keseluruhan disetujui dan dapat diterima.</p> <p>c. Hasil uji kualitas terhadap prototipe E-Commerce dengan konsep CRM yang</p>	
--	--	--	---	--

			<p>dihasilkan dengan menggunakan ISO 9126 berdasarkan empat karakteristik (<i>functionality, reliability, usability</i> , dan <i>efficiency</i>) adalah sebagai berikut:</p> <p>1) Tingkat kualitas perangkat lunak prototipe E-Commerce dengan konsep CRM secara keseluruhan dalam kriteria Baik, dengan persentase 83,01%.</p> <p>2) Aspek kualitas tertinggi adalah</p>	
--	--	--	---	--

			<p>berdasarkan aspek <i>Efficiency</i> dengan persentase sebesar 83,77%, selanjutnya aspek <i>Usability</i> dengan 83,66, aspek <i>Functionality</i> dengan</p>	
5	<p>Analisis Fitur CRM Untuk Meningkatkan Kepuasan Pasien - Berbasis Pada Framework Of Dynamic CRM Studi Kasus: Departemen Obstetri Dan Ginekologi Fkui - Rscm Jakarta</p>	<p>Eko K. Budiardjo1) & Faldy Irwiensyah2)</p>	<p>Untuk mendapatkan fitur-fitur CRM yang tepat di suatu organisasi, secara khusus untuk sebuah rumah sakit, perlu untuk dilakukan analisis yang menyeluruh dengan melakukan serangkaian</p>	2015

			<p>kegiatan sebagai berikut: (a)</p> <p>Melihat masalah-masalah yang dihadapi oleh pasien terhadap bentuk pelayanan; (b)</p> <p>Infrastruktur pendukung pelayanan untuk customer (tempat, fasilitas, kenyamanan); (c) Menyimpulkan tujuan dari pelayanan kepada beberapa indikator; (d)</p> <p>Memetakan ke dalam 3 Fase Framework of Dynamic CRM (Acquiring-Retain-Expansion); (e)</p> <p>Mengembangkan fitur-fitur CRM dengan menggunakan beberapa</p>	
--	--	--	--	--

			<p>strategi (SWOT untuk analisis</p> <p>Case Study, Matriks untuk mendapatkan fitur-fitur CRM yang diperlukan).</p> <p>Selanjutnya untuk menyusun Software Requirement Specification (SRS) yang sesuai dengan fitur – fitur tersebut, perlu ditetapkan aktor - aktor yang berinteraksi dengan sistem (a.l. marketing officer,</p>	
6	<p>Penerapan Konsep Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Website pada Ud Toyoriz Busindo</p>	<p>Dwianto Setiawan1), Erik Hadi Saputra2)</p>	<p>a. Penambahan fitur <i>SMS Gateway</i>.</p> <p>b. Penambahan Artificial Customer Intelligence.</p> <p>c. Penambahan Data</p>	2015

			Warehouse	
7	<p>Pengaruh <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survey pada Pelanggan PT. Gemilang Libra Logistics, Kota Surabaya)</p>	<p>Anggita Putri Iriandini</p>	<p>Variabel yang memiliki pengaruh kuat terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan variabel yang memiliki pengaruh kuat terhadap loyalitas pelanggan adalah komunikasi, sehingga diharapkan PT. Gemilang Libra Logistics sebagai salah satu perusahaan EMKL untuk dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, komunikasi antar karyawan dan pelanggan dengan baik, dan menjaga komitmen seperti yang sudah disepakati oleh kedua belah pihak, baik</p>	2015

			perusahaan maupun pelanggan.	
8.	<p>Pengimplementasian CRM Pada Pembangunan E-Commerce untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus: Dolanan Puzzle)</p> <hr/>	<p>Handaru Eri Pramudiya¹, Yonathan Dri Handarkho², Flourensia Sapty Rahayu³</p>	<p>(1) mengizinkan konsumen untuk melihat berbagai produk dari Dolanan Puzzle dan melakukan transaksi disana, (2) Menyediakan fitur bagi pihak Dolanan Puzzle untuk berinteraksi dengan pelanggannya melalui <i>e-mail</i> sebagai sarana promosi dan komunikasi. Selanjutnya untuk lapisan kedua adalah <i>Analytical CRM</i>. Pada <i>e-commerce</i> yang dibangun ini, layar <i>Analytical CRM</i> diwujudkan dalam</p>	2015

			<p>bentuk: (1) Laporan bagi pihak Dolanan Puzzle yang berisi rangkuman transaksi yang terjadi pada periode tertentu. (2) Penerapan metode <i>Market Basket Analysis</i> kepada konsumen berdasarkan kebiasaan membeli konsumen.</p>	
9	<p><i>Customer Relationship Management (CRM) : Pilihan Strategi Untuk Meraih Keunggulan Bersaing</i></p>	<p>Umar Chadhiq</p>	<p>Fokus utama dari teknologi pada implemetasi CRM adalah mengintegrasikan <i>customer centric system</i> untuk mendukung visi perusahaan.</p> <p>Penggunaan teknologi dapat secara khusus merancang kebutuhan</p>	2015

			<p>bagi masyarakat</p> <p>serta memungkinkan efisiensi yang lebih besar, konsistensi dan nilai, sembari membuat pelanggan merasa dikenal dan diperlakukan secara pribadi.</p>	
10	<p><i>Customer Relationship Management (CRM)</i></p> <p>Berbasis Web Untuk Meningkatkan Daya Saing Toko Online</p>	Ishak.ihk	<p>Dalam customer relationship toko online dapat diidentifikasi gambaran hubungan antara pihak-pihak yang terlibat dalam industri UKM (Supplier, UKM, Kurir, Distributor Dan Pelanggan), sehingga tergambar jenis hubungan komunikasi yang intens dari pihak-</p>	2015

			pihak yang terlibat. sehingga perlu digunakan sebuah sistem informasi yang.	
--	--	--	--	--

Tabel 2.2 Reverensi Jurnal