

---

# Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Berbasis Website Pada CV Wangsa Mandiri Sukses Palembang

Hans Petersen Thiodore\*<sup>1</sup>, Rudi Haryono<sup>2</sup>, Dicky Pratama<sup>3</sup>, Desi Pibriana<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup>STMIK GI MDP Palembang : Jl. Rajawali No.14 , Telp : 0711 - 376400

<sup>1,2,3</sup>Jurusan Sistem Informasi, STMIK GI MDP PALEMBANG

e-mail: [hanspp85@gmail.com](mailto:hanspp85@gmail.com) , [rudihryn17@gmail.com](mailto:rudihryn17@gmail.com) , [dpratama@mdp.ac.id](mailto:dpratama@mdp.ac.id)

[desi.pibriana@mdp.ac.id](mailto:desi.pibriana@mdp.ac.id)

## Abstrak

CV. Wangsa Mandiri Sukses adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan pendistribusian ban motor merk swallow. Perusahaan ini mengalami kesulitan dalam mempromosikan barang kepada pelanggan, mempertahankan pelanggan lama dikarenakan pelanggan cenderung beralih ke pesaing. Tujuan dari penelitian ini dibuat untuk mengembangkan sistem informasi manajemen hubungan pelanggan, antara lain dengan mempromosikan barang terhadap pelanggan, berpeluang mendapatkan loyalitas pelanggan lama agar tidak beralih kepada pesaing, peluang dalam mendapatkan pelanggan baru menjadi lebih besar. Berdasarkan permasalahan ada yang dapat diambil maka penelitian ini akan mengangkat tema Customer Relationship Management (CRM) atau yang lebih dikenal dengan Manajemen Hubungan Pelanggan. Untuk mengatasi permasalahan yang ada, penulis mengusulkan suatu perancangan website yang akan menampung transaksi dan pengolahan data pelanggan dengan metodologi Iterasi. Aplikasi ini dibangun dengan menggunakan bahasa pemrograman Hypertext Preprocessor (PHP) serta dengan aplikasi Notepad++ dan MySql sebagai database management system. Hasil dari pembuatan aplikasi ini telah dapat mengatasi permasalahan dan mempermudah pihak administrasi dalam mempromosikan barang dan berpeluang mendapatkan loyalitas dari pelanggan yang ada pada CV. Wangsa Mandiri Sukses.

**Kata kunci:** Pelanggan, CRM, MySql, Iterasi, Website.

## Abstract

CV. Wangsa Mandiri Sukses is a company engaged in the sale of the distribution of motorcycle tires brands swallow. The company is experiencing difficulties in promoting goods to customers, retain existing customers because customers are likely to switch to competitors. The purpose of this study was made to develop a customer relationship management information systems, among others by promoting goods to the customer, customer loyalty is likely to get long so as not to switch to competitors, the opportunity of acquiring new customers become larger. Based on the problems exist that can be taken, this research will be the theme of Customer Relationship Management (CRM) or better known as Customer Relationship Management. To overcome existing problems, the author proposes a website design that will accommodate the processing of transactions and customer data with Iteration methodology. This application is built using the programming language Hypertext Preprocessor (PHP) as well as with the application Notepad ++ and MySQL as the database management system. Results from making this application has been able to overcome the problems and simplify the administration in

---

*promoting goods easier and more likely to gain the loyalty of existing customers on CV. Wangsa Mandiri Sukses*

**Keywords:** *Customers, CRM, MYSQL, Iteration, Website*

## 1. PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan dunia bisnis semakin pesat. Hal ini dapat dilihat dari perusahaan-perusahaan yang mengalami kemajuan teknologi. Persaingan bisnis yang ketat seperti saat ini membuat pelaku bisnis selalu berusaha untuk mempertahankan usahanya dan bersaing untuk mencapai tujuan yang di harapkan. Berbagai macam cara dapat ditempuh untuk menjadi pesaing bisnis dalam menjual produk atau jasa ditengah persaingan yang ada.

CV Wangsa Mandiri Sukses ini merupakan salah satu distributor ban motor bermerk *Swallow* di area Sumsel dan sekitarnya. CV Wangsa Mandiri Sukses ini telah bergerak dalam bidang perdagangan dari tahun 2012. Selama empat tahun terakhir CV. Wangsa Mandiri Sukses Palembang mendapatkan barang yang di *supply* oleh PT. *Swallow*, produk yang di pasarkan oleh perusahaan ini adalah ban motor bermerk *swallow*, sebagai contoh ban motor *swallow* yang dijual ialah *Tera Cross*, *Venom*, ban *tubeless* dan lain-lain. Selama ini barang tersebut di pasarkan secara eceran maupun *retail* ke toko melalui pemasaran yang dilakukan melalui telepon. Setelah terjadi transaksi pelanggan dapat melakukan pembayaran secara *cash*, transfer dan bon dengan waktu tempo tertentu, setelah itu barang yang telah dipesan dapat dikirim ke pelanggan.

Dari yang selama ini, ternyata CV. Wangsa Mandiri Sukses Palembang masih menerapkan sistem yang konvensional yaitu dengan cara promosi yang disebar menggunakan brosur, sedangkan yang melakukan penyebaran brosur itu sendiri adalah kepala operasional nya langsung. Sehingga seringkali brosur di beri hanya saat pelanggan datang langsung ke toko, jadi penyebaran brosur menjadi kurang efektif, juga terkadang dalam mengumumkan adanya promo *discount* ke pelanggan lama, kepala operasional hanya melakukan panggilan ke beberapa pelanggan tetap saja, sehingga pelanggan-pelanggan lain yang tidak mendapatkan informasi cenderung beralih ke pesaing dikarenakan panggilan ke pelanggan menggunakan telpon, dimana untuk menelpon pelanggan secara satu persatu membutuhkan waktu yang lama. Dalam menentukan potongan harga terhadap pelanggan baru, seringkali perusahaan tidak memberikan potongan harga dengan ketentuan yang pasti karena untuk mencari bukti transaksi pelanggan harus di cari melalui recap nota yang banyak, maka terkadang adanya komplain dari pelanggan lain yang merasa tidak adil dalam pemberian potongan harga. Berdasarkan informasi yang di dapat, perlu adanya pengembangan sistem yang dapat membaharui sistem yang lama. Oleh karena itu penulis mengambil judul skripsi “Pengembangan Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Berbasis *Website* Pada CV. Wangsa Mandiri Sukses Palembang”.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Manajemen Hubungan Pelanggan

Manajemen Hubungan Pelanggan atau *Customer Relationship Management (CRM)* adalah strategi inti bisnis yang mengintegrasikan proses dan fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para konsumen sasaeen secara profitable.

Di dalam CRM terdapat tiga tataran, yaitu:

#### 1. Strategis

Pada tataran strategis memiliki pandangan bahwa CRM sebagai strategi bisnis yang mengutamakan konsumen dan bertujuan memikat dan mempertahankan konsumen yang menguntungkan.

#### 2. Operasional

---

---

Pandangan tentang CRM yang berfokus pada otomatisasi seperti otomatisasi penjualan, otomatisasi layanan dan otomatisasi pemasaran.

### 3. Analitis

Pandangan tentang CRM yang berfokus pada kegiatan penggalian data konsumen untuk tujuan-tujuan strategis dan taktis [1].

## 2.2 Pelanggan

Pelanggan adalah orang atau perseorangan yang akan membeli [6], tetapi pelanggan juga dapat diartikan orang yang akan menggunakan jasa seseorang.

Pelanggan yang dimaksud oleh perusahaan CV. Wangsa Mandiri Sukses adalah Toko *Spharepart* motor, bengkel motor, grosiran *spharepart* motor, maupun orang yang akan membeli produk mereka yaitu ban motor. Oleh karena itu dapat didefinisikan pelanggan adalah seseorang ataupun organisasi yang akan membeli atau menggunakan jasa pada produk yang ditawarkan.

## 2.3 Web

Web merupakan salah satu layanan yang didapat oleh pemakai computer yang terhubung ke internet, dan digunakan untuk menemukan informasi dengan mengikuti link yang disediakan dalam browser web [4].

## 2.4 Metodologi

Dalam melakukan pengembangan sistem digunakan metodologi Iterasi (*Iteration*). Metodologi Iterasi merupakan gabungan dari model *waterfall* dan model prototype [3]. Tahapan iterasi dilaksanakan secara berulang-ulang sampai didapatkan hasil yang diinginkan Tahapan utama dalam proses pengembangan sistem adalah sebagai berikut [5]:

### 1. Investigasi Sistem

Manfaat dari fase ini adalah untuk menentukan masalah atau kebutuhan yang timbul.

### 2. Analisis Sistem

Pada tahap ini, tujuan terpenting adalah untuk mendefinisikan sistem berjalan, mengidentifikasi permasalahan, penentuan tujuan dari perbaikan sebuah sistem dan mengidentifikasi kebutuhan pengguna sistem.

### 3. Desain Sistem

Pada tahap ini menggambarkan sebuah model sistem untuk menyelesaikan permasalahan dan melakukan rencana pembuatan program yang disesuaikan.

### 4. Implementasi sistem

Tahap ini adalah prosedur yang dilakukan untuk menyelesaikan desain sistem yang ada, menginstall dan memulai penggunaan sistem baru atau sistem yang di perbaiki.

### 5. Pemeliharaan Sistem

Tahap ini merupakan bentuk evaluasi untuk memantau supaya sistem informasi yang dioperasikan dapat berjalan secara optimal dan sesuai dengan harapan pemakai yang menggunakan sistem tersebut.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Analisis Permasalahan

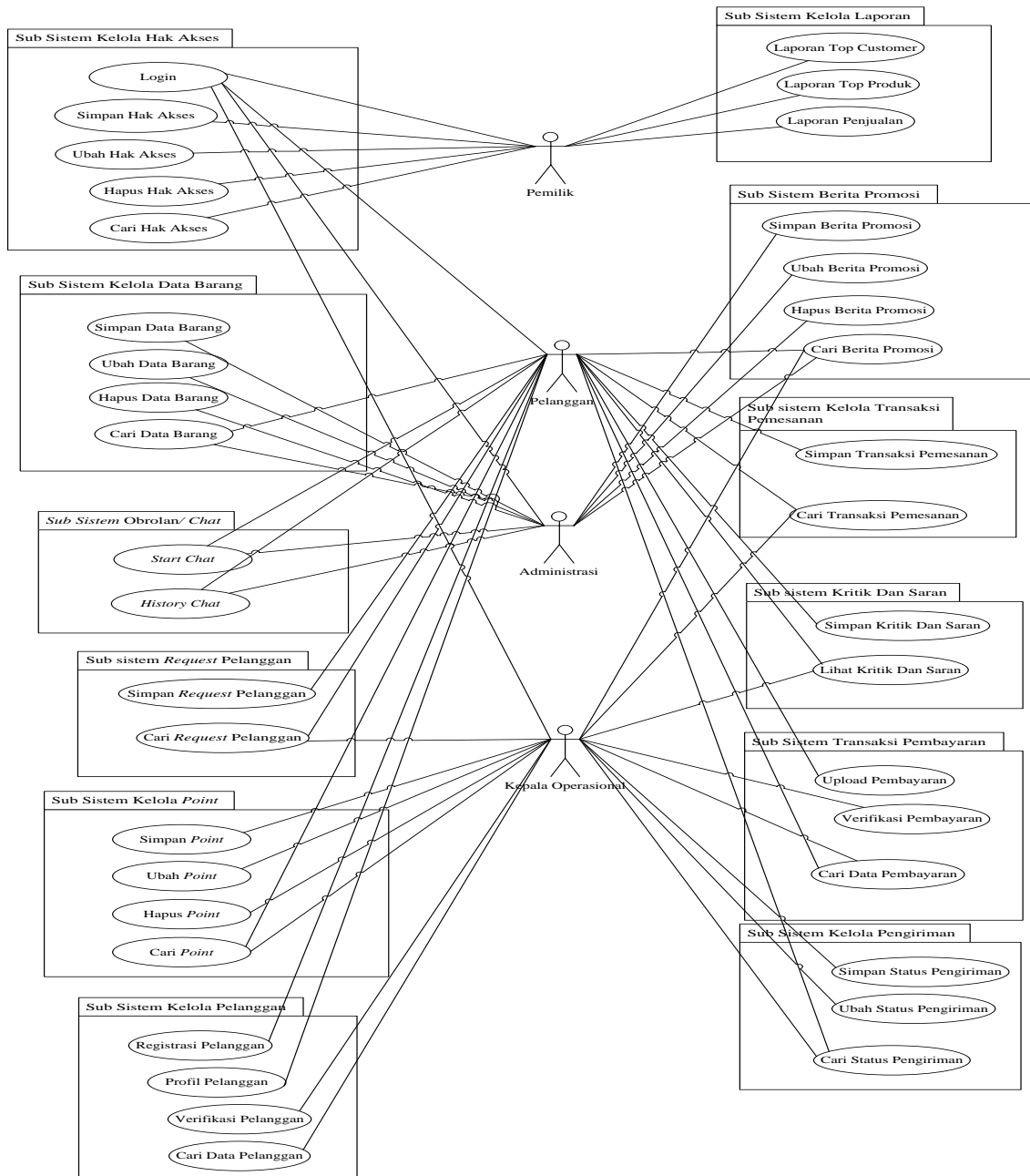
Pada sub bab ini penulis membuat analisis permasalahan yang terjadi pada CV. Wangsa Mandiri Sukses. Analisis permasalahan dilakukan dengan menggunakan kerangka *PIECES* (*Performance, Information, Economics, Control, Efficiency, Services*). Adapun permasalahan yang ada dengan menggunakan kerangka *PIECES* adalah sebagai berikut:

---

| <i>PIECES</i>      | <b>Permasalahan</b>   |
|--------------------|---|
| <i>Performance</i> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membutuhkan waktu yang lama dalam pencarian rekap nota, yang akan menentukan potongan harga kepada pelanggan.</li> </ul>   |
| <i>Information</i> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informasi berdasarkan rekap nota penjualan pelanggan tidak akurat, karena terkadang ada nota penjualan yang terlewatkan.</li> <li>- Informasi yang disebarkan ke pelanggan terbatas, karena informasi bersumber dari brosur dan panggilan dari perusahaan.</li> </ul>                  |
| <i>Economic</i>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Biaya pengeluaran kantor cukup besar, dikarenakan adanya pengeluaran biaya percetakan brosur dan tagihan telpon ataupun pulsa pribadi.</li> </ul>  |
| <i>Control</i>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengcekan nota transaksi pelanggan harus di cek se-akurat mungkin agar tidak terjadi kekeliruan pemberian potongan harga, sehingga menentukan potongan harga menjadi lambat.</li> </ul>  |
| <i>Efficiency</i>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penyebaran brosur tidak efisien, karena brosur hanya diletakkan pada toko dan diberikan kepada pelanggan yang datang langsung.</li> <li>- Admin berulang kali merekap nota setelah terjadi transaksi dan dilakukan kembali pada saat pemberian potongan harga ke pelanggan.</li> </ul> |
| <i>Service</i>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Seringkali pelanggan menunggu lama karena admin harus mengecek satu persatu nota yang ada.</li> <li>- Beberapa pelanggan tidak mendapatkan informasi yang relevan.</li> </ul>  |

### 3.2. Analisis Kebutuhan

Tahapan analisis kebutuhan bertujuan untuk mendefinisikan kebutuhan dari sistem yang akan dikembangkan dan dari kebutuhan yang telah didapatkan. Dalam menganalisis kebutuhan sistem, penulis menggunakan alat bantu yaitu dengan menggunakan *use case* diagram. Pembuatan *use case* bertujuan untuk mendapatkan dan menganalisis informasi persyaratan yang cukup untuk mempersiapkan model yang mengkomunikasikan kebutuhan dari pengguna, tentang bagaimana sistem akan dibangun dan diimplementasikan. Diagram *usecase* dapat dilihat pada Gambar 3.1.

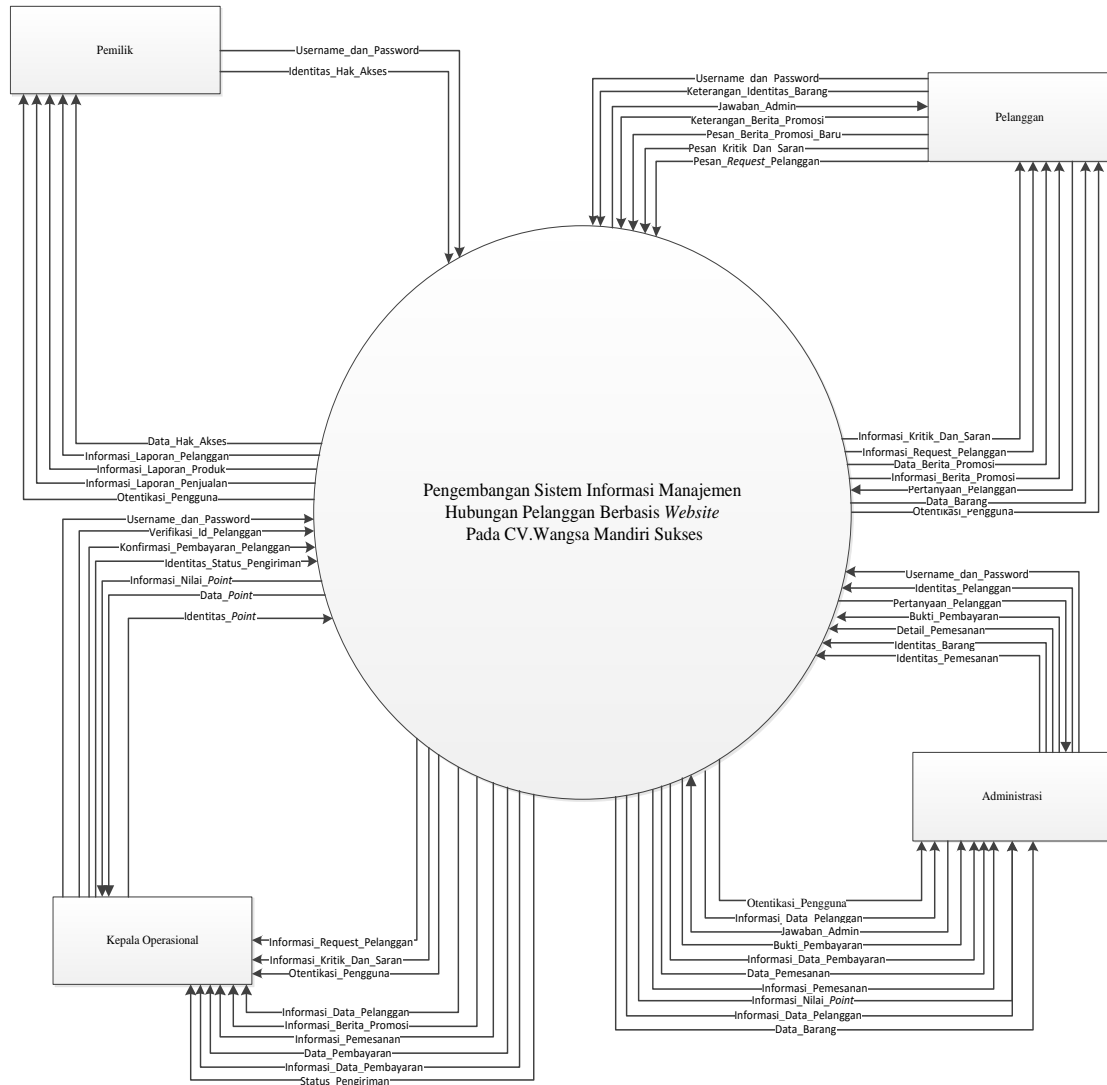


Gambar 3.1 Usecase Diagram

Diagram *usecase* di atas menceritakan dari empat aktor yang dapat melakukan fungsi-fungsi yang akan menjadi solusi dari setiap permasalahan yang telah di rumuskan.

### 3.2.1 Diagram Konteks

Diagram konteks merupakan sebuah diagram yang menggambarkan atau mengilustrasikan sistem yang diusulkan. Diagram konteks menunjukkan antarmuka utama sistem dengan lingkungannya. Diagram konteks pada CV. Wangsa Mandiri Sukses dapat dilihat pada Gambar 3.2.

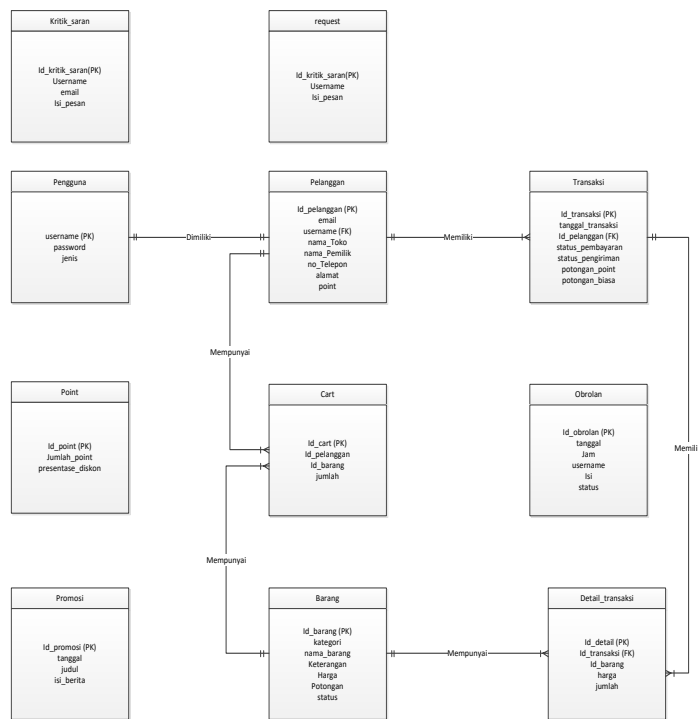


Gambar 3.2 Diagram Konteks

Rancangan diagram konteks berikut merupakan penjelasan mengenai sistem yang akan di bangun secara garis besar mengenai lingkup manajemen hubungan pelanggan.

### 3.2.2 Entity Relationship Diagram

Berikut merupakan ERD (*Entity Relationship Diagram*) pada CV. Wangsa Mandiri Sukses yang dapat dilihat pada Gambar 3.3.



Gambar 3.3 Entity Relationship Diagram (ERD)

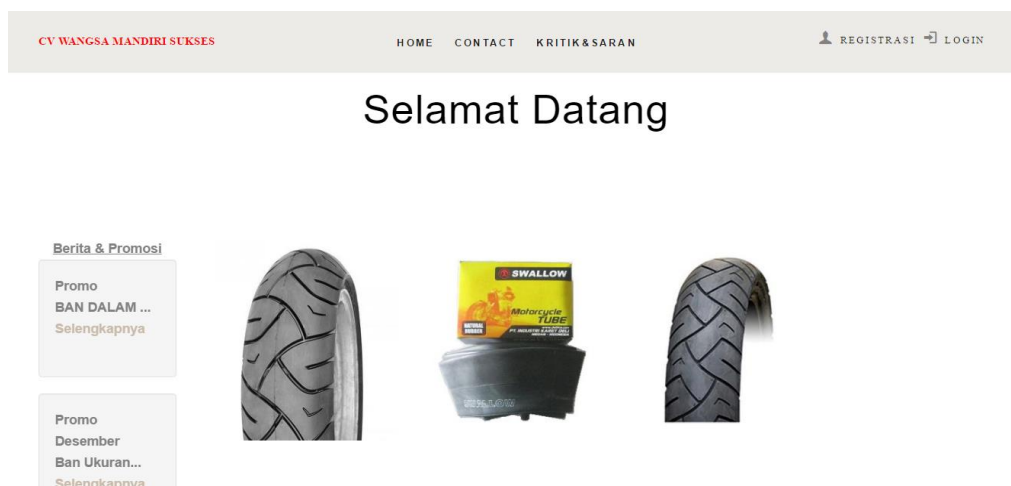
Rancangan pada *Entity Relationship Diagram* menjelaskan secara garis besar mengenai *database* yang akan di bangun pada system yang berkaitan dengan manajemen hubungan pelanggan, antara lain rancangan ini memiliki sebelas table.

### 3.3 Rancangan Antarmuka

Berikut merupakan rancangan antarmuka beranda pada website yang akan di bangun.

#### 3.3.1 Rancangan Antarmuka Sistem Pada Pelanggan (Halaman Utama)

Berikut merupakan tampilan rancangan halaman utama yang dapat dilihat pada Gambar 3.6.



Gambar 3.6 Halaman Utama

Gambar di atas merupakan tampilan pada beranda *website* yang telah dibangun, tampilan beranda adalah hasil dari pembangunan sistem yang bertema manajemen hubungan pelanggan.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan dan telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dengan adanya sistem informasi manajemen hubungan pelanggan berbasis *website* pada CV. Wangsa Mandiri Sukses Palembang dapat meningkatkan peluang dalam mendapatkan pelanggan dan penjualan pada perusahaan.
2. Sistem ini dapat membantu perusahaan dalam menyebarkan informasi yang ada ke pelanggan, sehingga pelanggan dengan mudah mendapatkan informasi yang ada.
3. Potongan harga yang diberikan kepada pelanggan menjadi lebih terkendali, potongan harga yang diberikan mengikuti kebijakan perusahaan berdasarkan prosedur yang ada dalam perusahaan.

#### 5. SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan dan pembahasan yang telah dibahas pada bab sebelumnya, disarankan kepada siapa-pun yang akan mengembangkan sistem atau-pun yang akan membangun sistem sejenis, telah diuraikan sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi pengembang yang akan membangun sistem *Customer Relationship Management* (CRM) dapat menyediakan *Custom feature* pada produk yang dipasarkan kepada pelanggan.
  2. Bagi pengembang juga di sarankan untuk dapat mengimplementasikan sistem serupa ke dalam bentuk *Mobile Application* seperti *Android, IOS, Windows Phone*, dll.
  3. Bagi Pengembang dapat menampilkan statistik atau grafik laporan yang dapat dilihat oleh pemilik (*Owner*) perusahaan.
  4. Disarankan juga bagi pengembang selanjutnya untuk membangun *feature* yang memberikan diskon produk atau barang yang terhubung langsung pada saat pembuatan berita promosi.
-



DAFTAR PUSTAKA

- [1] Buttle, F. 2007, *Customer Relationship Management*, Bayumedia, Jakarta.
  - [2] Fatta, H. A 2007, *Analisis & Perancangan Sistem Informasi*, Andi Offse, Yogyakarta.
  - [3] Rosa, AS dan Salahuddin M, 2013. *Modul Pembelajaran Rekayasa Perangkat Lunak (Terstruktur dan Berorientasi Objek)*. Modula, Malang.
  - [4] Sidik, B. 2012, *Pemrograman Web dengan HTML*, Informatika Bandung.
  - [5] Sutabri, T. 2012, *Rekayasa Sistem Berorientasi Objek*. Informatika. Bandung.
  - [6] KBBI Online 2016, *Pengertian Pelanggan*, 05/10/2016 [kbbi.web.id](http://kbbi.web.id)
-