

**Analisis dan Perancangan Sistem Customer Relationship
Management (CRM)**

(Studi Kasus di HOTEL SANTOSA LOMBOK)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Teknik Informatika**



disusun oleh :

Aditya Pratama

08.07.05689

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2013

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**Analisis dan Perancangan Sistem Customer Relationship
Management (CRM)**

Disusun oleh:

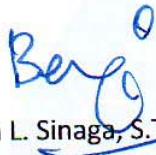
Aditya Pratama

NPM : 08 07 05689

Dinyatakan telah memenuhi syarat

Pada tanggal: Juli 2013

Pembimbing I,



Benyamin L. Sinaga, S.T., Mcomp.Sc.

Pembimbing II,



Fl. Spty Rahayu, S.T., M.Kom.

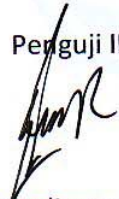
Tim Penguji:

Penguji I,



Benyamin L. Sinaga, S.T., Mcomp.Sc.

Penguji II,



Eduard Rusdianto, S.T., M.T.

Penguji III,



Findra Kartika Sari Dewi, S.T., M.M., M.T

Yogyakarta, Juli 2013

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Fakultas Teknologi Industri

Dekan,

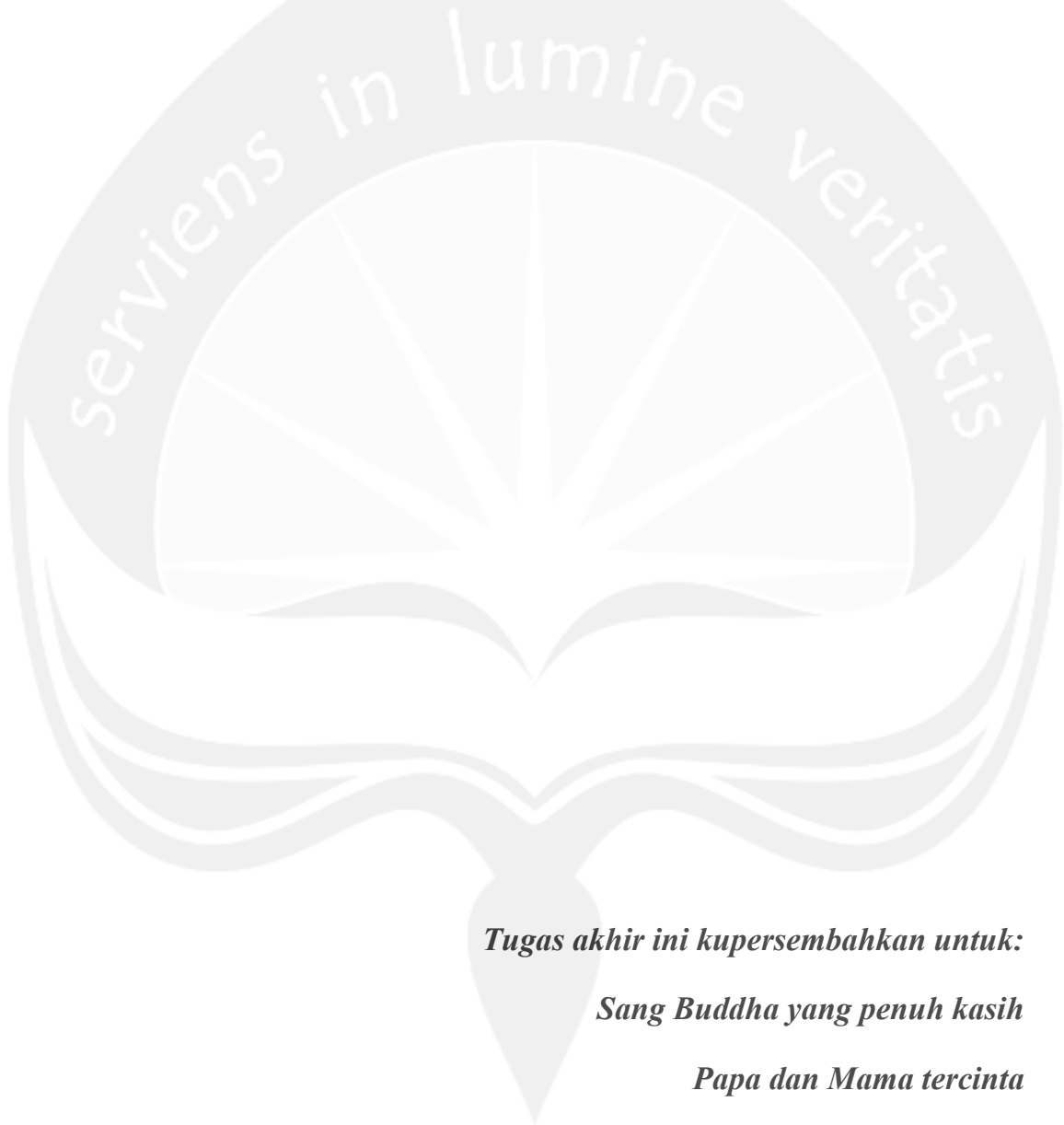


FAKULTAS
TEKNOLOGI INDUSTRI

Ir. B. Kristyanto, M.Eng, Ph.D

HALAMAN PERSEMBAHAN

*"Don't let life Discourage you . Everyone who Got to
where they are had to begin where they were"*



Tugas akhir ini kupersembahkan untuk:

Sang Buddha yang penuh kasih

Papa dan Mama tercinta

Saudara-saudaraku tercinta

Sahabat-sahabatku tercinta

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Sang Buddha karena atas berkat-Nya penulis dapat menyelesaikan pembuatan skripsi ini dengan baik.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat sarjana di Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ir.B.Kristyanto, M.Eng.,Ph.D. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Benjamin Langgu Sinaga,S.T., M.Comp.Sc.Dosen Pembimbing 1 yang dengan sangat baik membimbing dan membantu penulis dari awal sampai selesainya skripsi ini.
3. Flourensia Spty Rahayu S.T. , M.Kom. dosen pembimbing 2 yang dengan sangat baik membimbing dan membantu penulis dari awal sampai selesainya skripsi ini.
4. Kusworo Anindito ST.,MT. Selaku dosen pembimbing akademik penulis selama masa perkuliahan

5. Yen Yanto, SmHk dan I.G.A Yuliani, SE papa dan mama yang selalu mendoakan kesuksesan penulis dengan penuh cinta dan memberikan semangat baik moril maupun non-moril kepada penulis
6. Sherly Untari, adik tercinta yang selalu menjadi inspirasi penulis dalam menyelesaikan studi dengan baik
7. Seluruh staff HOTEL SANTOSA LOMBOK terima kasih untuk memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian.
8. Anak ARJUNA, pantie community , & 3IDIOT yang sudah sangat banyak membantu penulis selama masa perkuliahan, terima kasih untuk persahabatan kita selama ini.
9. Teman-teman seangkatan Teknik Informatika 2008 dan orang-orang terlibat lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu terima kasih atas kebersamaannya.
10. Temen temen KKN 43 UAJY roy, ruswan, denny, ncentnt, andy "plenthox", imma, putri, tabitta thx banget bantuannya selama sebulan masa knn kita kemarin.

11.Semua temen temen KKN unit G yang ga mungkin disebut satu per satu dosen pembimbing KKN pak sigit, ADPL mas eddy thx bantuannya selama KKN.

Penulis menyadari bahwa tugas ini tidak luput dari kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna peyempurnaan tugas ini. Akhir kata penulis mengharapkan agar Tugas Akhir ini memberikan manfaat bagi perusahaan dan menambah wawasan bagi semua pihak.

Yogyakarta, juli 2013

Penulis

Analisis dan Perancangan Sistem Customer Relationship Management (CRM)

Aditya Pratama

08 07 05689

INTISARI

Kemajuan perkembangan Teknologi saat ini menuntut kitamelakukan berbagai macam inovasi dan kreatifitas guna mampu bersaing dengan pasar asing, termasuk di bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi, dan kemajuan ini akan lebih banyak bermanfaat bila dapat digunakan oleh orang banyak, sehingga dapat mendukung kemajuan dari perkembangan teknologi informasi itu sendiri

Dalam melakukan analisa di HOTEL SANTOSA LOMBOK ini sendiri menggunakan beberapa langkah melakukan analisis, yaitu menggunakan metode kuesioner, metode observasi dan wawancara, metode studi pustaka, dan metode untuk melakukan analisa baik internal maupun eksternal

Dengan adanya hasil dari analisa yang didapat nantinya, diharapkan perusahaan dapat mampu mengetahui kekurangan dan kelebihan dari sistem yang sudah dimiliki dan dapat juga mengetahui rancangan sistem CRM yang dapat membantu kekurangan sistem yang sudah ada di perusahaan yang akan dijalankan di HOTEL SANTOSA LOMBOK.

Kata kunci :CRM, analisis sistem, perancangan sistem, perancangan CRM

Pembimbing I : Benyamin L. Sinaga, S.T., Mcomp.Sc.

Pembimbing II : Fl. Spty Rahayu, S.T., M.Kom.

Tanggal Kelulusan : 24 Juli 2013.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
INTISARI.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Metodologi Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	8
Bab II.....	10
BAB III.....	16
3.1 CRM (<i>Customer Relationship Management</i>)	16
3.1.1 CRM.....	16
3.1.2 Pentingnya CRM dalam organisasi.....	16
3.1.3 Implementasi CRM.....	18
3.1.4 Keuntungan CRM.....	20
3.1.5 Klasifikasi CRM.....	21
3.2 Analisis lingkungan eksternal	22
3.2.1 Analisis PEST(Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi)..	22
3.2.2 Model tekanan-tekanan kompetisi(<i>Competitive Forces Model</i>)	23
3.3 Analisis lingkungan Internal	26
3.3.1 Model rantai nilai(<i>value chain</i>).....	26
3.3.2 Analisa IFAS(<i>Internal Factor Analysis Summary</i>) dan EFAS(<i>External Factor Analysis Summary</i>).....	27
3.3.3 Analisis SWOT.....	28
3.3.4 Analisis CSF(<i>Critical Success Factor</i>).....	28
3.3.5 Analisis TOWS(<i>Threat, Oppurtunnies, Weakness,Strenghts</i>)	29
3.3.6 Analisa McFarlan.....	31
3.4 Metode Clustering	32
Bab IV.....	34

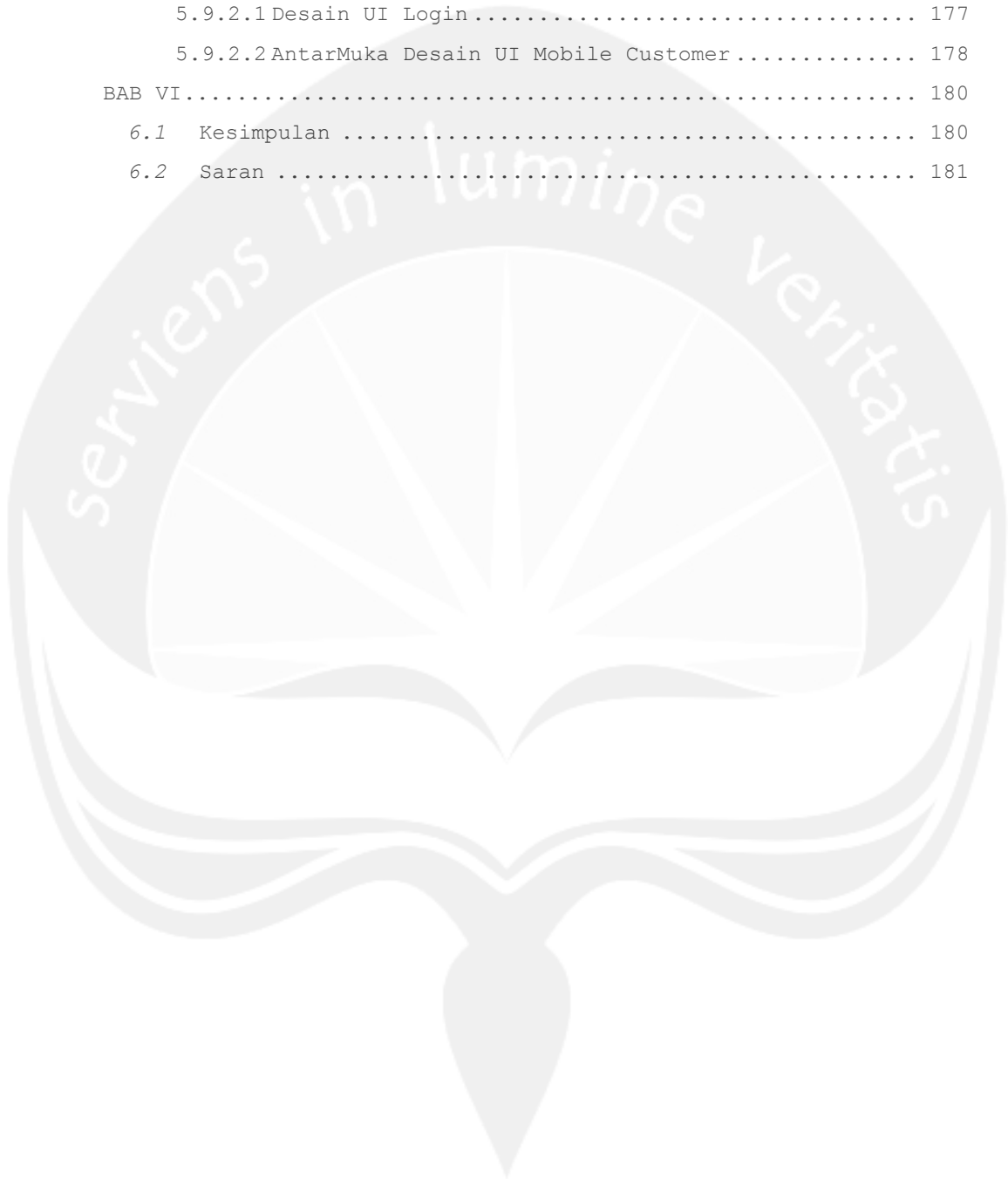
4.1	Gambaran Umum The Santosa Villas and Resort	34
4.2	Visi dan Misi The Santosa Villas and Resort	38
4.3	Sumber Daya Manusia	38
4.4	Analisis PEST (Politik,Ekonomi,Sosial,Teknologi)	42
4.4.1	POLITIK.....	42
4.4.2	EKONOMI.....	45
4.4.3	SOSIAL.....	46
4.4.4	TEKNOLOGI.....	47
4.5	Analisis <i>Competitive's Force Model</i>	49
4.6	Analisis Value Chain(analisis rantai nilai)	55
4.7	ANALISA IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>) & EFAS(<i>External Factor Analysis Summary</i>)	61
4.7.1	EFAS(<i>External Factor Analysis Summary</i>).....	61
4.7.2	IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>).....	64
4.8	ANALISIS SWOT (<i>STRENGHT,WEAKNESS,OPPURTUNIES,THREAT</i>) ...	67
4.9	ANALISA TOWS (<i>THREAT,OPPURTUNIES,WEAKNESS,STRENGHT</i>)	72
4.10	Analisis CSF(<i>Critical Success Factor</i>)	74
4.11	STRATEGI TEKNOLOGI INFORMASI	78
4.12	EKSISTING SISTEM HOTEL SANTOSA LOMBOK	81
Bab V.....		85
5.1	Analisis Sistem	85
5.2	Perspektif Produk	86
5.3	Fungsi Produk	87
5.4	USE CASE DIAGRAM	94
5.5	Entity Relationship Diagram(ERD)	95
5.6	Definisi dan akronim	96
5.7	Perancangan Sistem	97
5.7.1	Perancangan arsitektur.....	97
5.7.2	Perancangan rinci.....	98
5.7.2.1	Sequence Diagram Login.....	98
5.7.2.2	Sequence Diagram Change Password.....	99
5.7.2.3	Sequence Diagram Entry Pegawai.....	100
5.7.2.3.1	Sequence Diagram Entry data Pegawai	100
5.7.2.3.2	Sequence Diagram Edit data Pegawai	100
5.7.2.3.3	Sequence Diagram delete data Pegawai	101
5.7.2.3.4	Sequence Diagram search data Pegawai	101

5.7.2.4	Sequence Diagram Entry Customer.....	102
5.7.2.4.1	Sequence Diagram entry data Customer	102
5.7.2.4.2	Sequence Diagram edit data Customer	102
5.7.2.4.3	Sequence Diagram delete data Customer	103
5.7.2.5	Sequence Diagram Advertisement Offer.....	103
5.7.2.6	Sequence Diagram Pers Release.....	104
5.7.2.7	Sequence Diagram Social Media.....	104
5.7.2.8	Sequence Diagram Entry Promosi.....	105
5.7.2.8.1	Sequence Diagram Entry Data Promosi	105
5.7.2.8.2	Sequence Diagram Edit Data Promosi	105
5.7.2.8.3	Sequence Diagram Delete Data Promosi	106
5.7.2.8.4	Sequence Diagram search Data Promosi	106
5.7.2.9	Sequence Diagram Entry Activity Customer.....	107
5.7.2.9.1	Sequence Diagram entry Data Activity Customer	107
5.7.2.9.2	Sequence Diagram edit Data Activity Customer .	108
5.7.2.9.3	Sequence Diagram display Data Activity Customer	108
5.7.2.9.4	Sequence Diagram search Data Activity Customer	109
5.7.2.10	Sequence Diagram Entry Event	109
5.7.2.10.1	Sequence Diagram entry Data Event	109
5.7.2.10.2	Sequence Diagram Edit Data Event	110
5.7.2.10.3	Sequence Diagram Delete Data Event	110
5.7.2.10.4	Sequence Diagram display Data Event	111
5.7.2.11	Sequence Diagram entry Customer Comment	111
5.7.2.11.1	Sequence Diagram entry data Customer Comment	111
5.7.2.11.2	Sequence Diagram display Customer Comment ...	112
5.7.2.12	Sequence Diagram Entry Recommended Activity....	112
5.7.2.12.1	Sequence Diagram Entry Data Recommended activity	112
5.7.2.12.2	Sequence Diagram display Data Recommended activity	113
5.7.2.13	Sequence Diagram Analisis Informasi.....	113
5.7.2.13.1	Sequence Diagram display dan cetak Partisipasi Customer	113
5.7.2.13.2	Sequence Diagram display dan kedatangan customer	114
5.7.3	Class Diagram.....	115

5.7.4	Spesifikasi kelas diagram.....	116
5.7.4.1	Spesifikasi design kelas login.....	116
5.7.4.2	Spesifikasi design kelas PegawaiUI.....	116
5.7.4.3	Spesifikasi design kelas CustomerUI.....	117
5.7.4.4	Spesifikasi design kelas CustomerCommentUI.....	118
5.7.4.5	Spesifikasi design kelas SocialMediaUI.....	118
5.7.4.6	Spesifikasi design kelas PersReleaseUI.....	119
5.7.4.7	Spesifikasi design kelas AdsOfferUI.....	119
5.7.4.8	Spesifikasi design kelas PromosiUI.....	120
5.7.4.9	Spesifikasi design kelas EventUI.....	120
5.7.4.10	Spesifikasi design kelas KedatanganUI.....	121
5.7.4.11	Spesifikasi design kelas PartisipasiUI.....	121
5.7.4.12	Spesifikasi design kelas ActivityCustomerUI.....	121
5.7.4.13	Spesifikasi design kelas RecommendedUI.....	122
5.7.4.14	Spesifikasi design kelas PegawaiManager.....	122
5.7.4.15	Spesifikasi design kelas CustomerManager.....	124
5.7.4.16	Spesifikasi design kelas CustomerComment Manager.....	125
5.7.4.17	Spesifikasi design kelas SocialMediaManager.....	126
5.7.4.18	Spesifikasi design kelas PersReleaseManager.....	126
5.7.4.19	Spesifikasi design kelas AdsOfferManager.....	126
5.7.4.20	Spesifikasi design kelas PromosiManager.....	127
5.7.4.21	Spesifikasi design kelas EventManager.....	128
5.7.4.22	Spesifikasi design kelas PartisipasiManager.....	129
5.7.4.23	Spesifikasi design kelas KedatanganManager.....	129
5.7.4.24	Spesifikasi design kelas ActivityCustomerManager.....	130
5.7.4.25	Spesifikasi design kelas RecommendedManager.....	130
5.7.4.26	Spesifikasi design kelas Pegawai.....	131
5.7.4.27	Spesifikasi design kelas Customer.....	133
5.7.4.28	Spesifikasi design kelas CustomerComment.....	135
5.7.4.29	Spesifikasi design kelas SocialMedia.....	136
5.7.4.30	Spesifikasi design kelas PersRelease.....	137
5.7.4.31	Spesifikasi design kelas AdsOffer.....	137
5.7.4.32	Spesifikasi design kelas Promosi.....	138
5.7.4.33	Spesifikasi design kelas Event.....	139
5.7.4.34	Spesifikasi design kelas ActivityCustomer.....	141
5.7.4.35	Spesifikasi design kelas Recommended.....	143

5.7.4.36	Spesifikasi design kelas PegawaiDAL	145
5.7.4.37	Spesifikasi design kelas CustomerDAL	145
5.7.4.38	Spesifikasi design kelas CustomerCommentDAL	146
5.7.4.39	Spesifikasi design kelas PersReleaseDAL	147
5.7.4.40	Spesifikasi design kelas SocialMediaDAL	147
5.7.4.41	Spesifikasi design kelas AdsOfferDAL	148
5.7.4.42	Spesifikasi design kelas PromosiDAL	148
5.7.4.43	Spesifikasi design kelas EventDAL	149
5.7.4.44	Spesifikasi design kelas ActivityCustomerDAL ...	149
5.7.4.45	Spesifikasi design kelas RecommendedDAL	150
5.8	Deskripsi Dekomposisi	151
5.8.1	Dekomposisi data.....	151
5.8.1.1	Deskripsi Entitas Data Pegawai.....	151
5.8.1.2	Deskripsi Entitas Data Customer.....	151
5.8.1.3	Deskripsi Entitas Data Social Media.....	152
5.8.1.4	Deskripsi Entitas Data Pers Release.....	153
5.8.1.5	Deskripsi Entitas Advertisement Offers.....	153
5.8.1.6	Deskripsi Entitas Data Promosi.....	153
5.8.1.7	Deskripsi Entitas Data Event.....	154
5.8.1.8	Deskripsi Entitas Data Customer Comment.....	154
5.8.1.9	Deskripsi Entitas Data Analisa Informasi.....	155
5.8.1.10	Deskripsi Entitas Data Activity Customer.....	156
5.8.1.11	Deskripsi Entitas Data Recommended Activity....	157
5.8.2	Physical Data Model.....	159
5.9	Perancangan Antarmuka SCRM	160
5.9.1	SketsaUI dan Deskripsinya.....	160
5.9.1.1	AntarMuka Halaman Login.....	160
5.9.1.2	AntarMuka Halaman Change Password.....	161
5.9.1.3	AntarMuka Halaman Entry Pegawai.....	162
5.9.1.4	AntarMuka Halaman Entry Customer.....	164
5.9.1.5	AntarMuka Halaman Main Customer.....	166
5.9.1.6	AntarMuka Halaman Entry Promosi.....	167
5.9.1.7	AntarMuka Halaman Entry Event.....	169
5.9.1.8	AntarMuka Halaman Customer Comment.....	171
5.9.1.9	AntarMuka Halaman Activity Customer.....	172
5.9.1.10	AntarMuka Halaman Recommended Activity.....	174

5.9.1.11 AntarMuka Halaman Analisis Informasi	176
5.9.2 Desain UI Mobile.....	177
5.9.2.1 Desain UI Login.....	177
5.9.2.2 AntarMuka Desain UI Mobile Customer.....	178
BAB VI.....	180
6.1 Kesimpulan	180
6.2 Saran	181



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 diagram konteks proses kerja.....	58
Gambar 5.1 Use Case Diagram.....	94
Gambar 5.2Conceptual Data Model.....	95
Gambar 5.3Arsitektur Diagram.....	97
Gambar 5.4 Realisasi sequence Diagram : Login customer.....	98
Gambar 5.5 Realisasi sequence Diagram : Login pegawai.....	98
Gambar 5.5 Realisasi sequence Diagram :Change Password pegawai.	99
Gambar 5.6 Realisasi sequence Diagram :Change Password pegawai.	99
Gambar 5.7 Realisasi sequence Diagram :edit pegawai.....	100
Gambar 5.8 Realisasi sequence Diagram :deletePegawai.....	101
Gambar 5.9 Realisasi sequence Diagram : Search Pegawai.....	101
Gambar 5.10 Realisasi sequence Diagram :Entry Customer.....	102
Gambar 5.11 Realisasi sequence Diagram :Edit Customer.....	102
Gambar 5.12 Realisasi sequence Diagram :search Customer.....	103
Gambar 5.13 Realisasi sequence Diagram : Ads Offer.....	103
Gambar 5.14 Realisasi sequence Diagram : Pers Release.....	104
Gambar 5.14 Realisasi sequence Diagram : Social Media.....	104
Gambar 5.15 Realisasi sequence Diagram :Entry Data Promosi....	105
Gambar 5.16 Realisasi sequence Diagram :edit Data Promosi.....	105
Gambar 5.17 Realisasi sequence Diagram :delete Data Promosi...	106
Gambar 5.18 Realisasi sequence Diagram :search Data Promosi...	106
Gambar 5.19 Realisasi sequence Diagram :Entry Activity Customer	107
Gambar 5.20 Realisasi sequenceDiagram :Edit Activity Customer.	108
Gambar 5.21 Realisasi sequenceDiagram :display Activity Customer	108
Gambar 5.22 Realisasi sequence Diagram :display Activity Customer	109
Gambar 5.24 Realisasi sequence Diagram :Edit Event.....	110
Gambar 5.25 Realisasi sequence Diagram :delete Event.....	110
Gambar 5.26 Realisasi sequence Diagram :display Event.....	111
Gambar 5.27 Realisasi sequence Diagram :Entry customer Comment	111
Gambar 5.28 Realisasi sequence Diagram :display customer Comment	112

Gambar 5.29 Realisasi sequenceDiagram :Entry Recommended Activity	112
Gambar 5.30 Realisasi sequenceDiagram :display Recommended Activity.....	113
Gambar 5.32 Realisasi sequenceDiagram :display kedatangan customer	114
Gambar 5.33Class Diagram.....	115
Gambar 5.34Physical Data Model.....	159
Gambar 5.35Rancangan Antarmuka Login.....	160
Gambar 5.36Rancangan Antarmuka Change Password.....	161
Gambar 5.36Rancangan Antarmuka Login.....	162
Gambar 5.37Rancangan Antarmuka Entry Customer.....	164
Gambar 5.38Rancangan Antarmuka Main Form Customer.....	166
Gambar 5.39Rancangan Antarmuka Entry Promosi.....	167
Gambar 5.40Rancangan Antarmuka Entry Event.....	169
Gambar 5.41Rancangan Antarmuka Entry Customer Comment.....	171
Gambar 5.42Rancangan Antarmuka Activity Customer.....	172
Gambar 5.43Rancangan Antarmuka Recommended Activity.....	174
Gambar 5.44Rancangan Antarmuka Analisa Informasi.....	176
Gambar 5.44Rancangan Antarmuka Login Mobile.....	177
Gambar 5.45Rancangan Antarmuka Form Utama.....	178
Gambar 5.46Rancangan Navigasi Form Customer.....	179

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 tabel analisa faktor eksternal : <i>Oppurtunities</i> .61	61
Tabel 4.2 tabel analisa faktor eksternal : <i>threat</i>63	63
Tabel 4.3 tabel analisa faktor internal : <i>strenght</i>64	64
Tabel 4.4 tabel analisa faktor internal : <i>Weakness</i>66	66
Tabel 4.5 tabel analisis TOWS72	72
Tabel 4.6 tabel analisa Critical Success Factor74	74
Tabel 4.7 tabel Strategi Teknologi informasi78	78

