

ABSTRAK

Toko “x” adalah sebuah toko telepon genggam yang terletak di kota Bandung. Toko ini menjual berbagai macam merek telepon genggam, aksesoris, dan service telepon genggam. Usaha penjualan telepon genggam ditoko ini dimulai sejak tahun 2012. Umur toko yang masih tergolong muda ini menyebabkan masih banyak aspek yang perlu terus dibenahi. Rata-rata penjualan toko bisa mencapai 3300 unit perbulan berdasarkan data penjualan tahun 2015, dalam beberapa bulan akhir-akhir ini pada bulan Agustus penjualan mengalami penurunan yaitu baru tercapai 86 %, sedangkan pada bulan September baru tercapai 76 %, bulan Oktober baru mencapai 83%, dan bulan November baru mencapai 74%. Ada juga konsumen yang mengeluhkan tentang pelayanan toko, konsumen tersebut sudah melakukan pembelian lebih dari 3x, namun pelayanan yang diterima sama dengan pelayanan untuk konsumen yang baru pertama kali beli. Maka dilakukan penelitian untuk memberikan usulan agar konsumen menjadi puas dilihat dari sisi bauran pemasaran saat ini. Juga dengan mengusulkan sistem CRM agar toko bisa memberikan pelayanan yang lebih baik sehingga penjualan diharapkan bisa naik.

Penelitian ini menggunakan metodologi perancangan sistem. Kriteria sistem diperoleh dengan penyebaran kuesioner yang menanyakan atribut yang dipentingkan oleh konsumen. Penyusunan variabel-variabel penelitian untuk dijadikan kuesioner penelitian berdasarkan variabel *engagement* (*cognitif, affective*, program, dan sosial), variabel segmentasi (demografi dan psikografi) dan dimensi bauran pemasaran yaitu 7P (*Product, Price, People, Process, Place, Physical Evidence*, dan *Promotion*). Pengumpulan data diperoleh melalui wawancara dengan pemilik toko, observasi melihat sistem saat ini dan penyebaran kuesioner.

Penyebaran kuesioner penelitian dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu kepada konsumen toko “x” yang telah melakukan pembelian telepon genggam. Jumlah sampel responden yang diperlukan adalah 120 responden

Pengolahan data untuk merancang sistem CRM adalah metode perhitungan persentase untuk melihat kepentingan atribut dari sistem yang akan dirancang. Konteks diagram, DFD, ERD digunakan untuk merancang sistem usulan. Diagram alir dokumen digunakan untuk menggambarkan sistem awal dan sistem usulan. Selain itu uji hipotesis digunakan untuk mengetahui atribut-atribut yang menurut konsumen puas atau tidak puas. Metode IPA dilakukan untuk melihat atribut mana saja yang harus dipertahankan dan prioritas perbaikan.

Usulan yang diberikan pada toko “x” untuk meningkatkan hubungan dengan konsumen adalah dengan cara membagi konsumen menjadi ke dalam 3 level konsumen. Setiap level tertentu akan mendapatkan pelayanan yang berbeda dari toko. Sistem saat ini, data kepentingan atribut dan perbedaan pelayanan disetiap level dijadikan dasar untuk perancangan sistem CRM. Hasil akhir perancangan CRM adalah rancangan sistem CRM yang dijabarkan dalam 4 prosedur yaitu prosedur kenaikan level, prosedur penjualan, prosedur klaim garansi, prosedur perubahan harga dan pemesanan produk. Untuk mendukung sistem CRM diusulkan juga dokumen input dan output, *user interface* dengan menggunakan software CRM, penentuan *hardware* dan merancang prosedur kerja.

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-3
1.3 Batasan dan Asumsi	1-3
1.4 Perumusan Masalah	1-3
1.5 Tujuan Penelitian	1-4
1.6 Sistematika Penulisan	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Definisi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	2-1
2.2. Tipe Konsumen.....	2-1
2.3. <i>Customer Engagement</i>	2-2
2.4. Ketahanan pelanggan	2-2
2.5. Bauran pemasaran.....	2-2
2.6. <i>Relationship Marketing</i>	2-5
2.6.1. Pengertian <i>Relationship Marketing</i>	2-5
2.6.2. <i>Marketing Database</i> dalam Konteks <i>Relationship Marketing</i>	2-6
2.7. Sistem Informasi Manajemen	2-6

DAFTAR ISI (Lanjutan)

2.7.1. Pengertian Sistem	2-6
2.7.2. Pengertian data dan informasi	2-7
2.7.3. <i>Data Flow Diagram</i>	2-7
2.8. Bagan alir	2-8
2.9. Metode Pengumpulan Data.....	2-11
2.10. Populasi dan Sampel	2-14
2.11. Teknik Sampling.....	2-15
2.12. Menentukan Ukuran Sampel.....	2-17
2.13. Skala Data	2-18
2.13.1. Macam-macam Skala Pengukuran	2-18
2.13.2. Skala Pengukuran Instrumen	2-19
2.14. Validitas dan Realiabilitas Instrumen	2-21
2.14.1. Pengujian Validitas Instrumen	2-22
2.14.2. Pengujian Reliabilitas instrumen	2-24
2.15. Uji Hipotesis	2-25
2.16. Analisis Tingkat Kepentingan dan Performansi Pelanggan.....	2-27

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Penelitian Pendahuluan.....	3-4
3.2. Latar Belakang Masalah	3-4
3.3. Identifikasi Masalah.....	3-4
3.4. Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-4
3.5. Perumusan Masalah	3-5
3.6. Tujuan Penelitian	3-5
3.7. Penggambaran Sistem Saat Ini.....	3-6
3.8. Pemilihan Strategi CRM dilihat dari teknologi informasi yang digunakan.....	3-7
3.9. Pemilihan <i>Software</i>	3-7
3.10. Kerangka Penelitian.....	3-8

DAFTAR ISI (Lanjutan)

3.11. Penyusunan Kuis Peneliti	3-9
3.12. Pengujian Validasi Konstruk	3-15
3.13. Penyebaran Kuesioner	3-15
3.14. Pengujian Validasi	3-16
3.15. Pengujian Reliabilitas	3-16
3.16. Pengolahan Data	3-17
3.17. Penggabungan IPA dan Uji Hipotesis	3-20
3.18. Perancangan CRM	3-20
3.19. Kesimpulan dan Saran	3-21

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1. Data Perusahaan	4-1
4.2. Kuesioner Penelitian	4-1

BAB 5 PENGOLAHAN DATA

5.1. Pengujian Validasi Konstruk	5-1
5.2. Pengujian Validitas dan Reabilitas	5-1
5.3. Hasil Pengolahan Data Profil Responden	5-7
5.4. Target Pasar	5-11
5.5. Pembagian Level konsumen	5-12
5.6. Penentuan Indikator Level Konsumen	5-13
5.7. Tingkat Kepentingan	5-15
5.8. Tingkat Kinerja	5-17
5.9. Uji Hipotesis	5-18
5.10. <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	5-21
5.11. Usulan Skala Prioritas Perbaikan Berdasarkan Penggabungan IPA dan Uji Hipotesis	5-24
5.12. Usulan	5-25
5.12.1. Prioritas perbaikan 1	5-25
5.12.2. Prioritas perbaikan 2	5-27
5.12.3. Perbedaan pelayanan	5-30
5.12.4. Konteks diagram	5-30

DAFTAR ISI (Lanjutan)

5.12.5. Data Flow Diagram	5-31
5.12.6. ERD (<i>Entity Relationship Diagram</i>).....	5-33
5.12.7. Usulan Sistem CRM.....	5-33
5.12.8. Diagram alir dokumen dan prosedur klaim garansi	5-34
5.12.9. Diagram Alir Dokumen dan Prosedur Penjualan Untuk Konsumen level 1, 2 dan 3.....	5-36
5.12.10. Diagram Alir Dokumen dan Prosedur kenaikan tiap level	5-45
5.12.11. Diagram Alir Dokumen dan prosedur kerja perubahan harga dan pemesanan produk baru.....	5-47
5.12.12. Penentuan <i>Hardware</i>	5-48
5.12.13. Perancangan Dokumen Input dan Output	5-50
5.12.14. Wawancara Dengan Pemilik.....	5-50
5.12.15. Analisis Usulan	5-51
5.12.16. Tampilan <i>Interface</i>	5-64

BAB 7 KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran.....	6-3

Daftar Pustaka

Data Penulis

Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data penjualan	1-2
3.1	Peringkat <i>Software</i>	3-8
3.2	Segmentasi konsumen	3-9
3.3	Pernyataan kuesioner bagian 2	3-13
3.4	Pernyataan kuesioner bagian 3	3-14
3.5	Urutan Prioritas Perbaikan	3-20
4.1	Jenis Kelamin Responden	4-1
4.2	Usia Responden	4-1
4.3	Pekerjaan Responden	4-2
4.4	Penghasilan Responden	4-2
4.5	Kedatangan Responden Ke Toko Saat Ini	4-2
4.6	Merek Telepon Genggam Yang Digunakan Responden	4-2
4.7	Jumlah Telepon Genggam Responden	4-2
4.8	Sudah Pernah / Tidak Responden Membeli di Toko “X”	4-3
4.9	Perolehan Informasi Responden	4-3
4.10	Pembelian ke Toko Saat ini	4-3
4.11	Kemauan Responden Merekomendasikan	4-3
4.12	Posisi Toko “X”	4-3
4.13	Atribut Pertanyaan	4-4
4.14	Hasil Jawaban Tingkat Kepentingan	4-5
4.15	Hasil Jawaban Tingkat Kinerja	4-6
4.16	Hasil Jawaban Tingkat Kepentingan Usulan CRM	4-7
5.1	Hasil Validitas SPSS Tingkat Kepentingan	5-2
5.2	Hasil Reliabilitas SPSS Tingkat Kepentingan	5-3
5.3	Hasil Validitas SPSS Tingkat Kinerja	5-4
5.4	Hasil Reliabilitas SPSS Tingkat Kinerja	5-5
5.5	Hasil Validitas SPSS Tingkat Kepentingan Usulan CRM	5-6

DAFTAR TABEL (Lanjutan)

Tabel	Judul	Halaman
5.6	Hasil Reliabilitas SPSS Tingkat Kepentingan Usulan CRM	5-6
5.7	Target Pasar	5-11
5.8	Perhitungan Rata-rata Kepentingan Tiap Atribut	5-15
5.9	Perhitungan Persentase Tingkat Kepentingan Usulan CRM	5-16
5.10	Contoh Perhitungan Persentase Tingkat Kepentingan	5-16
5.11	Perhitungan Rata-rata Tingkat Kinerja	5-17
5.12	Uji Hipotesis	5-19
5.13	Kuadran 1 Hasil IPA	5-22
5.14	Kuadran 2 Hasil IPA	5-22
5.15	Kuadran 3 Hasil IPA	5-23
5.16	Kuadran 4 Hasil IPA	5-23
5.17	Skala Prioritas Perbaikan	5-24
5.18	Perbedaan Pelayanan Tiap Level	5-30
5.19	Spesifikasi Komputer	5-49
5.20	Rangkuman dokumen input dan output	5-50
5.21	Validasi usulan	5-51
5.22	Validasi dokumen	5-51
5.23	Hasil wawancara	5-51
5.24	Data yang diperlukan faktur tunai	5-53
5.25	Data yang diperlukan laporan stok barang	5-55
5.26	Data yang diperlukan laporan penjualan	5-56
5.27	Data yang diperlukan faktur supplier	5-57
5.28	Data yang diperlukan kertas spesifikasi	5-58
5.29	Data yang diperlukan katalog	5-59
5.30	Data yang diperlukan kartu anggota	5-61
5.31	Data yang diperlukan faktur kredit	5-62
5.32	Data yang diperlukan nota pemesanan	5-63
6.1	Perbedaan Pelayanan Konsumen	6-3

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Nama Gambar	Halaman
1.1	Grafik Penjualan	1-2
2.1	Simbol di bagan alir sistem	2-9
2.2	Simbol di bagan alir program	2-11
2.3	Teknik Sampling	2-15
2.4	Grafik Wilayah Kritis Uji Z	2-26
2.5	Diagram Kartesius	2-28
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2	<i>Flowchart</i> Penelitian Lanjutan	3-2
3.3	<i>Flowchart</i> Penelitian Lanjutan	3-3
3.4	<i>Flowchar</i> Penjualan Telepon genggam	3-6
3.5	Kerangka Penelitian	3-8
3.6	Grafik Wilayah Kritis Uji Z	3-16
3.7	Diagram <i>Kartesius</i>	3-17
5.1	Persentase Jenis Kelamin	5-7
5.2	Persentase Usia	5-7
5.3	Persentase Pekerjaan	5-8
5.5	Persentase Penghasilan	5-8
5.5	Persentase Kedatangan ke Toko	5-8
5.6	Persentase Merek Telepon Genggam Yang Digunakan	5-9
5.7	Persentase Jumlah Telepon Genggam yang dimiliki	5-9
5.8	Persentase Konsumen Yang Pernah Membeli ditoko “x”	5-10
5.9	Persentase Sumber Informasi	5-10
5.10	Persentase Pembelian ke Toko	5-10
5.11	Persentase Kemauan Responden Merekomendasikan Toko	5-11
5.12	Posisi toko x dimata konsumen	5-11
5.13	Jumlah Responden	5-13
5.14	Level Konsumen	5-13
5.15	Grafik Wilayah Kritis H_0	5-20

DAFTAR GAMBAR (Lanjutan)

Gambar	Nama Gambar	Halaman
5.16	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-21
5.17	Layout Toko	5-26
5.18	Usulan penambahan kipas angin	5-29
5.19	Usulan Papan Nama toko	5-30
5.20	Konteks Diagram	5-30
5.21	Level DFD	5-31
5.22	DFD Level 1	5-31
5.23	DFD Level 2	5-32
5.24	<i>Entity Relationship Diagram</i>	5-33
5.25	Diagram alir dokumen klaim garansi	5-34
5.26	DAD Penjualan Untuk Konsumen Level 1	5-36
5.27	DAD Penjualan Untuk Konsume Level 1 Lanjutan	5-37
5.28	DAD Penjualan Untuk Konsumen Penjualan Level 2	5-38
5.29	DAD Penjualan Untuk Konsumen Level 2 Lanjutan	5-39
5.30	DAD Penjualan Untuk Konsumen Level 3	5-40
5.31	DAD Penjualan Untuk Konsumen Level 3 Lanjutan	5-41
5.32	DAD Penjualan Untuk Konsumen Level 3 Lanjutan	5-42
5.33	DAD untuk kenaikan konsumen level 1 ke 2	5-45
5.34	DAD untuk kenaikan konsumen level 2 ke 3	5-46
5.35	DAD untuk prosedur perubahan harga	5-47
5.36	Contoh identifikasi dokumen	5-50
5.37	Kertas harga saat ini	5-52
5.38	Usulan kertas harga	5-52
5.39	Faktur tunai	5-53
5.40	Faktur tunai usulan	5-54
5.41	Laporan stok barang usulan	5-55
5.42	Laporan penjualan usulan	5-56
5.43	Contoh faktur barang dari supplier	5-57

DAFTAR GAMBAR (Lanjutan)

Gambar	Nama Gambar	Halaman
5.44	Contoh kertas deskripsi produk	5-58
5.45	Rancangan Katalog	5-60
5.46	Rancangan Kartu anggota	5-61
5.47	Contoh Faktur Kredit	5-62
5.48	Contoh Nota Pemesanan	5-63
5.49	Membuat Konsumen Baru	5-64
5.50	Input identitas konsumen	5-64
5.51	Input identitas konsumen lanjutan	5-65
5.52	Identitas konsumen	5-65
5.53	Identitas konsumen lanjutan	5-66
5.54	Membuat produk baru	5-66
5.55	Input identitas produk	5-67
5.56	Tampilan informasi produk	5-67
5.57	Tampilan penjualan produk	5-68
5.58	Transaksi pembelian	5-68
5.59	Data transaksi pembelian	5-69
5.60	Memasukkan produk yang dibeli	5-69
5.61	Memasukkan produk yang dibeli lanjutan	5-70
5.62	Tampilan transaksi	5-70
5.63	Riwayat pembeli produk	5-71
5.64	Riwayat pembelian konsumen	5-71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	L1-1
2	Data Mentah	L2-1
3	Validasi Konstruk	L3-1
4	<i>User Interface</i>	L4-1
5	Tabel Nilai r	L5-1
6	Komentar Dosen Penguji	L6-1

