DAFTAR ISI

ABSTRAK i

ABSTRACK ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI vi

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR SIMBOL xix

DAFTAR LAMPIRAN xxii

BAB 1 PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Perumusan Masalah 2

1.3 Maksud dan Tujuan 2

1.4 Batasan Masalah 3

1.5 Metodologi Penelitian 3

1.6 Sistematika Penulisan 7

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA 9

2.1 Ruang Lingkup Perusahaan 9

2.1.1 Sejarah Perusahaan 9

2.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan 10

2.1.3 Motto Perusahaan 10

2.1.3 Logo Perusahaan 12

2.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan 12

2.1.5 Deskripsi Kerja Seruni Merdeka Foto 13

2.1.6 Jenis dan Harga Produk di Seruni Merdeka Foto 14

2.2 Landasan Teori 19
2.2.1 Pengertian Sistem Informasi 19
2.2.2 *Customer Relationship Management* 19
2.2.2.1 Tahapan Dalam *Customer Relationship Management* 20
2.2.2.2 Jenis CRM 21
2.2.2.3 Arsitektur CRM 22
2.2.2.3.1 Front CRM 22
2.2.2.3.2 Strategic CRM 22
2.2.3 Pengertian Strategi Pemasaran 25
2.2.4 Konsep Perancangan Sistem 25
2.2.4.1 *Entity Relationship Diagram* (ERD) 26
2.2.4.2 Diagram Konteks 26
2.2.4.3 *Data Flow Diagram* (DFD) 26
2.2.4.4 Spesifikasi Proses (*Process Spesification:* PSPEC) 26
2.2.4.5 Kamus Data (*Data Directory*) 26
2.2.4.6 BPMN (*Business Process Modeling Notation*) 26
2.2.4.7 Jaringan Semantik (*Artificial Inteligence*) 27
2.2.4.8 Flowchart 27
2.2.5 Perangkat Lunak Pendukung 27
2.2.5.1 *Personal Home Page* 27
2.2.5.2 HTML 28
2.2.5.3 CSS 29
2.2.5.4 Database 29
2.2.5.5 Mysql 29
2.2.5.6 Web Programming 30
2.2.5.7 Web Server 30

2.2.6 Internet 30
2.2.7 Analisis SWOT 31
2.2.8 Metode *Market Basket Analysis* 37
2.2.9 *Association Rule* 38
2.2.10 Algoritma Apriori 39
2.2.11 *Rating Scale* 40
BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM 41
3.1 Analisis Sistem 41
3.1.1 Analisis Masalah 41
3.1.2 Analisis Sistem Yang Sedang Berjalan 41
3.1.2.1 Prosedur Penyebaran Informasi 41
3.1.2.2 prosedur Pembelian Produk 42
3.1.2.3 Prosedur Pelayanan Foto Studio 43
3.1.2.4 Prosedur Pelayanan Acara (*Event*) 44
3.1.2.5 Prosedur Pengambilan Foto 45
3.1.2.6 Prosedur Pelayanan Pengaduan Pelanggan 46
3.1.3 Analisis Aturan Bisnis 47
3.1.3.1 Analisis Aturan Bisnis pada Sistem yang Sedang Berjalan 47
3.1.3.2 Analisis Aturan Bisnis pada Sistem yang Diusulkan 48
3.1.4 Analisis Penerapan CRM di Seruni Merdeka Foto 48
3.1.4.1 Tahap *Acquire* 49
3.1.4.2 Tahap *Enhance* 51
3.1.4.3 Tahap *Acquire* 56
3.1.5 Analisis Kebutuhan Non Fungsional 58
3.1.5.1 Analisis Pengguna 58
3.1.5.2 Analisis Perangkat Keras 59

3.1.5.3 Analisis Perangkat Lunak 60
3.1.6 Analisis Kebutuhan Fungsional 61
3.1.6.1 Analisis Basis Data 61
3.1.6.2 Detail Atribut ERD 62
3.1.6.3 Diagram Konteks 63
3.1.6.4 *Data Flow Diagram* (DFD) 64
3.1.7 Spesifikasi Proses 72
3.1.8 Kamus Data 81
3.2 Perancangan Sistem 84
3.2.1 Skema Relasi 84
3.2.2 Struktur Tabel 85
3.2.2.1 Tabel Promosi 85
3.2.2.2 Tabel User 86
3.2.2.3 Tabel Rekomendasi Produk 86
3.2.2.4 Tabel Transaksi 86
3.2.2.5 Tabel Pelanggan 87
3.2.2.6 Tabel Produk 87
3.2.2.7 Tabel Kritik dan Saran 87
3.2.2.8 Tabel Keluhan 88
3.2.2.9 Tabel Detail Transaksi 88
3.2.3 Perancangan Struktur Menu 88
3.2.3.1 Struktur Menu *General Manager* 88
3.2.3.2 Struktur Menu *Marketing* 89
3.2.3.3 Struktur Menu Staf Kasir 90
3.2.3.4 Struktur Menu Pelanggan 91
3.2.4 Perancangan Antar Muka 92

3.2.4.1 Perancangan Antar Muka *Login* 92
3.2.4.2 Perancangan Antar Muka Lupa *Password* 92
3.2.4.3 Perancangan Antar Muka *General Manager* 93
3.2.4.4 Perancangan Antar Muka *Marketing* 100
3.2.4.5 Perancangan Antar Muka Staf Kasir 104
3.2.4.6 Perancangan Antar Muka Pelanggan 106
3.2.5 Perancangan Pesan 124
3.2.6 Jaringan Semantik 125
3.2.6.1 Jaringan Semantik *General Manager* 126
3.2.6.2 Jaringan Semantik *Marketing* 126
3.2.6.3 Jaringan Semantik Staf Kasir 127
3.2.6.4 Jaringan Semantik Pelanggan 128
3.2.7 Perancangan Prosedural 129
3.2.7.1 Perancangan Prosedur *Login* 129
3.2.7.2 Perancangan Prosedur Tambah Data 130
3.2.7.3 Perancangan Prosedur Hapus Data 131
3.2.7.4 Perancangan Prosedur Ubah Data 132
3.2.7.5 Perancangan Prosedur Rekomendasi Produk 133
BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM 135
4.1 Implementasi Sistem 135
4.1.1 Perangkat keras yang digunakan 135
4.1.2 Perangkat Lunak yang digunakan 135
4.1.3 Implementasi basis data 136
4.1.4 Implementasi antarmuka 140
4.2 Pengujian Sistem 142
4.2.1 Skenario Pengujian Black Box 142
4.2.2 Kasus Dan Hasil Pengujian 143

4.2.2.1 Pengujian Login 143
4.2.2.2 Pengujian Pengolahan Data User 144
4.2.2.3 Pengujian Pengolahan Data Pelanggan 145
4.2.2.4 Pengujian Pengolahan Data Transaksi 147
4.2.2.5 Pengujian Pengolahan Data Produk 148
4.2.2.6 Pengujian Pengolahan Data Rekomendasi produk 150
4.2.2.7 Pengujian Pengolahan Data Promosi 151
4.2.2.8 Pengujian Pengolahan Data Keluhan 152
4.2.2.9 Pengujian Pengolahan Data Kritik dan Saran 152
4.2.3 Kesimpulan Hasil Pengujian *Black Box* 153
4.3 Pengujian Beta 153
4.3.1 Wawancara Pengguna 153
4.3.1.1 Wawancara Pengujian Beta Untuk General Manager 153
4.3.1.2 Wawancara Pengujian Beta Untuk Marketing 154
4.3.2 Kesimpulan Hasil Pengujian Beta 155
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN 159
5.1 Kesimpulan 159
5.2 Saran 159
DAFTAR PUSTAKA 160