DAFTAR ISI

ABSTRAK i
ABSTRACT ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR TABEL xvii
DAFTAR SIMBOL xx
DAFTAR LAMPIRAN xxiii
BAB 1 1
PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 2
1.3 Maksud dan Tujuan 2
1.4 Batasan Masalah 3
1.5 Metodologi Penelitian 3
1.6 Sistematika Penulisan 9
BAB 2 11
TINJAUAN PUSTAKA 11
2.1 Ruang Lingkup Perusahaan 11
2.1.1 Sejarah Perusahaan 11
2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan 11
2.1.3 Logo Perusahaan 12
2.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan 13
2.1.5 Deskripsi Kerja Perusahaan 13
2.2 Landasan Teori 14
2.2.1 Pengertian Sistem 14
2.2.2 Pengertian Informasi 14
2.2.3 Pengertian Sistem Informasi 15
2.2.4 *Costumer Relationship Management* 16

2.2.4.1 Jenis dan Tingkatan CRM 19
2.2.4.2 Arsitektur CRM 21
2.2.5 Pangsa Pasar 26
2.2.6 Pemasaran Sasaran 26
2.2.6.1 Segmentasi Pasar Konsumen *(Segmenting)* 27
2.2.6.2 Penentuan Target Pasar *(Targeting)* 28
2.2.6.3 Penetapan Posisi Pasar (*Positioning)* 29
2.2.7 Kepuasan Pelanggan 30
2.2.8 Konsep Produk 31
2.2.8.1 Produk Peci 32
2.2.8.2 Pengembangan Produk 33
2.2.9 Statistik 35
2.2.10 Skala Likert 37
2.2.11 Perangkat Lunak Pendukung 39
2.2.11.1 Internet 40
2.2.11.2 WWW 41
2.2.11.3 MySQL 41
2.2.11.4 *Application Programming Interface* (API) 42
2.2.11.4.1 Google Maps API 42
2.2.11.5 Personal Home Page 43
2.2.12 Basis Data 43
2.2.12.1 Sistem Manajemen Basis Data 44
2.2.13 Pemodelan Data 44
2.2.13.1 *Entity Relationship Diagram* (ERD) 44
2.2.13.2 Kamus Data 45
2.2.13.3 Alat Pemodelan Sistem 45
2.2.14 Pengujian Sistem 50
2.2.14.1 Pengujian *Black Box* 51
2.2.14.2 Klasifikasi *Black Box Testing* 51
2.2.14.3 *User Acceptance Test* (UAT) 52
BAB 3 55

ANALISIS DAN PERANCANGAN 55
3.1 Analisis Sistem 55
3.1.1 Analisis Masalah 55
3.1.2 Analisis Sistem yang sedang Berjalan 55
3.1.2.1 Prosedur Pembelian Barang 56
3.1.2.2 Prosedur Pembuatan Produk Baru 58
3.1.2.3 Prosedur Penentuan agen 60
3.1.3 Analisis Aturan Bisnis 62
3.1.3.1 Aturan Bisnis Berdasarkan Fakta 62
3.1.3.2 Aturan Bisnis Berdasarkan Kebutuhan 62
3.1.3.3 Kesimpulan Analisis Aturan Bisnis 63
3.1.4 Analisis *Framework* CRM 63
3.1.4.1 Tahap Acquire (Acquisition) 64
3.1.4.1.1 Analisis Pangsa Pasar untuk penentuan daerah pemasaran di Peci M.Iming 65
3.1.4.2 Tahap *Retain (Retention)* 69
3.1.4.3 Tahap *Enchance/expansion* 69
3.1.4.3.1 Analisis Kuesioner Untuk Pengembangan Produk 70
3.1.5 Analisis Kebutuhan Non Fungsional 78
3.1.5.1 Analisis Pengguna 78
3.1.5.2 Analisis Perangkat Keras 80
3.1.5.3 Analisis Perangkat Lunak 81
3.1.5.4 Analisis Basis Data 82
3.1.5.4.1 Diagram *Entity Relationship Diagram* (ERD) 82
3.1.5.4.2 Kamus Data *Entity Relationship Diagram* (ERD) 84
3.1.6 Analisis Kebutuhan Fungsional 84
3.1.6.1 Diagram Konteks 84
3.1.6.2 *Data Flow Diagram* 86
3.1.6.2.1 *Data Flow Diag*ram level 1 86
3.1.6.2.2 *Data Flow Diagram* level 2 Profil 88
3.1.6.2.3 *Data Flow Diagram* level 2 Data Master 88

3.1.6.2.4 *Data Flow Diagram* level 2 Segmentasi pasar geodemografis 89
3.1.6.2.5 *Data Flow Diagram* level 2 Pengembangan produk 90
3.1.6.2.6 *Data Flow Diagram* level 3 Pengguna 91
3.1.6.2.7 *Data Flow Diagram* level 3 Pelanggan..... 92
3.1.6.2.8 *Data Flow Diagram* level 3 Produk..... 94
3.1.6.2.9 *Data Flow Diagram* level 3 Transaksi..... 94
3.1.6.2.10 *Data Flow Diagram* level 3 daerah pemasaran..... 96
3.1.6.2.11 *Data Flow Diagram* level 3 kategori segmentasi 96
3.1.6.2.12 *Data Flow Diagram* level 3 kuesioner..... 97
3.1.6.2.13 *Data Flow Diagram* level 3 indikator kuesioner 98
3.1.6.3 Spesifikasi proses..... 99
3.1.6.4 Kamus Data..... 112
3.2 Perancangan Sistem..... 117
3.2.1 Perancangan Basis Data..... 118
3.2.1.1 Skema Relasi..... 118
3.2.1.2 Perancangan Struktur Tabel..... 120
3.2.2 Perancangan struktur menu..... 123
3.2.2.1 Perancangan Struktur Menu Pemilik / Direktur Utama..... 123
3.2.2.2 Perancangan Struktur Menu Manajer Personalia..... 125
3.2.2.3 Perancangan Struktur Menu Manajer Produksi 125
3.2.2.4 Perancangan Struktur Menu Manajer Marketing..... 126
3.2.2.5 Perancangan Struktur Menu Pelanggan 126
3.2.3 Perancangan Antarmuka..... 127
3.2.3.1 Perancangan Antarmuka Pemilik / Direktur Utama..... 127
3.2.3.2 Perancangan Antarmuka Manajer Personalia 140
3.2.3.3 Perancangan Antarmuka Manajer Produksi..... 146
3.2.3.4 Perancangan Antarmuka Manajer Marketing 156
3.2.3.5 Perancangan Antarmuka Pelanggan..... 174
3.2.3.6 Perancangan Pesan..... 182
3.2.4 Jaringan Semantik..... 183

3.2.4.1 Jaringan Semantik Pemilik / Direktur Utama 184
3.2.4.2 Jaringan Semantik Manajer Personalia 185
3.2.4.3 Jaringan Semantik Manajer Produksi 185
3.2.4.4 Jaringan Semantik Manajer Marketing 186
3.2.4.5 Jaringan Semantik Pelanggan 187
3.2.5 Perancangan Prosedural 188
BAB 4 197
IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN 197
4.1 Implementasi Sistem 197
4.1.1 Implementasi Perangkat Keras 197
4.1.2 Implementasi Perangkat Lunak 197
4.1.3 Implementasi Basis Data 198
4.1.4 Implementasi Antarmuka 203
4.1.4.1 Implementasi Antarmuka Pemilik / Direktur Utama 203
4.1.4.2 Implementasi Antarmuka Manajer Personalia 204
4.1.4.3 Implementasi Antarmuka Manajer Produksi 205
4.1.4.4 Implementasi Antarmuka Manajer Marketing 206
4.1.4.5 Implementasi Antarmuka Pelanggan 208
4.2 Pengujian Sistem 208
4.2.1 Skenario Pengujian Fungsional 209
4.2.2 Kasus dan Hasil Pengujian Fungsional 210
4.2.3 Kesimpulan Pengujian Fungsional 221
4.2.4 Skenario Pengujian *User Acceptance Test* (UAT) 221
4.2.5 Kasus dan Hasil Pengujian *User Acceptance Test* (UAT) 223
4.2.6 Kesimpulan Pengujian *User Acceptance Test* (UAT) 228
4.2.7 Skenario Pengujian Penerimaan Pengguna Akhir 228
4.2.8 Kasus dan Hasil Pengujian Penrimaan Pengguna Akhir 228
4.2.9 Kesimpulan Pengujian Penerimaan Pengguna Akhir 236
BAB 5 239
KESIMPULAN DAN SARAN 239
5.1 Kesimpulan 239

5.2 Saran 239
DAFTAR PUSTAKA 240