PERBAIKAN PELAYANAN BERDASARKAN PENILAIAN KUALITAS PELAYANAN DAN ANALISIS PESAING DI APOTIK WIRA PRIMA DENGAN PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*

Rezky Faizal[1], Utami Dewi Widianti[2]

[1,2]Teknik Informatika – Universitas Komputer Indonesia
Jl. Dipatiukur No. 112-114, Coblong, Bandung, Jawa Barat
E-mail : rezkyfaizal444@gmail.com[1], utami.dewi.widianti@email.unikom.ac.id[2]

ABSTRAK

Apotik Wira Prima merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang farmasi khususnya sebagai perusahaan retail yang menjual obat – obatan. Pelayanan kefarmasian yang akan diberikan oleh apotik wira prima ini antara lain apotik ini melayani pembelian obat-obatan baik dari resep maupun non resep, serta pelayanan konseling. Masalah yang dialami Apotik Wira Prima yaitu tentang keluhan atas pelayanan yang ada. Pelanggan mempunyai keluhan yang berbeda-beda seperti layanan konseling informasi obat, pelanggan mengeluhkan tentang jam konseling yang lambat dari waktu yang ada serta keluhan tentang waktu tunggu pelayanan resep obat yang cukup lama. Keluhan-keluhan ini tidak bisa tersampaikan dengan baik, keluhan-keluhan pasien biasanya disampaikan kepada petugas apotik yang ada atau kepada kasir pada saat pasien melakukan transaksi pembayaran. Hal ini mengakibatkan kualitas layanan menurun dan pelanggan menjadi tidak terlayani dengan baik sehingga mereka beralih ke pesaing.

Solusi dari permasalahan yaitu dengan membangun sebuah sistem informasi perbaikan pelayanan dengan pendekatan *Customer Relationship Management*. *Customer Relationship Management* (CRM) adalah usaha memanajemen hubungan perusahaan dengan para pelanggan sehingga perusahaan dapat memahami lebih baik karakter dan kebutuhan pelanggannya. Pendekatan CRM menggunakan *framework dynamic* CRM. Sistem ini menggunakan metode *servqual* yaitu metode pengukuran kualitas pelayanan berdasarkan nilai *gap* antara harapan pelanggan akan pelayanan dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka terima. Metode *servqual* disajikan dalam bentuk kuesioner, selain itu agar pelanggan tidak beralih ke pesaing diperlukan metode *five force porter* berdasarkan analisis pada pesaing.

Berdasarkan hasil pengujian *black box* dan Pengujian penerimaan *user* (pengguna akhir) maka dapat disimpulkan bahwa sistem yang dibangun dapat di terima pengguna dan telah membantu direktur dalam memberikan rekomendasi kepada Direktur dalam perbaikan layanan berdasarkan penilaian kualitas layanan dan analisis pesaing pada perusahaan.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management*, Pelayanan, Apotik, *Framework Dynamic*, *Servqual*, *Five Force Porter*

1. PENDAHULUAN

Apotik Wira Prima merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang farmasi khususnya sebagai perusahaan retail yang menjual obat – obatan. Pelayanan kefarmasian yang akan diberikan oleh apotik wira prima ini antara lain apotik ini melayani pembelian obat-obatan baik dari resep maupun non resep, serta pelayanan konseling. Penyediaan obat-obatan baik yang dijual bebas maupun terbatas kepada semua kelompok masyarakat. Terdapat dua jenis pelanggan yaitu pelanggan jenis perusahaan dan pelanggan jenis perorangan. Sistem pelayanan di Apotik merupakan sistem pelayanan yang berorientasi pada kepuasan konsumen dengan cara memberikan lingkungan (baik tempat, fasilitas maupun personel) apotik yang kondusif bagi kenyamanan konsumen. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 1 Desember 1993. Apotik Wira Prima beramalat Jl. Papandayan No.13 Maktal Garut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Drs. H. Inga Palandra sebagai apoteker dan Pemilik Sarana Apotik [1], dalam pelayanan yang diberikan oleh apotik masih adanya keluhan dalam pelayanan yang ada. Berdasarkan kuesioner (lampiran C-I) pelanggan mempunyai keluhan yang berbeda-beda seperti layanan konseling informasi obat, pelanggan mengeluhkan tentang jam konseling yang lambat dari waktu yang ada, keluhan tentang waktu tunggu pelayanan resep obat yang cukup lama. Keluhan-keluhan ini tidak bisa tersampaikan dengan baik, keluhan-keluhan pasien biasanya disampaikan kepada petugas apotik yang ada atau kepada kasir pada saat pasien melakukan transaksi pembayaran. Berdasarkan (lampiran C-I) hal ini mengakibatkan pelayanan yang diberikan oleh apotik tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pasien, sehingga pelanggan pun tidak diketahui apakah dalam rentang

waktu berikutnya akan kembali lagi datang untuk berobat atau tidak. Jika pelayanan yang ada baik maka pelanggan pun akan datang kembali. Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pasien, tidak hanya pasien yang berobat di Wira Prima tersebut tapi juga berdampak pada orang lain. Karena pasien yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya (Lupiyoadi dan Hamdani,2006). Dampaknya, kondisi tersebut menyebabkan kualitas layanan menurun serta pelanggan menjadi tidak terlayani dengan baik dan beralih ke pesaing. Berdasarkan hasil wawancara dengan Drs. H. Inga Palandra sebagai apoteker dan Pemilik Sarana Apotik [1] dan berdasarkan data periode persentase pelanggan(lampiran C-II), dalam periode tertentu terdapat penurunan jumlah pelanggan. Dampaknya, jumlah pelanggan yang berkurang menyebabkan pendapatan perusahaan juga berkurang. Selain itu dengan semakin meningkatnya persaingan di bidang jasa pelayanan kesehatan ini perusahaan harus berupaya dalam meningkatkan daya saingnya dalam menghadapi pesaing-pesaing utamanya dengan keunggulan yang berbeda-beda, kompetitor apotik wira prima di wilayah garut di antaranya, Apotik Baiturrahman dan Apotik Bhakti Indonesia Power. Upaya menentukan daya saing dengan pesaing dapat tercapai apabila perusahaan mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendorong pelanggan terhadap persaingan dari ancaman pendatang baru, kompetitor dari usaha yang sejenis, daya tawar pemasok, daya tawar konsumen, dan ancaman adanya subsitusi atas layanan kesehatan.

Customer Relationship Management (CRM) [2] merupakan suatu strategi perusahaan yang digunakan untuk memanjakan pelanggan agar tidak berpaling kepada pesaing. Sebuah apotik harus mempunyai pelayanan yang baik untuk membuat pelanggan menjadi nyaman untuk berobat, dikarenakan pelayanan merupakan salah satu strategi untuk mempertahankan pelanggan atau untuk menarik calon pelanggan baru.

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan diatas maka dibutuhkan sebuah Sistem Informasi *Customer Relationship Management* di Apotik Wira Prima berbasis web agar memudahkan pasien dalam menilai pelayanan apotik dan pihak apotik juga bisa memonitoring tentang keluhan layanan yang diberikan oleh para pelanggan agar bisa melakukan perbaikan terhadap layanan yang dikeluhkan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan serta analisis pesaing terhadap perusahaan di bidang jasa kesehatan yang sejenis. Untuk itu dibuatnya solusi sebuah Sistem Informasi "Perbaikan Pelayanan Berdasarkan Penilaian Kualitas Pelayanan Dan Analisis Pesaing Di Apotik Wira Prima Dengan Penerapan *Customer Relationship Management*".

1.1. Konsep Dasar CRM

Customer Relationship Management adalah praktik berbisnis yang terfokus atau berorientasi pelanggan. Bagi kalangan perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi, istilah CRM di gunakan untuk mendeskripsikan berbagai aplikasi perangkat lunak yang digunakan untuk mengotomatisasi fungsi-fungsi pemasaran, penjualan, dan pelayanan.

Inti dari pengertian CRM adalah bagaimana sebuah perusahaan atau sebuah bisnis mengenal perilaku pelanggan, kebutuhan pelanggan, dan kemudian membangun serta menerapkan sebuah transaksi bisnis yang lebih baik untuk meningkatkan kemampuan akuisisi pelanggan baru dan meningkatkan kemampuan untuk menjaga pelanggan yang sudah ada [2].

1.2. Jenis dan Tingkatan CRM

Berikut ini merupakan jenis dan tingkatan dari *Customer Relationship Management*.

1. *Operationa*l CRM berkaitan dengan fungsi bisnis suatu perusahaan yang meliputi servis pelanggan, manajemen pesanan, invoice atau billing, manajemen dan otomatiosasi penjualan.
2. *Analytical* CRM adalah suatu aktifitas yang meliputi menyimpan, memindahkan, memproses, mengartikan dan melaporkan data pelanggan atau pengguna, yang kemudian menganalisa apa yang mereka perlukan.
3. *Collaborative* CRM adalah aktifitas untuk menggabungkan semua komunikasi yang diperlukan, koordinasi dan kolaborasi antara vendors dan customer. Tujuan utamanya adalah memberikan nilai tambah dan memperluas loyalitas pelanggan ke pelanggan lain yang masih belum berada di level kesetiaan pelanggan. *Collaborative* CRM juga mencakup pemahaman atau kesadaran bahwa pelanggan yang setia dapat menjadi magnet bagi pelanggan lain.

1.3. Tahapan Dalam CRM

Pengimplementasian konsep CRM yang baik adalah mengorganisasikan proses CRM di sekitar pelanggan dan tidak hanya pada fungsi internal perusahaan. Terdapat tiga tahapan dalam CRM, yaitu:

1. *Acquire* merupakan suatu tahap mengakuisisi pelanggan. Melalui tahap ini dapat memberikan sebuah penilaian kepada perusahaan dengan menilai kesan pertama terhadap perusahaan. Apabila member memiliki penilaian yang baik terhadap perusahaan, maka transaksi akan dapat berjalan dengan baik.
2. *Enhance* merupakan suatu proses dimana perusahaan membangun hubungan yang baik dengan member . Dengan mendengarkan keluhan dari member dan menerima saran dari member merupakan salah satu cara yang efektif dalam membangun hubungan dengan member .
3. *Retain* merupakan tahap dimana perusahaan berusaha mampertahankan hubungan dengan member , dengan kata lain mendapatkan member dan kemudian memelihara hubungan dengan

mereka. Agar dapat menjalin hubungan dengan terus-menerus dan mempertahankan hubungan dengan member, maka perusahaan harus menggunakan pandangan yang menggunakan member dengan memberikan pelayanan dan aplikasi pendukung.

2. ISI PENELITIAN

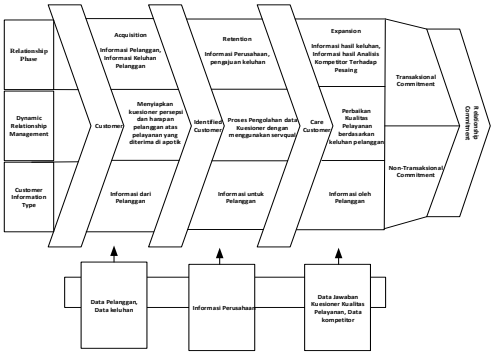
2.1. Analisis *Customer Relationship Management* di Apotik Wira Prima

Pada sistem yang akan dibangun nanti manggunakan jenis *Analitical* CRM. Dengan *Analitical* CRM proses disistem menyediakan hasil analisis tentang keluhan yang diinputkan oleh pasien ke sistem dan nanti Direktur dan Kepala Apoteker dapat mengambil langkah yang tepat untuk memperbaiki kualitas pelayanan yang dikeluhkan pelanggan.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, perlu adanya Sistem Customer Relationship Management yang membantu memberikan rekomendasi kepada Direktur dalam perbaikan layanan berdasarkan penilaian kualitas layanan yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan serta membantu Direktur untuk mempertahankan pelanggan agar tidak beralih ke pesaing berdasarkan analisis pada pesaing, maka dari itu tahapan yang akan diambil difokuskan kepada *Relationship Phase*. Berikut ini adalah analisis dari *Framework of Dynamic* CRM:

1. Fase *Acquisition*
   Fase *Acuisition* merupakan tahapan dimana perusahaan berusaha untuk lebih mengenal pelanggannya dengan cara input data pelanggan dan input data keluhan. Input data pelanggan dilakukan oleh bagian admin dan input data keluhan dilakukan oleh pelanggan. Direktur dapat mengetahui pelanggan yang terdaftar di perusahaan serta berbagai keluhan yang masuk. Dalam fase ini akan diterapkan aturan bisnis yang diusulkan sebelumnya yaitu pengisian kuesioner oleh pelanggan bisa dilakukan melalui sistem dan boleh kapan saja.
2. Fase *Retention*
   Fase *Retention* merupakan tahapan dimana perusahaan menyampaikan informasi kepada pelanggan. Informasi yang didapat oleh pelanggan diantaranya informasi tentang perusahaan, informasi pengajuan keluhan. Informasi mengenai jenis layanan sedang berjalan bisa diterima pelanggan langsung dari sistem.
3. Fase *Expansion*
   Fase *Expansion* merupakan fase dimana perusahaan mendapatkan informasi dari hasil analisis yang kemudian dapat digunakan untuk membantu perusahaan. Tahap ini dilakukan dengan analisis kompetitor menggunakan model *five forces porter* dan dalam perbaikan kualitas pelayanan pada apotik menggunakan metode *servqual*. Data keluhan itu kemudian dianalisa untuk mengetaui pelayanan mana yang paling banyak dikeluhkan yang mendapat nilai negative berdasarkan dari penghitungan yang dilakukan menggunakan metode servqual dan juga melihat apakah dari keluhan itu masih ada keluhan tentang pelayanan yang telah diperbaiki sebelumnya, jika masih ada tentu perbaikan yang telah dilakukan belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan dan pihak Apotik harus memperbaiki lagi pelayanan tersebut.

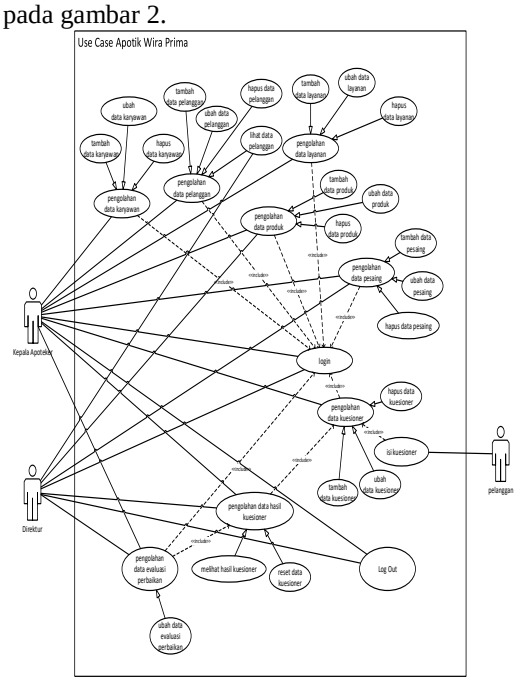
Berdasarkan dari analisis *Framework of Dynamic* CRM maka dapat disimpulkan fitur-fitur apa saja yang akan dibangun pada Apotik Wira Prima sesuai dengan analisis *Framework of Dynamic* CRM dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. *Framework of Dynamic* CRM

2.2. *Use Case* Diagram

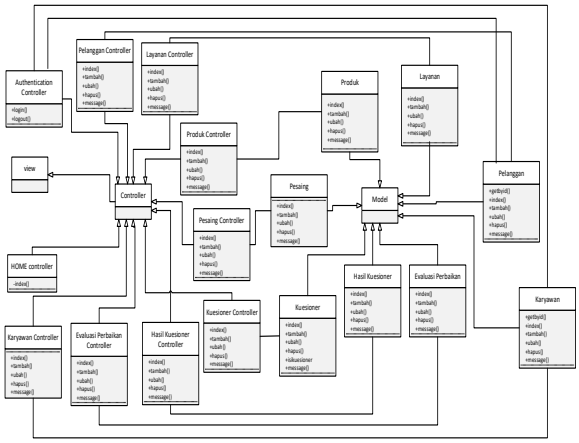
Dalam sistem terdapat empat user yaitu Kepala apoteker, direktur, dan pelanggan. Tugas dari tiga *actor* tersebut dapat dilihat pada *Use Case* Diagram pada gambar 2.



Gambar 2. *Use Case* Diagram

2.3. *Class* Diagram

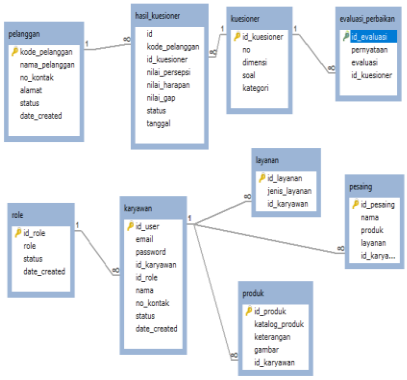
Terdapat tiga jenis kelas dalam sistem, yaitu kelas *Boundary*, kelas *Control*, dan kelas *Entity*. Kelas *Boundary* merupakan kelas yang digunakan untuk membangun tampilan antarmuka sistem. Kelas *Control* merupakan kelas yang digunakan sebagai tempat terjadinya seluruh proses yang ada dalam sistem dan juga validator yang memeriksa validasi data yang masuk, dan kelas *Entity* merupakan kelas yang digunakan sebagai penampung data atau representasi data itu sendiri.



Gambar 3. *Class* Diagram

2.4. Skema Relasi

Skema relasi menggambarkan data yang saling berhubungan antar beberapa data dan batasannya.



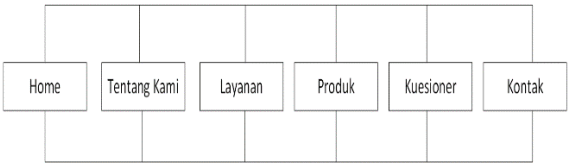
Gambar 4. Skema Relasi

2.5. Perancangan Struktur Menu

Perancangan Struktur menu dirancang untuk menyediakan fungsi-fungsi yang akan digunakan dalam sistem informasi yang akan dibangun.

2.5.1 Struktur Menu Pelanggan

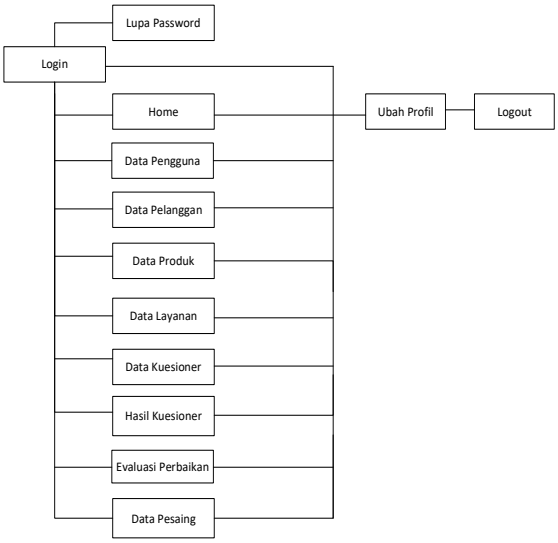
Struktur menu pelanggan merupakan struktur menu yang memiliki fungsi utama sebagai media untuk aktivitas pelanggan di dalam sistem. Struktur menu pelanggan dapat dilihat pada Gambar dibawah ini.



Gambar 5. Struktur Menu Pelanggan

2.5.2 Struktur Menu Kepala Apoteker

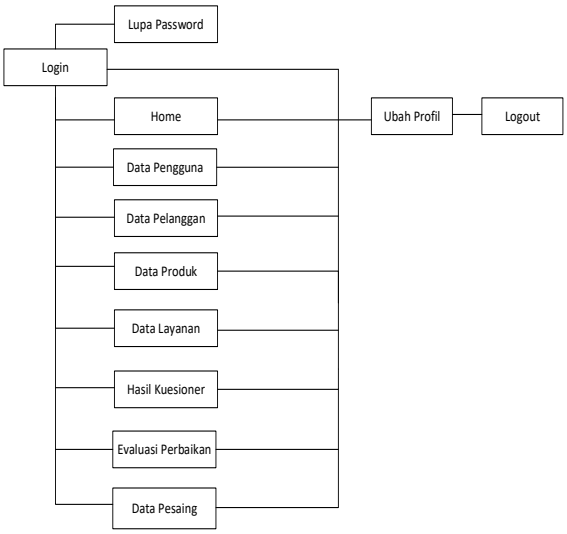
Struktur menu Kepala Apoteker merupakan struktur menu yang memiliki fungsi utama sebagai pengolahan sistem CRM yang akan dibangun. Struktur menu Kepala Apoteker dapat dilihat pada Gambar dibawah ini.



Gambar 6. Struktur Menu Kepala Apoteker

2.5.3 Struktur Menu Direktur

Struktur menu Direktur merupakan struktur menu yang memiliki fungsi utama sebagai aktivitas Monitoring Direktur di dalam sistem. Struktur menu Direktur dapat dilihat pada Gambar dibawah ini.



Gambar 7. Struktur Menu Direktur

2.6 Implementasi Antarmuka

Implementasi antarmuka dilakukan berdasarkan setiap tampilan dari pembangunan perbaikan pelayanan berdasarkan penilaian kualitas pelayanan dan analisis pesaing di apotik wira prima dengan penerapan *customer relationship management* dengan pengkodean dalam bentuk *file program*. Tampilan implementasi antarmuka yang dibangun terbagi menjadi 3 yaitu untuk Kepala Apoteker, Direktur, dan Pelanggan.

2.6.1. Implementasi Antarmuka Kepala Apoteker

Implementasi antarmuka yang terdapat pada perangkat lunak yang ditujukan untuk Kepala Apoteker dapat dilihat pada tabel Berikut.

Tabel 1. Implementasi antarmuka kepala apoteker

Halaman	Deskripsi	Nama File
Login	Halaman yang digunakan untuk login ke system	login.php
Lupa password	Halaman yang digunakan ketika Kepala Apoteker lupa password	forget.php
Home	Halaman utama setelah Kepala Apoteker berhasil melakukan proses login	home.php
Data Karyawan	Halaman yang digunakan untuk mengolah data karyawan	karyawan.php
Data Pelanggan	Halaman yang digunakan untuk mengolah data pelanggan	pelanggan.php
Data Layanan	Halaman yang digunakan untuk mengolah data layanan yang tersedia	layanan.php
Data Produk	Halaman yang digunakan untuk mengolah data produk yang tersedia.	produk.php
Data Pesaing	Halaman yang digunakan untuk mengolah data pesaing	pesaing.php
Data Kuesioner	Halaman yang digunakan untuk mengolah data kuesioner	kuesioner.php
Hasil_kuesioner	Halaman yang digunakan untuk mengolah data jawaban kuesioner	hasil_kuesioner.php
Evaluasi Perbaikan	Halaman yang digunakan untuk mengolah data evaluasi perbaikan	evaluasi.php
Ubah Profil	Halaman yang digunakan untuk mengubah data profil	profil.php
Logout	Digunakan ketika akan keluar dari Halaman Kepala Apoteker	logout.php

2.6.2. Implementasi Antarmuka Direktur

Implementasi antarmuka yang terdapat pada perangkat lunak yang ditujukan untuk Direktur dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Implementasi antarmuka direktur

Halaman	Deskripsi	Nama File
Login	Halaman yang digunakan untuk login ke system	Login.php
Lupa password	Halaman yang digunakan ketika Kepala Apoteker lupa password	forget.php
Home	Halaman utama setelah Kepala Apoteker berhasil melakukan proses login	home.php
Data Karyawan	Halaman yang digunakan untuk mengolah data karyawan	karyawan.php
Data Pelanggan	Halaman yang digunakan untuk mengolah data pelanggan	pelanggan.php
Data Layanan	Halaman yang digunakan untuk mengolah data layanan yang tersedia	layanan.php
Data Produk	Halaman yang digunakan untuk mengolah data produk yang tersedia	produk.php
Hasil Kuesioner	Halaman yang digunakan untuk mengolah data hasil dari kuesioner	hasil_Kuesioner.php
Data Pesaing	Halaman yang digunakan untuk mengolah data pesaing	pesaing.php
Ubah Profil	Halaman yang digunakan untuk mengubah data profil	profil.php
Logout	Digunakan ketika akan keluar dari Halaman direktur	logout.php

2.6.3. Implementasi Antarmuka Pelanggan

Implementasi antarmuka yang terdapat pada perangkat lunak yang ditujukan untuk pelanggan, dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Implementasi Antarmuka Pelanggan

Halaman	Deskripsi	Nama File
Home	Halaman utama dari website apotik wira prima	home.php
Tentang Kami	Halaman yang digunakan untuk melihat tentang profil perusahaan	about.php
Layanan	Halaman yang digunakan untuk melihat tentang layanan perusahaan	layanan.php
Produk	Halaman yang digunakan untuk melihat tentang produk perusahaan	produk.php
Kuesioner	Halaman yang digunakan untuk mengisi data kuesioner	kuesioner.php
Kontak	Halaman yang digunakan untuk mengisi data kontak	Contact.php

2.7. Pengujian Sistem

Pengujian sistem merupakan hal terpenting yang bertujuan untuk menemukan kesalahan atau kekurangan pada sistem informasi yang diuji. Pengujian sistem dimaksud untuk mengetahui kinerja sistem informasi yang telah dibuat sesuai dengan tujuan perancangan sistem informasi. Pengujian sistem ini menggunakan pengujian *black box* dan *User Acceptance Test(*UAT).

2.7.1. Pengujian Black Box

Pengujian *black box* berfokus pada persyaratan fungsional perangkat lunak.

Tabel 4. Skenario pengujian *black box*

Kasus Uji	Detail Pengujian	Jenis Pengujian
Login	Login user	*Black Box*
Lupa password	Lupa password	*Black Box*
Data Karyawan	Tambah data karyawan Edit data karyawan Cari data karyawan Hapus data karyawan	*Black Box*
Data Pelanggan	Tambah data pelanggan Edit data pelanggan Cari data pelanggan Hapus data Pelanggan	*Black Box*
Data Layanan	Tambah data layanan Edit data layanan Cari data layanan Hapus data layanan	*Black Box*
Data Produk	Tambah data produk Edit data produk Cari data produk Hapus data produk	*Black Box*
Kuesioner	Tambah data kuesioner Edit data kuesioner Cari data kuesioner Hapus data kuesioner	*Black Box*
Hasil Kuesioner	Cari hasil kuesioner Reset hasil kuesioner	*Black Box*
Data Pesaing	Tambah data pesaing Edit data pesaing Cari Data Pesaing Hapus data Pesaing	*Black Box*
Data Evaluasi Perbaikan	Tambah data evaluasi perbaikan Edit data evaluasi perbaikan Cari Data evaluasi perbaikan Hapus data evaluasi perbaikan	*Black Box*

2.7.2. Pengujian *User Acceptance Test (*UAT).

Dapat dikatakan UAT sebagai uji menemukan cacat (*defect*) baru yang tidak ditemukan oleh pengembang.. Adapun deskripsi dan prosedur pengujian dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5. Skenario pengujian UAT

No	Deskripsi Pengujian	Prosedur Pengujian
1	Login Pengguna	1. Masukkan username dan password 2. Klik tombol masuk
2	Pengujian tambah data karyawan	1. Klik tombol tambah data 2. Masukkan id, nama, email, jabatan, no kontak, status 3. Klik tombol simpan
3	Pengujian edit data karyawan	1. Klik tombol edit 2. Edit atribut yang akan diubah untuk id, nama, email, jabatan, no kontak, status 3. Klik tombol simpan
4	Pengujian cari data karyawan	1. Masukan id karyawan yang akan dicari pada kolom pencarian. 2. Klik tombol enter pada keyboard pc.
5	Pengujian hapus data karyawan	1. Klik tombol hapus 2. Klik tombol Ya
6	Pengujian tambah data Pelanggan	1. Klik tombol tambah data 2. Masukkan id, nama, no.kontak, alamat, status 3. Klik tombol simpan
7	Pengujian edit data pelanggan	1. Klik tombol edit 2. Edit atribut yang akan diubah untuk d, nama, no.kontak, alamat, status 3. Klik tombol simpan
8	Pengujian cari data pelanggan	1. Masukan nama pelanggan yang akan dicari pada kolom pencarian. 2. Klik tombol enter pada keyboard pc.
9	Pengujian hapus data pelanggan	1. Klik tombol hapus 2. Klik tombol Ya
10	Pengujian tambah data produk	1. Klik tombol tambah data 2. Masukkan katalog produk, keterangan, gambar. 3. Klik tombol simpan
11	Pengujian edit data produk	1. Klik tombol edit 2. Edit atribut yang akan diubah untuk nama, alamat, no.kontak, email, status. 3. Klik tombol simpan
12	Pengujian cari data produk	1. Masukan katalog produk yang akan dicari pada kolom pencarian. 2. Klik tombol enter pada keyboard pc.

No	Deskripsi Pengujian	Prosedur Pengujian
13	Pengujian hapus data produk	1. Klik tombol hapus 2. Klik tombol Ya
14	Pengujian tambah data layanan	1. Klik tombol tambah data 2. Masukkan jenis layanan. 3. Klik tombol simpan
15	Pengujian edit data layanan	1. Klik tombol edit 2. Edit atribut yang akan diubah untuk jenis layanan. 3. Klik tombol simpan
16	Pengujian cari data layanan	1. Masukan jenis layanan yang akan dicari pada kolom pencarian. 2. Klik tombol enter pada keyboard pc.
17	Pengujian hapus data layanan	1. Klik tombol hapus 2. Klik tombol Ya
18	Pengujian tambah data kuesioner	1. Klik tombol tambah data 2. Masukkan kategori, dimensi, soal 3. Klik tombol simpan
19	Pengujian edit data kuesioner	1. Klik tombol edit 2. Edit atribut yang akan diubah untuk kategori, dimensi, soal 3. Klik tombol simpan
20	Pengujian cari data kuesioner	1. Masukan soal yang akan dicari pada kolom pencarian. 2. Klik tombol enter pada keyboard pc.
21	Pengujian hapus data kuesioner	1. Klik tombol hapus 2. Klik tombol Ya
22	Pengujian cari hasil kuesioner	1. Masukan pertanyaan yang akan dicari pada kolom pencarian. 2. Klik tombol enter pada keyboard pc.
23	Pengujian reset hasil kuesioner	1. Klik tombol reset 2. Klik tombol Ya
24	Pengujian tambah data pesaing	1. Klik tombol tambah data 2. Pilih nama pesaing, produk, dan layanan 3. Klik tombol simpan.
25	Pengujian edit data pesaing	1. Klik tombol edit 2. Edit atribut yang akan diubah untuk nama pesaing, produk, dan layanan 3. Klik tombol simpan
26	Pengujian cari data pesaing	1. Masukan nama pesaing yang akan dicari pada kolom pencarian. 2. Klik tombol enter pada keyboard pc.
27	Pengujian hapus data pesaing	1. Klik tombol hapus 2. Klik tombol Ya
28	Pengujian edit data pesaing	1. Klik tombol edit 2. Edit atribut yang akan diubah untuk evaluasi 3. Klik tombol simpan

3. PENUTUP

3.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pengujian dan pembahasan yang telah dibuat maka didapat kesimpulan Sistem Informasi Perbaikan Pelayanan berdasarkan Penilaian Kualitas Pelayanan dan Analisis Pesaing di Apotik Wira Prima dengan Penerapan Customer Relationship Management ini dapat membantu memberikan rekomendasi kepada Direktur dalam perbaikan layanan berdasarkan penilaian kualitas layanan yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan serta membantu Direktur untuk mempertahankan pelanggan agar tidak beralih ke pesaing berdasarkan analisis pada pesaing.

3.2. Saran

Saran yang dapat diberikan terhadap pembangunan Perbaikan Pelayanan berdasarkan Penilaian Kualitas Pelayanan dan Analisis Pesaing di Apotik Wira Prima dengan Penerapan Customer Relationship Management yang telah dibuat untuk pengembangan lebih lanjut yaitu dapat dikembangkan dengan menambah fitur sms gateway untuk pemberitahuan jadwal pengisian kuesioner kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Drs. H . Inga Palandra, Interview, *wawancara.* [Wawancara]. 10 Februari 2017.

[2] F. Buttle, Customer Relationship Management Concept and Tools, Sydney: Bayumedia Publishing, 2004.

[3] V. A. Z. d. L. L. B. A. Parasuraman, "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality.," *Journal of Retailing,* vol. 64, pp. 12-40, 1988.

[4] G. C. Fandy Tjiptono, Service, Quality & Satisfaction, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005.

[5] M. E. Porter, “How Competitive Forces Shape Strategy,” *Harvard Business Review,* pp. 137-145, 1979.

[6] W. J. Xu M, “Gaining Customer Knowledge Through Analytical CRM,” *Industrial Management & Data System,* vol. 105, no. 7, pp. 955-977, 2005.

[7] P. A. Budiardjo Eko K, “Kesamaan Antara Front-Crm Dengan Dynamic-Crm Sebagai Customer Relationship Management(Crm) Framework,” dalam *SESINDO2008-ITS*, Surabaya, 2008.

[8] M. B. Wendy Boggs, Mastering UML with Rational Rose, San Francisco: SYBEX, 2002.

[9] K. Peranginangin, Aplikasi Web dengan PHP dan MySQL, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2006.

[10] R. Yanto, Manajemen Basis Data Menggunakan MySql, Yogyakarta: Deepublish, 2016.

[11] W. Gulo, Metodologi Penelitian, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002.

[12] Bizagi.com, “Bizagi Modeler,” 2016. [Online]. Available: http://www.bizagi.com/en/products/bpm-suite/modeler. [Diakses 17 Oktober 2016].

[13] T. A. J. Stephen P. Robbins, Perilaku Organisasi (Organizational Behavior), Jakarta: Salemba Empat, 2008.

[14] T. Sutabri, Sistem Informasi Manajemen, Jakarta, 2005.

[15] S. M. Gage, Strategi Pelayanan Pelanggan, Yogyakarta: Tugu Publisher, 2013.

[16] Microsoft, “Visio Professional 2016,” 2016. [Online]. Available: www.microsoftstore.com. [Diakses 14 Desember 2016].

[17] Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian, Bandung: CV. Alfabeta, 2004.

[18] G. Perlman, Interaction Design Beyond Human-Computer Interaction, New York: John Willey & Sons, Inc, 2002.

[19] J. Simarmata, Rekayasa Perangkat Lunak, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2010.

[20] P. Roger S, Software engineering: a practitioner's approach, 7th penyunt., 2014.

[21] M. Irianto, IT Audit : Audit Berbasis Risiko, 2015.