DAFTAR ISI

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI v

DAFTAR GAMBAR xi

DAFTAR TABEL xv

DAFTAR SIMBOL xx

DAFTAR LAMPIRAN xxiii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 3

1.3 Maksud dan Tujuan 3

1.4 Batasan Masalah 4

1.5 Metodologi Penelitian 5

1.6 Sistematika Penulisan 6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 7

2.1 Ruang Lingkup Perusahaan 7

2.1.1 Sejarah Perusahaan 7

2.1.2 Visi dan Misi 8

2.1.3 Logo House of Smith 8

2.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan 8

2.1.5 Deskripsi Tugas 9

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 *Customer relationship management* 16
2.2.5 Jenis CRM 18
2.2.5.1 *Operational* CRM 19
2.2.5.2 *Analytical* CRM 19
2.2.5.3 Collaborative CRM 19
2.2.6 *Framework of Dynamic* CRM 19
2.2.7 Sistem Pendukung Keputusan 20
2.2.8 Analytical Hierarchy Process 20
2.2.9 Hypertext Preprocessor 24
2.2.9 Web Service 24
2.2.10 RESTful API 27
2.2.11 JNE 31
2.2.12 Web Crawl 31
2.2.13 Rajaongkir.com 33
2.2.14 Javascript 34
2.2.15 JSON 35
2.2.16 MySQL 39
2.2.17 Internet 39
2.2.18 Pengujian Sistem 40
2.2.18.1 Pengujian *Black box* 40
2.2.18.2 Klasifikasi *Black box Testing* 40
2.2.18.3 *User acceptance test* (UAT) 41

2.2.19 Skala Likert 42
BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN 47
3.1 Analisis Sistem 47
3.1.1 Analisis Masalah 47
3.1.2 Analisis Sistem yang Sedang Berjalan 47
3.1.2.1 Prosedur Pendistribusian Produk 48
3.1.2.2 Prosedur Penjualan Langsung 50
3.1.2.3 Prosedur Penjualan Online 50
3.1.2.4 Prosedur Retur Barang 52
3.1.2.5 Prosedur Penanganan Keluhan Pelanggan 55
3.1.3 Analisis Aturan Bisnis 57
3.1.3.1. Analisis Aturan Bisnis yang Sedang Berjalan 57
3.1.3.2. Analisis Aturan Bisnis yang Disarankan 58
3.1.4 Analisis Framework CRM di House of Smith 59
3.1.4.1 Customer Information Type 61
3.1.4.2 Dynamic Relationship Management 61
3.1.4.3 Relationship Phase 62
3.1.5 Analisis Kebutuhan Non Fungsional 85
3.1.5.1 Analisis kebutuhan perangkat keras 86
3.1.5.2 Analisis kebutuhan perangkat lunak 87
3.1.5.3 Analisis Pengguna 87
4.1.5.5 Analisis Basis Data 90
3.1.5.7 Kamus Data 92
3.1.6 Analisis Kebutuhan Fungsional 93
3.1.6.1 Diagram Konteks 93

3.1.6.2 Data Flow Diagram 94
3.1.7 Spesifikasi Proses 115
3.2 Perancangan Sistem 135
3.2.1 Perancangan Basis Data 135
3.2.1.1 Skema Relasi 136
3.2.1.2 Struktur Tabel 136
3.2.2 Perancangan Struktur Menu 145
3.2.2.1 Struktur Menu Direktur 146
3.2.2.2 Struktur Menu *Area Manager* 146
3.2.2.3 Struktur Menu *Finance Manager* 147
3.2.2.4 Struktur Menu *Head of Promotion* 148
3.2.2.5 Struktur Menu *Head of Distribution* 149
3.2.2.6 Struktur Menu *Store Manager* 149
3.2.3 Perancangan Antarmuka 150
3.2.3.1 Perancangan Antarmuka Login 151
3.2.3.2 Perancangan Antarmuka Daftar Baru 152
3.2.3.3 Perancangan Antarmuka Lupa Password 152
3.2.3.4 Perancangan Antarmuka Direktur 153
3.2.3.5 Perancangan Antarmuka Finance Manager 159
3.2.3.6 Perancangan Antarmuka Area Manager 161
3.2.3.7 Perancangan Antarmuka Head of Promotion 167
3.2.3.8 Perancangan Antarmuka Head of Distribution 175
3.2.4 Perancangan Pesan 178
3.2.5 Perancangan Jaringan Semantik 179
3.2.5.1 Jaringan Semantik Direktur 180

3.2.5.2 Jaringan Semantik *Area Manager* 180
3.2.5.3 Jaringan Semantik *Finance Manager* 181
3.2.5.4 Jaringan Semantik *Head of Promotion* 182
3.2.6 Perancangan Prosedural 183
3.2.6.1 Prosedural Login 183
3.2.6.2 Prosedural Tambah 185
3.2.6.3 Prosedural Edit 186
3.2.6.4 Prosedural Hapus 187
3.2.6.5 Prosedural Keluhan 188
BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN 189
4.1 Implementasi Sistem 189
4.1.1 Implementasi Perangkat Keras 189
4.1.2 Implementasi Perangkat Lunak 189
4.1.3 Implementasi Basis Data 190
4.1.4 Implementasi Antarmuka 195
4.2 Pengujian Sistem 200
4.2.1 Pengujian Fungsional 200
4.2.2 Kasus dan Hasil Pengujian Fungsional 202
4.2.3 Kesimpulan Pengujian Fungsional 232
4.2.4 Pengujian Penerimaan User (Pengguna Akhir) 233
4.2.4.1 Skenario *User acceptance test* (UAT) 233
4.2.4.2 Hasil Pengujian *User acceptance test* 240
4.2.4.3 Kesimpulan Pengujian *User acceptance test* 255
4.2.4.4 Skenario Penerimaan dan Hasil Pengujian Pengguna Akhir Setelah Sistem diterapkan di Lingkungan Perusahaan 256

4.2.4.6 Kesimpulan Pengujian Penerimaan *Head of Promotion* dan Pelanggan Setelah Sistem diterapkan di Lingkungan Perusahaan 265
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN..... 267
5.1 Kesimpulan 267
5.2 Saran 267
DAFTAR PUSTAKA 269