DAFTAR ISI

ABSTRAK.....i
ABSTRACT.....ii
KATA PENGANTAR.....iii
DAFTAR GAMBAR.....ix
DAFTAR TABEL.....xi
DAFTAR SIMBOL.....xv
DAFTAR LAMPIRAN.....xvii
BAB 1 PENDAHULUAN.....1
1.1. Latar Belakang Masalah.....1
1.2. Rumusan Masalah.....3
1.3. Maksud dan Tujuan.....3
1.4. Batasan Masalah.....3
1.5. Metodologi Masalah.....4
1.6. Sistematika Penulisan.....8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....11
2.1. Ruang Lingkup Perusahaan.....11
2.1.1. Sejarah Perusahaan.....11
2.1.2. Visi dan Misi.....11
2.1.3. Logo Tasya Production.....12
2.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan.....12
2.1.5. Deskripsi Kerja Tasya Production.....12
2.2. Landasan Teori.....14
2.2.1. Pengertian Sistem.....14
2.2.2. Pengertian Informasi.....15
2.2.3. Pengertian Sistem Informasi.....15
2.2.4. *Customer Relationship Management*.....15
2.2.4.1.Teknologi CRM.....16
2.2.4.2.Arsitektur CRM.....17
2.2.5. Pangsa Pasar.....23

2.2.6. Pemasaran Sasaran 23
1.2.6.1.Segmentasi Pasar 24
2.2.6.2.Kriteria Memilih Target Pasar 25
2.2.6.3.Penetapan Posisi Pasar 26
2.2.7. *Simple Additive Weighting (SAW)* 26
2.2.8. *Weighted Product* 28
2.2.9. Perangkat Lunak Pendukung 29
2.2.9.1.*Personal Home Page* 30
2.2.9.2.*MySQL* 31
2.2.9.3.Internet 31
2.2.9.4.*Website* 32
BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM 33
3.1. Analisis Sistem 33
3.1.1. Analisis Masalah 33
3.1.2. Analisis Sistem yang Sedang Berjalan 33
3.1.2.1.Prosedur Pembukaan Daerah Pemasaran Baru 33
3.1.2.2.Prosedur Penentuan Distributor 36
3.1.3. Analisis Aturan Bisnis 38
3.1.3.1.Aturan Bisnis yang Sedang Berjalan 38
3.1.3.2.Aturan Bisnis yang Diusulkan Untuk Pembukaan Daerah Pemasaran 38
3.1.3.3.Aturan Bisnis yang Diusulkan Untuk Penentuan Distributor 39
3.1.4. Analisis Penerapan *Framework* CRM di Tasya Production 39
3.1.4.1.Tahap *Acquistion* 39
3.1.4.2.Analisis Penentuan Distributor 68
3.1.4.3.Kriteria Penentuan Distributor 69
3.1.4.4.Analisis *Weighted Product* 70
3.1.5. Analisis Kebutuhan Non Fungsional 75
3.1.5.1.Analisis Pengguna 75
3.1.5.2.Analisis Perangkat Keras 77
3.1.5.3.Analisis Perangkat Lunak 78
3.1.5.4.Analisis Basis Data 78

3.1.6. Analisis Kebutuhan Fungsional 80
3.1.6.1.Diagram Konteks 81
3.1.6.1.*Data Flow Diagram* 81
3.1.6.3.Spesifikasi Proses 95
3.1.6.4.Kamus Data 112
3.2. Perancangan Sistem 115
3.2.1. Perancangan Data 115
3.2.1.1.Skema Relasi 115
3.2.1.2.Perancangan Struktur Tabel 117
3.2.2. Perancangan Struktur Menu 121
3.2.2.1.Perancangan Struktur Menu Bagian Administrasi 121
3.2.2.2.Perancangan Struktur Menu Bagian Marketing 122
3.2.3. Perancangan Antarmuka 123
3.2.4. Perancangan Pesan 134
3.2.5. Jaringan Semantik 134
3.2.5.1.Jaringan Semantik Bagian Administrasi 134
3.3.1. Perancangan Prosedural 135
3.3.1.1.Prosedural *Login* 135
3.3.1.2.Prosedural Tambah Data 136
3.3.1.3.Prosedural Ubah Data 137
3.3.1.4.Prosedural Hapus Data 138
3.3.1.5.Prosedural Penentuan Daerah Pemasaran 139
3.3.1.6.Prosedural Penentuan Distributor 140
BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN 143
4.1. Implementasi Sistem 143
4.1.1. Implementasi Perangkat Keras 143
4.1.2. Implementasi Perangkat Keras 144
4.1.3. Implementasi Basis Data 144
4.1.4. Implementasi Antarmuka 154
4.2. Pengujian Sistem 155
4.2.1. Skenario Pengujian *Black Box* 155

4.2.2. Kasus dan Hasil Pengujian 156
4.2.3. Kesimpulan Pengujian *BlackBox* 168
4.2.4. Pengujian *Beta* 168
4.2.5. Skenario Pengujian *Beta* 168
4.2.6. Kesimpulan Pengujian *Beta* 170
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN 171
5.1. Kesimpulan 171
5.2. Saran 171
DAFTAR PUSTAKA 173