

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

Dalam tinjauan pustaka dibawah ini merujuk dari lima penelitian yang sudah ada sebelumnya.

Penelitian tentang penerapan *Collaborative* CRM pernah dilakukan oleh mahasiswa STMIK AKAKOM Yogyakarta yaitu Rahmatin Binti Sulis (2017) dalam skripsi dengan judul “Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) pada cv. Komisioner Dharma Bhakti”. penelitian ini membahas bentuk *collaborative* yang dikhususkan untuk forum diskusi dan *email* otomatis ke semua pelanggan.

Penelitian tentang *collaborative* CRM pernah dilakukan oleh Watimena Haryati (2017) dengan judul “Penerapan CRM pada Sistem informasi reservasi tiket *online* (Studi khusus agen thyka travel)” Penelitian ini membahas tentang pemesanan tiket pesawat dan kereta api dengan menerapkan teknologi CRM pada sistem.

Penelitian Astuty Novita Amylia (2017) dengan judul ”Penerapan *Customer relationship management* (CRM) studi kasus : unit pelaksana teknis (UPT) poliklinik hewan Yogyakarta ” penelitian ini membahas tentang sms gateway untuk jadwal pemeriksaan hewan di poliklinik hewan Yogyakarta.

Penelitian Saputra Aditya (2017) dengan judul “*Customer relationship management* (CRM) berbasis web pada Hotel La Leela Jimbaran“ penelitian ini menerapkan Aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web

pada Hotel La Leela Jimbaran dengan menggunakan *email* sebagai sarana untuk pengiriman pesan perhatian kepada pelanggan secara *personal*.

Penelitian Rini (2017) dengan judul “Aplikasi *chatting* menggunakan teknologi node js dan socket.io studi kasus *Akacom carier centre*“ penelitian ini tentang aplikasi *group* diskusi *realtime* untuk almuni STIMIK Akacom Yogyakarta yang dikelompokan berdasarkan masing-masing jurusan yang ada di STIMIK Akacom Yogyakarta.

Pada tinjauan pustaka ini merupakan penelitian yang ada sebelumnya dan digunakan sebagai acuan atau rujukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.1 Perbandingan penelitian sebelumnya

Peneliti	Judul	Informasi	Keterangan
Rahmatin Binti Sulis (2016)	Penerapan <i>collaborative Customer Relationship Management (CRM)</i> pada cv. Komisioner Dharma Bhakti	Informasi pelanggan, Informasi topik terpopuler	Penelitian ini berupa fitur forum diskusi dan <i>email</i> otomatis ke pelanggan.
Watimena Haryati (2017)	Penerapan CRM pada Sistem informasi reservasi tiket <i>online</i> (Studi khusus agen thyka travel)	Informasi tiket pesawat, Informasi pemesanan tiket	Penelitian ini mampu menampilkan laporan pelanggan terloyal dan informasi tiket pesawat promo.
Astuty Novita Amylia (2017)	Penerapan CRM pada Sistem informasi reservasi tiket <i>online</i> (Studi khusus agen thyka travel)	Informasi jadwal Periksa, Informasi layanan pemeriksaan hewan.	Penelitian ini berupa SMS <i>gateway</i> untuk mengirim informasi jadwal pemeriksaan hewan.
Saputra Aditya (2017)	<i>Customer relationship management (CRM)</i> berbasis <i>web</i> pada Hotel La Leela Jimbaran	Informasi promosi kamar, Informasi fasilitas favorit per pelanggan	Penelitian ini berupa ucapan selamat ulang tahun kepada pelanggan melalui <i>email</i> , bagi pelanggan hotel yang mencantumkan <i>email</i> pada <i>form check in</i> .

Rini (2017)	Aplikasi <i>chatting</i> menggunakan teknologi <i>node js</i> dan <i>socket.io</i> studi kasus <i>Akakom carier centre</i>	Informasi data alumni	Penelitian ini berupa <i>Group</i> diskusi untuk alumni STIMIK Akakom Yogyakarta.
Idrus Nurul Aisyah (2018)	Implementasi crm kolaboratif Pada sistem pemesanan produk online	Informasi pengguna, Informasi produk, Informasi pesanan.	Penelitian ini berupa <i>Website</i> untuk pemesanan (<i>order</i>). <i>Email</i> untuk pemasaran (<i>marketing</i>). <i>Chat</i> pelayanan konsumen (<i>customer service</i>).

2.2 Dasar Teori

Dasar teori digunakan untuk memahami definisi, pengertian dasar dan istilah yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut dasar teori yang digunakan:

2.2.1 Collaborative CRM

Bentuk lain CRM disebut *Collaborative CRM*, mencakup interaksi langsung dengan pelanggan termasuk umpan balik dan pelaporan masalah. Interaksi dapat terjadi melalui halaman *website*, *email*, dan *chatting*. Sebagai pendekatan penting untuk manajemen hubungan pelanggan

Collaborative CRM mencakup aspek-aspek yang ditangani perusahaan yang terkait dengan pelanggan pada berbagai departemen seperti pada bagian penjualan, dukungan teknis, dan pemasaran. Staf dari departemen pada perusahaan yang sama dapat saling bertukar dan berbagai informasi yang dikumpulkan secara bersama disemua departemen untuk peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan. Misalnya, umpan balik pelanggan yang dikumpulkan dari sesi dukungan teknis dapat memberi tahu staf pemasaran tentang produk dan layanan yang mungkin menarik bagi pelanggan.

Tujuan utama *Collaborative CRM* adalah untuk membawa pelanggan, proses bisnis, dan unit organisasi bersama-sama untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Collaborative CRM berkaitan dengan sinkronisasi dan integrasi pelanggan dan saluran komunikasi seperti *email*, web dll dengan maksud mereferensikan pelanggan dengan cara yang konsisten dan sistematis. Informasi mengenai beragam biaya atau harga dari produk tertentu di pasar yang ditentukan oleh pelanggan dapat dikirimkan terjangkau ke departemen keuangan sehingga strategi dapat dibuat untuk menyesuaikan biaya produk dengan produk serupa di pasar dan setelah analisis membawa produk yang efisien di pasar.

2.2.2 Website

Website adalah sebuah kumpulan dari halaman web yang saling berhubungan dan dapat diakses melalui halaman depan (*home page*) menggunakan sebuah *browser*. *Website* sangat menguntungkan karena dapat mempromosikan produk atau jasa, jauh lebih mudah dan cepat untuk memperbarui informasi tentang produk dan layanan di situs *website* dari pada dalam bahan cetak, pelanggan bisa dengan nyaman melihat produk dan jasa ketika toko atau kantor *offline* ditutup. Menjangkau target pasar yang lebih luas baik menjual produk maupun jasa, *website* akan selalu menjadi tempat alternatif yang menarik untuk mempromosikan produk, *website* mudah diakses, dan sangat menghemat waktu.

2.2.3 Email

Fasilitas *email* yang diberikan termasuk salah satu alat pelayanan pelanggan dalam *Collaborative Customer Relationship Management* (CRM) yang mudah, cepat dan murah digunakan sebagai alat pemasaran oleh administrator ke pelanggan. *Email* bisa digunakan untuk mengirim berbagai informasi ke pelanggan tentang produk baru kepada pelanggan tertentu berdasarkan riwayat pemesanan pelanggan pada tabel pesanan, Dengan adanya *email* diharapkan memudahkan perusahaan memberikan informasi tentang produk.

2.2.4 Chat

Chat termasuk salah satu komponen *collaborative*, dengan adanya pelayanan *chat* perusahaan berusaha menjalin hubungan dengan pelanggan, *Chat* berbasis web juga bisa mengurangi biaya layanan pelanggan. fitur *chat* dapat membantu pelanggan untuk berinteraksi secara pribadi antara admin dan pelanggan sebagai sarana untuk menanyakan produk yang ingin dipesan, menanyakan cara dan proses pemesanan, saran dan komplain pada admin. Perusahaan juga berharap dengan adanya layanan *chat* akan menarik pelanggan baru dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

2.2.5 XAMPP

XAMPP merupakan salah satu *software* yang bersifat gratis dan berlisensi global, banyak yang menggunakan *software* tersebut sebagai web *server* pada *local network* atau *localhost*. Paket dari XAMPP: Apache, php, MySql (Abdul Kadir, 2008).

2.2.6 PHP

PHP adalah bahasa pemrograman *script* bersifat *opensource* yang bekerja pada sisi server, yang paling banyak dipakai saat ini. PHP banyak digunakan untuk memprogram situs web dinamis (termasuk blog) meskipun penggunaan untuk hal lain juga memungkinkan (Abdul Kadir, 2009).

2.2.7 MYSQL

MySQL merupakan *Database Management System* (DBMS), adalah salah satu jenis database server yang terkenal dan banyak digunakan untuk membangun aplikasi web menggunakan database sebagai sumber dan pengolahan datanya mysql merupakan *software* yang tergolong database server dan bersifat *open source* (Abdul Kadir, 2009).