

# Pembuatan Aplikasi CRM Berbasis Web Pada CV. RPM

Michael Steven Magaline<sup>1</sup>, Djoni Haryadi Setiabudi<sup>2</sup>, Rudy Adipranata<sup>3</sup>  
Program Studi Sistem Informasi Bisnis Fakultas Teknologi Industri Universitas Kristen Petra  
Jl. Siwalankerto 121 – 131 Surabaya 60236  
Telp. (031) – 2983455, Fax. (031) – 8417658  
Email : mrmiket95@gmail.com<sup>1</sup>, djonih@petra.ac.id<sup>2</sup>, rudya@petra.ac.id<sup>3</sup>

## ABSTRAK

CV. RPM adalah salah satu *dealer* resmi sepeda motor Yamaha yang terletak di kota Luwuk, Sulawesi Tengah dan telah beroperasi sejak tahun 2009. Produk yang dijual CV. RPM adalah sepeda motor, suku cadang, jasa *service*, dan aksesoris sepeda motor dan *merchandise* merk Yamaha. CV. RPM telah memiliki tiga *dealer* cabang yang dapat melayani penjualan sepeda motor.

CV. RPM telah menggunakan sistem informasi untuk membantu kegiatan operasional perusahaan seperti proses *accounting*, pengelolaan stok, penjualan dan pembelian. Dalam proses penjualan, sistem informasi digunakan untuk membantu dalam melakukan pencatatan data konsumen, pencatatan informasi produk, pembuatan *sales order*, dan pembuatan surat jalan. Untuk divisi *accounting*, sistem informasi membantu proses penagihan kepada pihak *leasing*, yang merupakan lembaga penanggung biaya ketika konsumen melakukan pembelian sepeda motor dengan metode pembayaran cicilan, melakukan pembukuan, mengelola tagihan perusahaan, dan laporan keuangan.

Hasil dari penelitian ini yaitu mampu membuat aplikasi CRM yang dapat mencatat keluhan konsumen, membuat kuesioner, mencatat transaksi, aplikasi *sales force automation*, aplikasi *marketing campaign*, dan *inventory*.

**Kata Kunci:** CRM, motor, spare part, onderdil.

## ABSTRACT

CV. RPM is one of the authorized dealer of Yamaha motorcycles, located in the town of Luwuk, Central Sulawesi and has been operating since 2009. The products are sold CV. RPM is a motorcycle, parts, service services, and motorcycle accessories and merchandise for the brand Yamaha. CV. RPM has three branches dealer who can service sales of motorcycles.

CV. RPM has used the information system to help the company's operational activities such as accounting, stock management, sales, and purchases. In the sales process, information systems used to assist in making consumer data recording, the recording of information products, manufacturing sales order, and the making of a delivery order. For the accounting division, information systems assist in the leasing party billing, which is the guarantor agency when consumers purchases motorcycle with installment, do the bookkeeping, managing billing companies, and financial reports.

The result of this research is able to make a CRM application that can record customer's complaints, create questionnaire, record transaction data, sales force automation application, marketing campaign application, and inventory.

**Keywords:** CRM, motorcycle, spare part, Yamaha.

## 1. PENDAHULUAN

CV. RPM adalah salah satu *dealer* resmi sepeda motor Yamaha yang terletak di kota Luwuk, Sulawesi Tengah dan telah beroperasi sejak tahun 2009. Produk yang dijual CV. RPM adalah sepeda motor, suku cadang, jasa *service*, dan aksesoris sepeda motor dan *merchandise* merk Yamaha. CV. RPM telah memiliki tiga *dealer* cabang yang dapat melayani penjualan sepeda motor.

Saat ini, sistem informasi yang dimiliki oleh CV. RPM hanya digunakan untuk melakukan penyimpanan data-data transaksi yang diperlukan dan hanya dapat diakses melalui komputer yang digunakan oleh pegawai administrasi. Data konsumen yang disimpan saat ini sangat kurang dan hanya berupa informasi umum seperti nama, alamat, dan nomor telepon. Selain kurangnya informasi mengenai konsumen yang ada, data konsumen tidak dapat diakses oleh *sales* untuk menawarkan produk kepada konsumen. Oleh karena itu, diperlukan pembenahan dalam *database* konsumen sehingga dapat menyimpan informasi konsumen yang lebih detail dan membuat *sales* dapat mengakses dan menggunakan data konsumen sebagai sarana promosi.

Pengelolaan *complaint* saat ini masih dilakukan secara manual dan tidak dilakukan pencatatan. Akibatnya, perusahaan tidak dapat memantau proses penyelesaian masalah yang dilakukan oleh pegawai CV. RPM terhadap *complaint* yang disampaikan oleh konsumen, melihat riwayat *complaint* yang telah disampaikan oleh konsumen, dan memungkinkan pegawai untuk membiarkan dan tidak merespon *complaint*. Maka, untuk dapat mengelola *complaint* konsumen dan memantau proses yang terjadi didalamnya, diperlukan aplikasi yang dapat mencatat, menyimpan, menjawab *complaint* konsumen dan menampilkan laporan mengenai *complaint* konsumen.

## 2. DASAR TEORI

### 2.1 Customer Relationship Management

*Customer Relationship Management (CRM)* adalah proses untuk mengelola rincian informasi seorang konsumen dan semua *customer touch points* untuk memaksimalkan loyalitas. *Customer touch point* merupakan semua kejadian yang dapat menyebabkan pertemuan antara konsumen dengan brand atau produk suatu perusahaan. CRM memungkinkan perusahaan untuk menyediakan pelayanan konsumen yang baik dengan menggunakan informasi konsumen yang dimiliki perusahaan. Berdasarkan informasi konsumen, perusahaan dapat menyesuaikan penawaran pasar, pelayanan, program atau promo, pesan, dan media[3].

CRM bertujuan untuk membangun relasi dengan konsumen dan meningkatkan loyalitas konsumen. Aplikasi CRM digunakan untuk mengumpulkan data, memproses data, dan menghasilkan

informasi untuk menyusun dan mengimplementasikan strategi pemasaran perusahaan. *CRM* meliputi empat aktifitas pemasaran[2], yaitu:

- *Customer Selection*  
*Customer Selection* adalah mendefinisikan kelompok-kelompok konsumen yang menjadi target perusahaan. Perusahaan mengidentifikasi kelompok yang akan diberikan penawaran dan menjadi target konsumen dalam proses akuisisi, retensi, dan ekstensi.
- *Customer Acquisition*  
*Customer Acquisition* adalah aktifitas pemasaran yang bertujuan untuk membangun relasi dengan konsumen baru dengan tetap meminimalkan biaya akuisisi dan menargetkan pada konsumen yang memiliki *value* yang tinggi.
- *Customer Retention*  
*Customer Retention* adalah aktifitas pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjaga konsumen yang telah dimiliki oleh perusahaan. Mengidentifikasi penawaran yang relevan berdasarkan kebutuhan konsumen dan posisi *life-cycle* konsumen merupakan hal penting dalam langkah ini.
- *Customer Extension*  
*Customer Extension* berarti meningkatkan jumlah atau jenis produk yang dibeli oleh konsumen.

Teknologi yang digunakan dalam *CRM* dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori[5], yaitu:

- *Operational CRM*  
Dalam metode ini, semua proses yang berhubungan dengan konsumen dari tahap *marketing and sales* hingga pelayanan purna jual dan menerima *feedback* dari konsumen.
- *Analytic CRM*  
Dalam *analytic CRM*, data yang didapatkan dari *operational CRM* akan dianalisa dan hasil analisa data akan dipersiapkan untuk menunjang performa komersial perusahaan.
- *Cooperational CRM*  
*Cooperational CRM* memungkinkan konsumen berkomunikasi dengan perusahaan dengan cara yang mudah, seperti telepon, *facsimile*, atau internet.

Diperlukan aplikasi yang berbeda-beda untuk mendukung empat aktifitas pemasaran, yaitu:

- *Sales force automation (SFA)*  
*Salesforce automation* membantu *sales* untuk mengelola catatan dan penawaran melalui telepon untuk menyusun dan menyimpan permintaan konsumen dan kunjungan konsumen.
- *Customer Service Management*  
Perwakilan yang berada di pusat kontak menjawab permintaan informasi dari konsumen menggunakan intranet untuk mengakses *database* yang menyimpan informasi mengenai konsumen, produk, dan pertanyaan konsumen sebelumnya.
- *Managing the sales process*  
Mengelola proses penjualan dapat menggunakan website e-commerce, atau dalam konteks B2B dengan membantu sales dengan mencatat proses penjualan.
- *Campaign Management*  
*Campaign Management* digunakan untuk mengelola iklan, mengirim pesan atau e-mail ke konsumen, atau *campaign* yang lainnya.
- *Analysis*

Analisis dilakukan dengan menggunakan teknologi seperti *data warehouse* dan *data mining*. Karakteristik konsumen, pola pembelian konsumen, dan *campaign* dapat dianalisa untuk mengoptimalkan kegiatan pemasaran.

*Web* yang interaktif yang digabungkan dengan e-mail memberikan lingkungan yang ideal untuk membangun relasi konsumen, dan *database* memberikan landasan untuk menyimpan informasi mengenai relasi dan menyajikan informasi untuk meningkatkan relasi dengan memberi layanan yang telah ditingkatkan dan dikhususkan untuk kelompok konsumen tertentu. *CRM* yang memanfaatkan pendekatan secara online dapat disebut e-*CRM*.

Menggunakan internet untuk melakukan *relationship marketing* membutuhkan integrasi antara *database* dan website sehingga relasi yang dibangun dapat tertuju dan terpersonalisasi. Dengan menggunakan e-*CRM* pemasaran dapat ditingkatkan sebagai berikut:

## 2.2 Laravel

Laravel merupakan salah satu PHP *framework* yang digunakan untuk memudahkan *web developer* dalam membuat dan mengembangkan suatu *website*. Laravel membutuhkan *composer* yang merupakan *dependency management* dalam bahasa pemrograman PHP. Versi terbaru dari laravel adalah versi 5.1[4].

Laravel menggunakan arsitektur MVC (*Model View Controller*) yaitu salah satu arsitektur perangkat lunak yang memisahkan aplikasi menjadi tiga bagian yaitu *model* yang memiliki peran untuk berinteraksi dengan *database* yang digunakan, *view* untuk menampilkan *interface* pengguna, dan *controller* berperan untuk menampilkan *view* atau melakukan *update* pada *model* sesuai dengan permintaan pengguna.

## 2.3 PHP

PHP singkatan dari *Hypertext Preprocessor* adalah salah satu bahasa pemrograman yang digunakan untuk membuat *script* yang dijalankan pada *web server*. Sebuah PHP *script* mengandung kode PHP dan kode HTML untuk menentukan bagaimana kode HTML akan dimanipulasi. PHP *script* disimpan dalam *web server* yang kemudian diproses oleh *server* dan dikirim ke browser dalam bentuk halaman HTML. PHP juga dapat menyimpan dan mengambil data dari *database* dan menggabungkannya ke dalam kode HTML yang dihasilkan [1].

PHP dapat digunakan disemua sistem operasi umum, termasuk Linux, Microsoft Windows, Mac OS X, RISC OS, dan beberapa sistem operasi lainnya. Pengguna PHP juga dapat secara bebas memilih antara *procedural programming* atau *object oriented programming (OOP)*.

## 3. ANALISIS DAN DESAIN SISTEM

### 3.1 Analisis Sistem Saat Ini

Untuk membantu kegiatan operasional, CV. RPM menggunakan sistem informasi berbasis *desktop* yang bernama ACRS. Sistem informasi ini membantu CV. RPM dalam proses penjualan, pembelian, *inventory*, pembukuan, dan *SMS gateway* yang digunakan untuk mengirimkan *sms* kepada konsumen. CV. RPM juga menggunakan *VPN (Virtual Private Network)* untuk menghubungkan jaringan komputer yang ada di dealer cabang. Untuk dealer cabang yang belum memiliki koneksi internet dan belum menggunakan aplikasi ACRS maka pencatatan akan dilakukan secara manual.

Selain aplikasi ACRS, kegiatan operasional bengkel dibantu dengan dua aplikasi khusus dari Yamaha. Aplikasi yang pertama adalah *diagnose tools* yang digunakan mekanik untuk melakukan diagnosa pada sepeda motor Yamaha. Dan, aplikasi administrasi yang digunakan untuk melakukan pencatatan atau melihat riwayat *service* sepeda motor.

### 3.2 Proses Penjualan Sepeda Motor

Proses penjualan sepeda motor di CV. RPM dilakukan secara offline. Konsumen yang ingin melakukan pembelian harus datang langsung ke *dealer* sepeda motor CV. RPM. Konsumen selanjutnya akan memilih produk yang diinginkan dan CV. RPM akan mengecek stok barang apakah unit sepeda motor tersebut tersedia. Apabila unit belum tersedia, konsumen dapat melakukan proses inden sepeda motor dan CV. RPM akan melakukan pemesanan ke *main dealer*.

Terdapat dua metode pembayaran yang dapat dipilih konsumen untuk melakukan transaksi dengan CV. RPM, yaitu *cash*, apabila konsumen ingin langsung membayar lunas unit sepeda motor yang dibeli, atau cicilan yang dibantu oleh pihak *leasing*. Untuk metode cicilan, konsumen akan memilih *leasing* yang diinginkan, dan selanjutnya membayar uang muka kepada CV. RPM. *Leasing* akan membayar sisa biaya yang belum dibayar oleh konsumen kepada CV. RPM, dan seluruh proses penagihan cicilan akan dikelola oleh *leasing*.

Untuk setiap unit yang terjual akan dilakukan *Pre Delivery Inspection (PDI)*, yaitu mempersiapkan semua kelengkapan sepeda motor seperti, helm, jaket, kaca spion, *accu*, dan penggesekan nomor rangka dan nomor mesin kendaraan. Setelah itu, *PDI man* (pegawai yang bertugas untuk melakukan *PDI*) akan mengecek apakah seluruh komponen sepeda motor dapat berfungsi dengan seharusnya. *PDI man* akan melakukan starter mesin, mengecek lampu depan dan lampu belakang, lampu *sign*, sistem pengereman, klakson, dan lain lain. Setelah proses *PDI* selesai dilakukan, unit dapat dikirimkan ke alamat yang diinginkan oleh konsumen atau langsung dikendarai oleh konsumen.

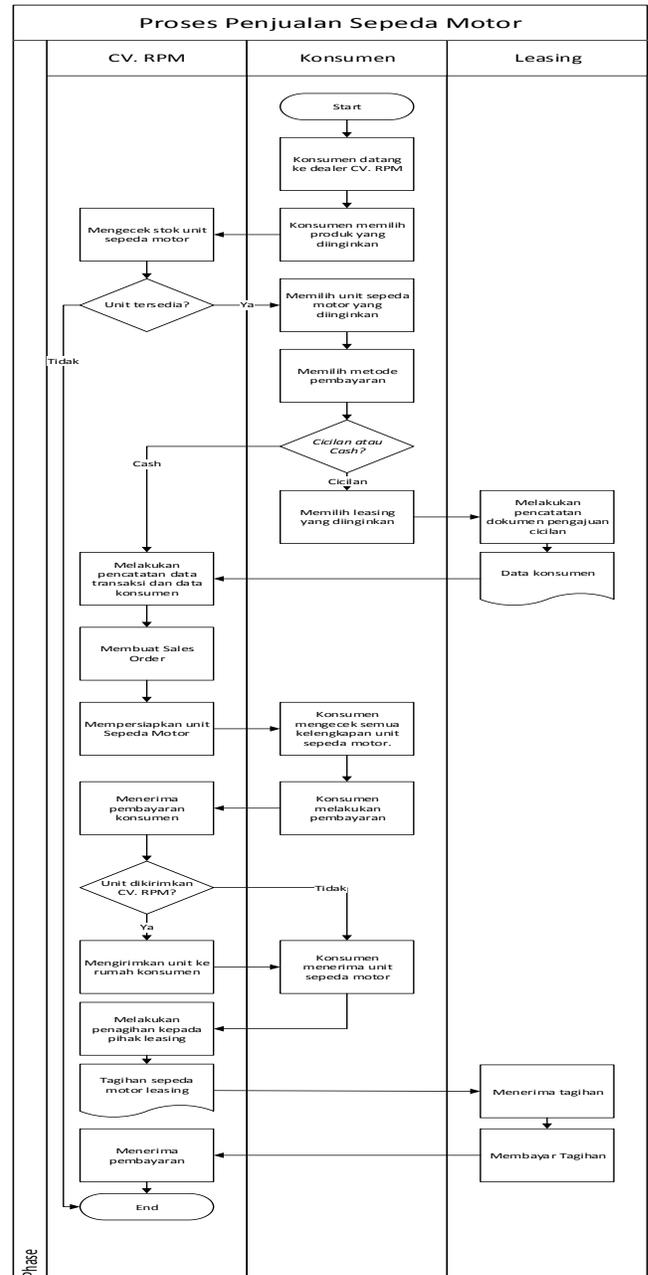
Dokumen kepemilikan sepeda motor akan diurus oleh CV. RPM di samsat kota Luwuk. Seluruh bukti kepemilikan dapat diambil di dealer CV. RPM ketika pihak samsat telah selesai membuat seluruh bukti kepemilikan sepeda motor. Apabila konsumen memilih metode pembayaran cicilan, maka BPKB sepeda motor akan diberikan kepada pihak *leasing*. *Data Flow* Proses Penjualan dapat dilihat pada gambar 1.

### 3.3 Proses Service Sepeda Motor

*Service* dapat dilakukan oleh konsumen dengan cara langsung membawa sepeda motor yang ingin *diservice* ke bengkel CV. RPM atau konsumen dapat melakukan reservasi terlebih dahulu untuk menghindari antrian.

Ketika konsumen datang ke bengkel CV. RPM, *service counter* akan mencatat keluhan dan *service* yang akan dilakukan. Konsumen akan diberikan keterangan mengenai estimasi total harga dan durasi pengerjaan *service*. Konsumen yang masih memiliki kupon *service* gratis akan dibebaskan dari biaya jasa *service*. Kupon *service* gratis akan diberikan untuk setiap motor yang dibeli oleh konsumen. Selanjutnya, *service counter* akan membuat SPK (Surat Perintah Kerja) dan mekanik akan memulai *service* sepeda motor. Apabila terdapat suku cadang sepeda motor konsumen yang dalam kondisi buruk, maka konsumen akan dikonfirmasi terlebih dahulu sebelum suku cadang tersebut diganti.

Setelah proses *service* selesai, mekanik akan memberikan detail pengerjaan *service* kepada *service counter*. *Service counter* akan mencatat suku cadang yang digunakan dalam proses *service* dan yang menjadi tanggungan konsumen. Selanjutnya, *service counter* akan membuat *sales order* dan menginformasikan total pembayaran kepada konsumen. *Data flow service* sepeda motor dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 1. Data Flow Proses Penjualan

### 3.4 Proses Penerimaan Barang

CV. RPM hanya memiliki satu *supplier* dalam melakukan pembelian barang, yaitu *Main Dealer*. *Main dealer* akan melakukan alokasi produk sepeda motor untuk setiap *dealernya*, selanjutnya *dealer* akan membuat *Purchase Order* berdasarkan alokasi yang ada. Barang akan dikirimkan melalui jalur darat dan biaya pengiriman ditanggung oleh *dealer*.

Ketika sepeda motor diterima di CV. RPM, maka akan dilakukan pengecekan nomor rangka dan nomor mesin apakah telah sesuai dengan nomor rangka dan nomor mesin yang tertera di surat jalan. Apabila terjadi ketidaksesuaian produk, maka akan dilakukan konfirmasi kepada pihak *main dealer* dan mengkoreksi nomor rangka dan nomor mesin yang tertera pada surat jalan. *Data Flow* penerimaan barang dapat dilihat pada gambar 3.

### 3.5 Analisis Permasalahan

Saat ini data-data yang dimiliki oleh CV. RPM sangat susah untuk diakses oleh sales. Ini dikarenakan *salesman* tidak memiliki hak akses terhadap data konsumen dan tidak tersedianya komputer untuk mengakses data yang ada. Selain itu, *salesman* juga kesusahan dalam mengecek ketersediaan sepeda motor dan warna yang diinginkan konsumen.

Pengelolaan *complaint* saat ini masih dilakukan secara manual dan tidak dilakukan pencatatan. Akibatnya, perusahaan tidak dapat memantau proses penyelesaian masalah yang dilakukan oleh pegawai CV. RPM terhadap *complaint* yang disampaikan oleh konsumen, melihat riwayat *complaint* yang telah disampaikan oleh konsumen, dan memungkinkan pegawai untuk membiarkan dan tidak merespon *complaint*.

Proses penagihan merupakan proses yang dilakukan oleh pegawai keuangan CV. RPM untuk menagih sisa pembayaran yang ditanggung oleh lembaga pembiayaan yang telah bekerja sama dengan CV. RPM. Pembayaran yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan bisa terlambat karena kelalaian pegawai keuangan yang terlambat melakukan penagihan atau pihak lembaga pembiayaan yang terlambat melakukan pencairan dana.

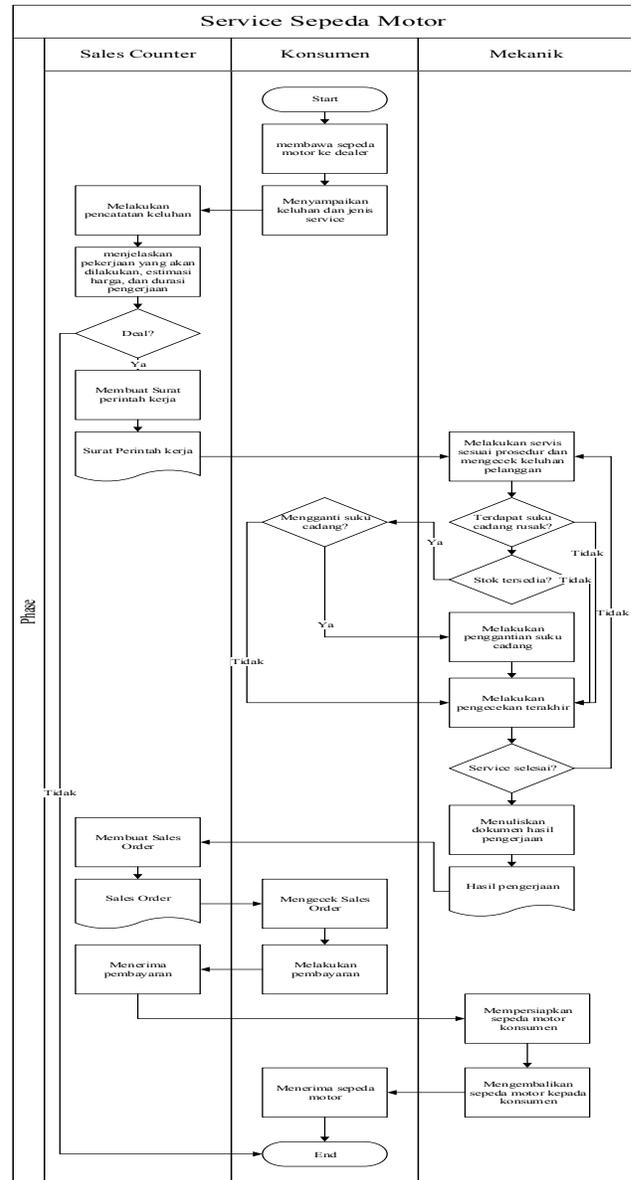
### 3.6 Analisa Kebutuhan

Berdasarkan analisa permasalahan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa CV. RPM membutuhkan:

- Sistem informasi yang dapat menunjang kegiatan operasional CV. RPM dan memudahkan akses data untuk pegawai internal sesuai dengan hak akses yang diberikan. Sistem informasi harus dapat menunjang proses penjualan, penerimaan barang, dan proses service sepeda motor.
- Sistem informasi yang dapat menangani *complaint* yang dilakukan oleh konsumen. Sistem informasi harus dapat mencatat, menyimpan, menjawab *complaint* konsumen dan menampilkan laporan mengenai *complaint* konsumen.
- Reminder* sebagai pengingat bagi pegawai keuangan dalam melakukan penagihan kepada lembaga pembiayaan. *Reminder* juga berfungsi untuk mengirimkan *sms* kepada konsumen untuk mengingatkan jadwal *service* berkala sepeda motor.
- Sistem informasi yang dapat membantu *sales* untuk menemukan dan menyimpan data calon konsumen. Sistem informasi harus dapat menampilkan data konsumen yang telah bertransaksi dengan CV. RPM, riwayat transaksi konsumen, menyimpan data calon konsumen, dan menyimpan informasi demografis konsumen. Selain itu, sistem informasi juga dapat menampilkan katalog digital yang dapat memberikan informasi mengenai ketersediaan stok, warna dan tipe sepeda motor yang diinginkan konsumen.
- Sistem informasi yang dapat membantu konsumen untuk menyampaikan feedback kepada CV. RPM melalui kuesioner. Sistem informasi harus dapat membuat kuesioner, menyimpan hasil kuesioner dan menampilkan laporan kuesioner.

### 3.7 Data Flow Diagram

*Data flow diagram (DFD)* secara grafis menjelaskan aliran data yang ada dalam organisasi. *Data Flow diagram* menggunakan simbol-simbol untuk merepresentasikan empat elemen dasar yaitu *data source and destinations*, *data flows*, *transformation processes*, dan *data stores* [6].



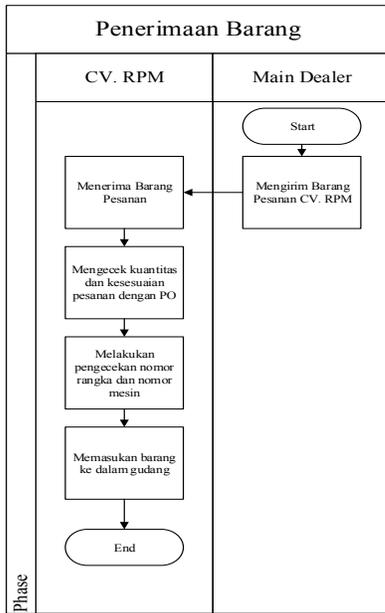
Gambar 2. Data Flow Service Sepeda Motor

Terdapat delapan proses pada rancangan *DFD Level 0*, yaitu:

- Penjualan sepeda motor  
Terdapat empat *external entity*, yakni konsumen, *pdi man*, *delivery man*, dan *finance*. Konsumen memberikan input data penjualan, *pdi man* memberikan input kode unik sepeda motor, *delivery man* memberikan input waktu pengiriman, dan *finance* memberikan input waktu pelunasan.
- After Sales  
Terdapat dua *eksternal entity*, yaitu *after sales manager*, dan konsumen. *After sales manager* memberikan input daftar

kuesioner dan jawaban komplain, dan konsumen memberikan input jawaban kuesioner, komplain, dan penukaran poin

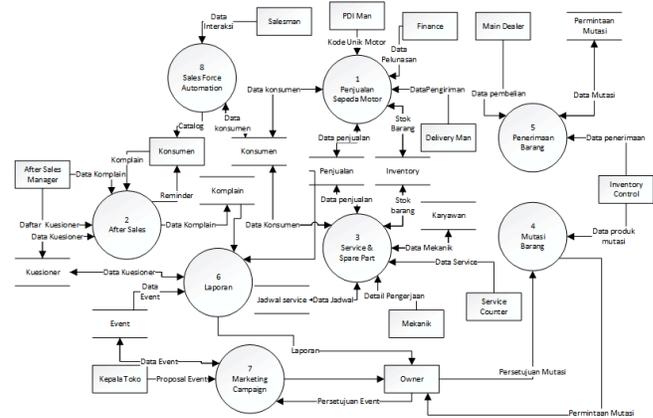
3. *Service and spare part*  
Terdapat tiga eksternal entity, yaitu konsumen, mekanik, dan service counter. Konsumen memberikan input data service, mekanik menerima surat perintah kerja, dan service counter memberikan input daftar spare part dan jadwal service.
4. Mutasi Barang  
Terdapat empat eksternal entity, yaitu kepala toko yang memberikan input daftar produk, owner memberikan input persetujuan mutasi, delivery man memberikan input waktu pengiriman, inventory control memberikan input waktu penerimaan dan pengeluaran unit sepeda motor.



Gambar 3. Data Flow Penerimaan Barang

5. Penerimaan Barang  
Terdapat tiga eksternal entity, yaitu owner yang memberikan input daftar penerimaan produk, main dealer memberikan input harga beli produk, dan inventory control memberikan input kode unik sepeda motor dan lokasi penyimpanan.
6. Laporan  
Laporan akan melakukan read pada tabel penjualan, komplain, kuesioner, dan inventory yang kemudian akan diterima oleh owner.
7. Marketing Campaign  
Terdapat tiga eksternal entity, yaitu kepala toko dan sales manager yang memberikan input detail pelaksanaan event, dan owner yang memberikan input persetujuan event.
8. Sales Force Automation  
Terdapat dua eksternal entity, yaitu salesman yang memberikan input informasi konsumen, dan konsumen yang memberikan input data konsumen.

Desain DFD Level 0 untuk sistem informasi CRM CV. RPM dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. DFD Level 0

## 4. HASIL PENGUJIAN

### 4.1 Complaint

Pengujian berdasarkan studi kasus pada tanggal 27 Mei 2016. Konsumen membuat complaint yang ditujukan pada cabang RPM Toili dengan kategori Pelayanan. Form untuk membuat complaint baru dapat dilihat pada gambar 5.

Gambar 5. Form penyampaian complaint

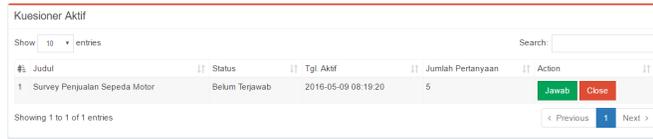
Complaint berhasil dibuat dengan kode complaint COMTLI052016001. Daftar complaint yang berhasil dibuat ditampilkan di awal menu complaint konsumen. Tampilan awal menu complaint dapat dilihat pada gambar 6.

#	Kode	Judul	Kategori	Cabang	Tgl. Pengaduan	Status	Action
1	COMTLI052016001	Tidak dilayani	RPM Toili	Pelayanan	2016-05-23 12:59:17	Terbuka	Selasa
2	COMLHW052016001	Pelayanan tidak profesional	RPM Luwuk	Pelayanan	2016-04-26 08:39:31	Terselesaikan	

Gambar 6. Daftar Complaint

## 4.2 Kuesioner

Untuk menjawab kuesioner yang aktif konsumen dapat menekan tombol Jawab yang ada ditampilkan awal menu kuesioner. Tampilan awal menu kuesioner dapat dilihat pada gambar 7.



#	Judul	Status	Tgl Aktif	Jumlah Pertanyaan	Action
1	Survey Penjualan Sepeda Motor	Belum Terjawab	2016-05-09 08:19:20	5	Jawab Close

Gambar 7. Tampilan awal menu kuesioner

Konsumen dapat memilih lima opsi pilihan untuk setiap soalnya yaitu sangat buruk, buruk, biasa, baik, dan sangat baik. Penilaian dilakukan berdasarkan jawaban yang diberikan konsumen. Untuk sangat buruk mendapatkan nilai 1/5 dari bobot soal, buruk mendapatkan 2/5 dari bobot soal, biasa mendapatkan 3/5 dari bobot soal, baik mendapatkan 4/5 dari bobot soal, dan sangat baik mendapatkan 5/5 dari bobot soal. Tampilan untuk menjawab kuesioner dapat dilihat pada gambar 8.



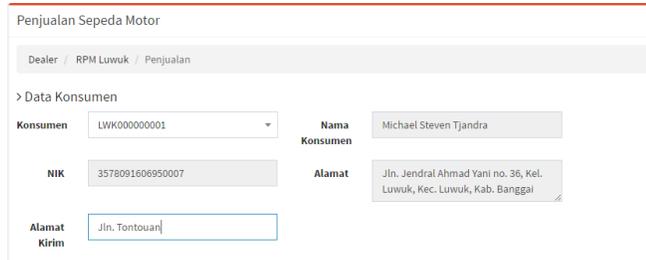
#	Kriteria Penilaian	Penilaian
1	Pengetahuan sales akan produk yang ditanyakan	Baik
2	Keramahan sales saat melayani pelanggan	Baik
3	Sales menjelaskan ketentuan garansi produk	Biasa
4	Sales tanggap dalam melayani konsumen	Biasa
5	Secara keseluruhan saya puas akan pelayanan dealer RPM	Baik

Gambar 8. Tampilan untuk menjawab kuesioner

Kuesioner yang telah diisi akan kembali menjadi nonaktif dan hilang dari tampilan awal menu kuesioner.

## 4.3 Penjualan Sepeda Motor

Untuk memilih konsumen *user* dapat memilih dari konsumen yang telah disimpan dalam master konsumen. Apabila konsumen belum terdaftar maka *user* dapat menambahkannya terlebih dahulu dimaster konsumen. Tampilan untuk memilih konsumen dapat dilihat pada gambar 9.



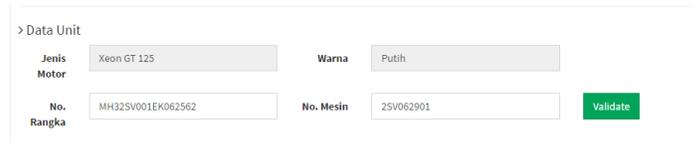
Dealer / RPM Luwuk / Penjualan

> Data Konsumen

Konsumen	LWK000000001	Nama Konsumen	Michael Steven Tjandra
NIK	3578091606950007	Alamat	Jln. Jendral Ahmad Yani no. 36, Kel. Luwuk, Kec. Luwuk, Kab. Banggai
Alamat Kirim	Jln. Tontouan		

Gambar 9. Pengisian Data Konsumen

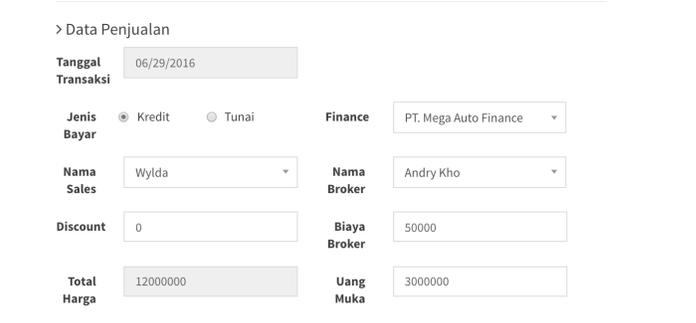
Untuk memilih sepeda motor yang akan dijual, *user* dapat menginputkan nomor rangka dan nomor mesin unit sepeda motor dan selanjutnya menekan tombol Validate. Tombol Validate berfungsi untuk mendapatkan data sepeda motor berdasarkan nomor rangka dan nomor mesin. Apabila data yang diinputkan benar, maka jenis motor, warna, dan total harga akan langsung terisi dengan otomatis. Tampilan data yang telah di validasi dapat dilihat pada gambar 10.



Jenis Motor	Xeon GT 125	Warna	Putih
No. Rangka	MH325V001EK062562	No. Mesin	25V062901
Validate			

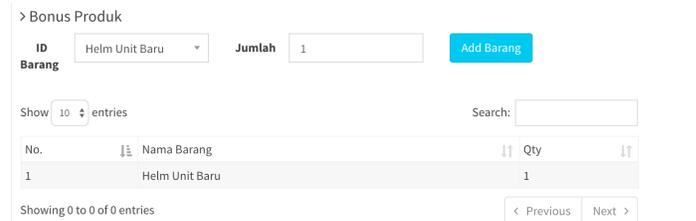
Gambar 10. Unit Sepeda Motor

Setelah unit tervalidasi, *user* dapat mengisi data penjualan seperti metode pembayaran, *finance*, *broker*, jumlah uang muka dan produk bonus. Setelah selesai melengkapi semua data, *user* dapat menekan tombol submit data untuk menyimpan data penjualan. Form data penjualan sepeda motor dapat dilihat pada gambar 11 dan gambar 12 untuk form bonus produk.



Tanggal Transaksi	06/29/2016		
Jenis Bayar	<input checked="" type="radio"/> Kredit <input type="radio"/> Tunai	Finance	PT. Mega Auto Finance
Nama Sales	Wyllda	Nama Broker	Andry Kho
Discount	0	Biaya Broker	50000
Total Harga	12000000	Uang Muka	3000000

Gambar 11. Data Penjualan Sepeda Motor



> Bonus Produk

ID Barang: Helm Unit Baru Jumlah: 1 Add Barang

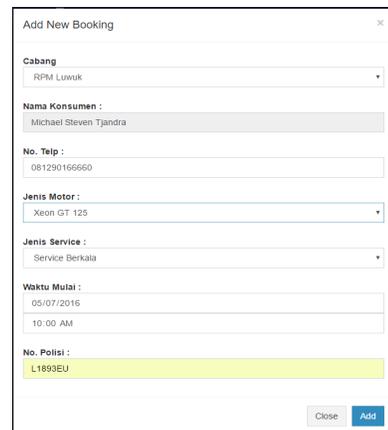
No.	Nama Barang	Qty
1	Helm Unit Baru	1

Gambar 12. Form produk bonus

## 4.4 Booking Service

Untuk menambahkan *booking baru* konsumen dapat mengisi form booking seperti yang ada pada gambar 13.

*Booking request* yang telah diajukan dapat diterima apabila jadwal tersedia atau ditolak apabila jadwal tersedia. *Booking* yang diterima harus dilengkapi datanya terlebih dahulu. Untuk melengkapi data *user* dapat menekan tombol Approve. Form untuk melengkapi data dapat dilihat pada gambar 14.



Add New Booking

Cabang: RPM Luwuk

Nama Konsumen: Michael Steven Tjandra

No. Telp: 081290166660

Jenis Motor: Xeon GT 125

Jenis Service: Service Berkala

Waktu Mulai: 05/07/2016 10:00 AM

No. Polisi: L1893EU

Close Add

Gambar 13. Pembuatan Booking Service

Booking Approval

Bengkel / Booking / Approval

Nama Konsumen: Michael Steven Tjandra

Jenis Motor: Xeon GT 125

Jenis Service: Service Berkala

Jadwal Mulai: 05/07/2016 10:00 AM

Jadwal Akhir: 05/07/2016 12:00 PM

Mekanik: Bahtiar

Save Back

**Gambar 14. Form Penerimaan Booking Service**

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan pengujian telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

- Aplikasi dapat melakukan pencatan *complaint*. Namun, komplain hanya dapat dijawab oleh manajer dan tidak dapat diarahkan ke pegawai lain apabila kategori komplain tidak sesuai dengan *desk job* manajer.
- Aplikasi dapat melakukan pencatatan transaksi bengkel dan penjualan sepeda motor. Namun, aplikasi tidak dapat mencatat transaksi untuk tanggal sebelumnya.

- Aplikasi dapat melakukan pembuatan kuesioner dan menyimpan hasil jawaban kuesioner. Tetapi, opsi pilihan untuk menjawab kuesioner hanya dibatasi lima pilihan dan tidak dapat diubah.
- Aplikasi dapat melakukan pencatatan *booking service* melalui website ataupun sms. Namun, aplikasi tidak dapat mengecek apabila jadwal *service* yang diminta oleh konsumen tersedia.

## 6. REFERENCES

- [1] Beighley, L., & Morrison, M. 2009. Head First PHP and MySQL. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc.
- [2] Chaffey, D. 2011. E-Business & E-Commerce Management: Strategy, Implementation, and Practice 5 th edition.
- [3] Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. Marketing Management 14 th edition. Boston: Pearson Education Limited.
- [4] Laravel. "Laravel Introduction". Retrieved November 17, 2015. <http://laravel.com/docs/4.2/introduction>.
- [5] Tohidi, H., Jabbari, M. M. 2012. The Necessity of Using CRM. Retrieved November 25, 2015.
- [6] Romney, Marshal B., & Steinbart, Paul John. 2012. Accounting Information Systems 12 th ed. Upper saddle River, NJ: Pearson Education, Inc.