

Perancangan Sistem Informasi Customer Relationship Management Desa Wisata Pentingsari Menggunakan Metode Prototyping

by R Tsa

Submission date: 26-Nov-2020 05:19PM (UTC+0900)

Submission ID: 1457485502

File name: si_Customer_Relationship_Management_Desa_Wisata_Pentingsari.docx (267.29K)

Word count: 2947

Character count: 19794

Perancangan Sistem Informasi Customer Relationship Management Desa Wisata Pentingsari Menggunakan Metode Prototyping

Abstrak—Sistem Informasi Customer Relationship Management (CRM) menjadi sangat dibutuhkan oleh sebuah organisasi atau sebuah perusahaan, apalagi oleh sebuah desa wisata yang sedang ramai-ramainya dibicarakan atau dikunjungi untuk menjalin hubungan dengan konsumen dan mendapatkan timbal balik demi meningkatkan pelayanan. Hal tersebut sebenarnya bisa dilakukan jika ada sebuah sistem informasi yang didalamnya terdapat data konsumen dari desa wisata. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini untuk membuat sebuah sistem informasi Customer Relationship Management (CRM) yang dapat memudahkan dalam penyusunan data konsumen, dan dapat menampilkan rating tingkat kepuasan konsumen dan timbal balik dari konsumen yang dapat membantu pengurus dalam meningkatkan pelayanan. Subjek dari penelitian ini adalah desa wisata Pentingsari yang berada di Yogyakarta. Metode yang digunakan adalah metode prototyping, dalam metode ini peneliti melakukan observasi dan wawancara dengan pengurus Desa Wisata Pentingsari untuk mengetahui kendala dan masalah yang dihadapi, serta mengidentifikasi kebutuhan yang dibutuhkan pengurus dalam sistem informasi penelitian ini. Diharapkan penelitian ini dapat membantu dan mempermudah kinerja pengurus dalam penyusunan data konsumen, dalam mengetahui tingkat kepuasan konsumen, dan pengambilan keputusan untuk meningkatkan pelayanan.

Kata Kunci—Sistem Informasi Customer Relationship Management, Desa Wisata Pentingsari, prototyping.

I. PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu perkembangan teknologi telah berkembang pesat dan tidak dapat dibendung terutama di negara Indonesia. Pemanfaatannya pun beragam dari sektor industri maupun dari sektor pariwisata. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi dalam sektor pariwisata adalah sistem informasi desa wisata berbasis desktop. Tetapi pada zaman ini masih ada desa wisata yang belum memanfaatkannya dengan maksimal. Salah satu desa itu adalah desa wisata Pentingsari, desa wisata Pentingsari berlokasi di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Desa wisata Pentingsari merupakan sebuah dusun dengan luas wilayah total ±103 ha dengan komposisi lahan pekarangan, perkebunan, daerah aliran sungai, persawahan, dan outbound. Total wilayah dari desa ini dikembangkan menjadi sebuah desa wisata dengan keindahan alam, budaya, pertanian, perkebunan, dan sosial sebagai daya tariknya. Kunjungan ke Desa Wisata Pentingsari selama tiga tahun terakhir berkisar di angka 25.000 wisatawan pertahun [5].

Desa Wisata Pentingsari masih belum memiliki sistem informasi yang memadai untuk pengelolaan data pengunjung yang telah berkunjung khususnya bagi pelanggan yang berdampak kurang baik untuk hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan atau organisasi dengan pelanggan. Dampaknya pengurus Desa Wisata Pentingsari memiliki beberapa masalah internal dalam upaya untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada, dan pengurus kesulitan untuk meningkatkan fasilitas serta pelayanan konsumen karena tidak adanya timbal balik yang tercatat pada data konsumen. Perubahan pandangan bisnis yang berpatok pada pasar kini beralih pada pelanggan menuntut suatu perusahaan atau organisasi untuk menggunakan sebuah strategi bisnis sehingga perusahaan atau organisasi dapat bertahan dalam persaingan bisnis [1]. Salah satu strategi bisnis yang dapat mempertahankan ikatan antara konsumen dan organisasi untuk mengoptimalkan keuntungan sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis adalah dengan cara mengumpulkan informasi pelanggan sehingga menciptakan kepuasan pelanggan dan saling menguntungkan melalui penerapan strategi bisnis Customer Relationship Management. Penerapan konsep CRM membuat perusahaan atau organisasi dapat mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan yang bertujuan untuk sumber bagi perusahaan atau organisasi dalam mendapatkan masukan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan pelayanan sehingga tercipta hubungan yang baik [2]. Fokus pada pelanggan merupakan suatu hal yang penting pada era bisnis saat ini, karena pelanggan merupakan kunci untuk mencapai keunggulan dalam persaingan bisnis saat ini [3].

Berdasarkan berbagai permasalahan di atas penggunaan sistem informasi menjadi sangat diperlukan untuk menyelesaikan masalah tersebut. Pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan pada pelanggan, dan pelayanan yang baik juga meningkatkan kualitas dari perusahaan atau organisasi sehingga dapat bersaing dengan desa wisata yang lainnya [3], untuk meningkatkan minat pelanggan, serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan sangat diperlukan sistem Customer Relationship Management (CRM). Berdasarkan latar belakang diatas, pada penelitian ini membuat sebuah sistem informasi dengan strategi bisnis Customer Relationship Management (CRM) untuk menyelesaikan masalah yang terjadi dengan mengimplementasikannya kedalam fitur pendataan konsumen pada Sistem Informasi Desa Wisata Pentingsari. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu pengurus dalam mempertahankan konsumen, meningkatkan fasilitas serta pelayanan pengunjung, dan

membantu dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan pelayanan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Belakangan ini banyak sekali penelitian yang telah dilakukan mengenai Sistem Informasi *Customer Relationship Management* (CRM). Berbagai jurnal maupun penelitian yang memiliki kemiripan teori menjadi acuan dalam penelitian ini, berikut penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian ini.

Pertama, dalam penelitian [1] ini membahas masalah yang dihadapi oleh perusahaan jasa pengirim TIKI JNE agen Mastrip Jember yang mengalami penurunan konsumen setelah munculnya pesaing yang menawarkan pelayanan yang lebih baik. Tujuan penelitian ini adalah membuat sebuah aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) menggunakan metode data mining *clustering* dengan algoritma *K-Means clustering* untuk mengetahui kualitas layanan, fasilitas, dan tarif yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Hasil penelitian tersebut memperlihatkan pentingnya sistem *Customer Relationship Management* (CRM) dalam mendapatkan tingkat kepuasan konsumen supaya menghasilkan informasi sehingga dapat membantu untuk meningkatkan pelayanan pelanggan di perusahaan jasa pengiriman barang.

Kedua, pada penelitian [2] membahas tentang permasalahan yang dihadapi oleh PT. Jendela Alam Bandung masih belum memiliki sistem yang dapat mengelola data pelanggan yang telah berkunjung. Tujuan penelitian ini untuk membantu perusahaan menarik minat pelanggan karena jumlah pelanggan berdampak pada pendapatan dan popularitas perusahaan, serta untuk menjalin hubungan baik dengan *customer* melalui sistem informasi mengenai layanan yang ada pada perusahaan. Metode *Waterfall* digunakan untuk mengembangkan sistem pada penelitian ini. Hasil penelitian ini adalah sebuah Sistem *Customer Relationship Management* (CRM) yang dapat membantu marketing perusahaan dalam mengelola data pelanggan, menampung keluhan pelanggan, menampung kritik dan saran terkait pelayanan dan produk.

Ketiga, penelitian [3] ini membahas tentang masalah yang dihadapi PT. Gatra Citra Kencana Tour & Travel Jakarta terkait ketatnya persaingan antar perusahaan karena banyak produk baru dengan jenis yang bervariasi, serta meningkatnya tuntutan tentang kualitas produk dan layanan yang kurang memuaskan, dan ketatnya persaingan dalam mempromosikan produk. Penelitian ini bertujuan untuk mempromosikan produk, menjual produk, dan memberikan pelayanan kepada pelanggan. Hasil penelitian ini adalah sebuah aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web dengan metode analisis rantai nilai CRM. Metode pengembangan sistem dalam penelitian ini adalah *object oriented* dengan model *Rapid Application Development* (RAD).

Keempat, penelitian [4] ini membahas masalah yang dihadapi Wildan Salon dan *Wedding Party* Kediri tentang strategi bisnis yang kurang berjalan dengan baik karena masih manualnya proses pemasaran dan pendataan. Penelitian ini bertujuan untuk mengelola data pelanggan

dan meningkatkan kualitas komunikasi dengan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode pengembangan *Rapid Application Development* (RAD) dengan pengambilan data melalui observasi, wawancara, dan *library research*. Hasil dari penelitian tersebut berupa sistem informasi CRM berbasis web dan *SMS Gateway* yang dikirim oleh admin kepada konsumen Wildan salon dan *wedding party*.

Tabel 1. Tinjauan Pustaka

No	Tema	Keywords	Ulasan Kritis	Pustaka
1	Aplikasi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	Aplikasi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM), Identifikasi tingkat kepuasan pelanggan.	Pada penelitian ini, membuat aplikasi CRM pada PT. TIKI JNE Agen Mastrip Jember untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan menggunakan metode data mining. Tetapi pada aplikasi tersebut tidak terdapat rating atau penilaian dari pelanggan untuk mengetahui seberapa fatal masalah yang ada sehingga pengambilan keputusan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kurang maksimal.	[1]
2	Sistem Informasi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	Sistem Informasi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM), grafik laporan hasil kunjungan, kritik & saran.	Pada penelitian ini, membangun sistem informasi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) pada PT. Jendela Alam dengan output laporan hasil kunjungan dan keluhan yang ditampilkan dalam bentuk grafik. Tetapi pada sistem tersebut tidak	[2]

			memiliki rating atau penilaian dari pengunjung untuk mengetahui kenaikan pelayanan yang sudah diterapkan, presentasi program yang dipilih oleh pelanggan sehingga dalam pengambilan strategi bisnis masih kekurangan informasi.	
3	1 Aplikasi Customer Relationship Management (CRM)	Aplikasi Customer Relationship Management berbasis web, memberikan pelayanan kepada pelanggan.	Pada penelitian ini, merancang bangun aplikasi Customer Relationship Management pada sebuah perusahaan tour & travel untuk meningkatkan penjualan produk dan meningkatkan pelayanan pelanggan. Akan tetapi dalam sistem tersebut terdapat sebuah form pesan kepada perusahaan dan form saran & keluhan yang menyebabkan pemborosan waktu karena terdapat dua form yang subjek atau target pesannya sama.	[3]
4	7 Sistem Informasi Customer Relationship Management (CRM)	Strategi CRM, sistem informasi berbasis web.	Pada penelitian ini, merancang sebuah sistem informasi berbasis web dengan strategi CRM pada sebuah salon dengan informasi laporan	[4]

			pemesanan yang dilakukan pelanggan. Tetapi pada sistem tersebut masih terdapat kekurangan karena tidak ada data mengenai kritik & saran dari pelanggan sehingga sulit untuk melakukan perbaikan dalam pelayanan karena kurangnya informasi.	
--	--	--	---	--

Pada dasarnya, penelitian yang telah dijabarkan di atas adalah penelitian terkait penerapan sistem informasi *Customer Relationship Management* (CRM) pada perusahaan atau organisasi secara umum. Penelitian di atas dengan penelitian ini memiliki perbedaan subjek sehingga pada penelitian ini lebih berfokus pada kebutuhan dari subjek penelitian. Subjek penelitian ini adalah pengurus desa wisata Pentingsari.

B. Metode Prototyping

Metode pengembangan sistem yang digunakan dalam penelitian ini adalah prototyping. Metode Prototyping adalah metode pengembangan sistem dimana hasil analisa sistem langsung diterapkan kedalam sebuah model tanpa menunggu seluruh sistem selesai [6], menghasilkan *prototype* dari perangkat lunak yang digunakan sebagai perantara pengembang dengan pengguna untuk berinteraksi [7]. Manfaat dari penggunaan *prototyping* adalah [8]:

- Membuat replica sistem, menerima masukan pengguna untuk membuat sistem yang sempurna.
- Pengguna siap menerima perubahan sistem yang berkembang sesuai dengan perubahan dalam pengerjaan *prototype* sampai hasil akhir.
- *Prototype* dapat ditambah maupun dikurangi sesuai berjalannya proses pengembangan.
- Penghematan untuk menghasilkan produk yang lebih baik dan berguna bagi pengguna.



Gambar 1. Model Prototyping

Pada Gambar 1, menjelaskan tentang tahapan – tahapan dalam metode *prototyping*, berikut beberapa tahapan-tahapan dalam metode *prototyping* [7]; (1) *Communication*, (2) *Quick Plan*, (3) *Modeling Quick Design*, (4) *Construction of Prototype*, (5) *Deployment, Delivery, & Feedback*.

III. METODE PENELITIAN

A. Communication

Komunikasi dilakukan untuk memperoleh data secara lengkap mengenai identifikasi masalah dan kebutuhan dari pengguna. Penelitian ini melakukan pengumpulan data dengan studi pustaka dari sumber-sumber referensi berupa jurnal, buku, artikel dan berbagai informasi yang berkaitan dengan penelitian. Wawancara juga dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai pengelolaan data konsumen dan timbal balik dari konsumen pada desa wisata Pentingsari. Berikut rangkaian wawancara yang telah dilakukan:

- a) Wawancara dengan Pak Doto selaku ketua pengurus desa wisata Pentingsari pada tanggal 12 September 2020. Pada wawancara ini memperoleh informasi bahwa proses belum adanya sistem untuk mengolah data konsumen di Desa wisata Pentingsari, dan pengolahan data masih dilakukan secara manual. Hal ini menyebabkan pengurus kesulitan dalam membuat keputusan untuk meningkatkan fasilitas & pelayanan, dan mempertahankan pelanggan.
- b) Pada tanggal 25 September 2020 wawancara dilakukan dengan Pak Doto selaku ketua pengurus desa wisata Pentingsari. Wawancara ini memperoleh informasi mengenai kebutuhan yang diperlukan dalam sistem.

Setelah melakukan wawancara, kemudian observasi dilakukan secara langsung ke desa wisata Pentingsari untuk melihat sistem pengolahan data konsumen yang sedang diterapkan.

B. Quick Plan

Pada tahap *quick plan*, analisis kebutuhan dilakukan untuk membangun *prototype* yang sesuai kebutuhan pengguna. Analisis kebutuhan yang dilakukan pada penelitian ini berupa analisis kebutuhan *input*, *proses*, dan *output* dengan penjelasan, sebagai berikut.

29 Analisis kebutuhan *input* dibutuhkan untuk mengetahui data-data yang diperlukan dalam *prototype*. Berikut merupakan data-data yang diperlukan:

1. Data Profil Konsumen: *id_konsumen*, *tanggal*, *nama_tamu*, *kontak*, *jumlah_tamu*, *instansi*, *paket_wisata*, *id_penilaian*.
2. Data Penilaian: *id_penilaian*, *rating*, *kritik_saran*.
3. Data Paket Wisata: *paket_wisata*.

Analisis kebutuhan proses dibutuhkan untuk menganalisa proses yang digunakan dalam mengolah data. Berikut proses-proses yang terdapat pada penelitian ini:

1. Kelola Data Profil Konsumen: menambah dan menampilkan data profil konsumen.
2. Kelola Data Penilaian: menambah dan menampilkan data penilaian beserta rating penilaian konsumen.
3. Kelola Paket Wisata: menambah, mengubah, menghapus, dan menampilkan.

Analisis kebutuhan *output* merupakan keluaran dari pada *prototype* ini, berikut output dari *prototype* ini:

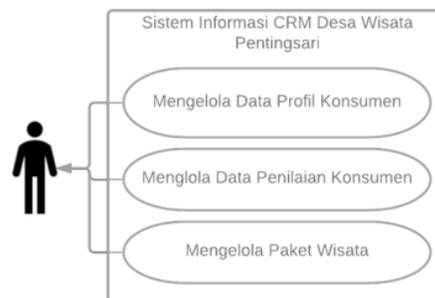
1. Informasi mengenai profil konsumen.
2. Informasi mengenai penilaian konsumen.
3. Informasi mengenai paket wisata.

C. Modeling Quick Design

Berdasarkan analisis kebutuhan dari sistem di atas perancangan mulai dibuat pada tahap *modeling quick design*. Perancangan yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode *Unified Modelling Language* (UML), serta perancangan basisdata dan antarmuka.

a) Unified Modelling Language

Pada metode ini, digunakan *use case diagram* untuk menjelaskan interaksi antara aktor dan sistem.



3 Gambar 2. Use Case Diagram

Seperti pada Gambar 2. Bahwa pada penelitian ini hanya memiliki satu aktor yang berinteraksi pada sistem.

b) Rancangan Basisdata



Gambar 3. Relasi Tabel

Pada Gambar 3 menjelaskan bahwa pada *prototype* ini dibuat memiliki 3 tabel, sebagai berikut:

1. Tabel Profil Konsumen

Tabel 2. Tabel Profil Konsumen

Kolom	Tipe Data	Null	Nama Kunci
Id_konsumen	int(4)	not null	PK
tanggal	date	not null	
nama_tamu	varchar(30)	not null	
kontak	Varchar(20)	null	
Jumlah_tamu	Int(4)	not null	
instansi	enum('Umum', 'Perguruan Tinggi', 'SMA', 'DLL')	not null	
paket_wisata	varchar(16)	not null	FK
id_penilaian	Int(4)	not null	FK

2. Tabel Penilaian

Tabel 3. Tabel Penilaian

Kolom	Tipe Data	Null	Nama Kunci
id_penilaian	int(4)	not null	PK
rating	int(1)	not null	
kritik_saran	text	null	

3. Tabel Paket Wisata

Tabel 4. Tabel Paket Wisata

Kolom	Tipe Data	Null	Nama Kunci
paket_wisata	varchar(16)	not null	PK

c) Rancangan Antarmuka

1. Halaman Beranda

Saat pertama kali masuk ke sistem pengguna akan melihat halaman berisi info mengenai jumlah total pengunjung, rating dari pengunjung, grafik paket wisata, dan grafik instansi dari pengunjung.



Gambar 4. Halaman Beranda

2. Halaman Input Data Konsumen

Pada halaman ini pengguna dapat mengisi *form* mengenai profil konsumen dan pengguna dapat mengunggah isi *form* tersebut ke dalam sistem.

Gambar 5. Halaman Input Data Konsumen

3. Halaman Data Profil Konsumen

Pada halaman Data Profil Konsumen menampilkan data mengenai profil konsumen yang sebelumnya telah diinput dan diunggah ke dalam sistem oleh pengguna.

Gambar 6. Halaman Data Profil Konsumen

4. Halaman Paket Wisata

Pada halaman Paket Wisata menampilkan beberapa paket wisata pada desa wisata Pentingsari. Pengguna dapat menambahkan, mengubah, dan menghapus paket wisata yang ada.

Gambar 7. Halaman Paket Wisata

D. Construction of Prototype

Pada tahap *construction of prototype*, pengerjaan pembuatan prototype mulai dilaksanakan.

E. Deployment, Delivery, & Feedback

Pada tahap terakhir ini, *prototype* yang telah selesai dibuat diserahkan kepada pengguna untuk melihat apakah sistem sudah berjalan dengan baik atau tidak, serta peneliti mendapatkan *feedback* dari pengguna tentang *prototype*.

IV. PEMBAHASAN

Sistem Informasi Customer Relationship Management Desa Wisata Pentingsari merupakan sebuah sistem yang dibangun untuk membantu proses pendataan dan pengolahan data konsumen pada Desa Wisata Pentingsari yang terletak di Yogyakarta. Sistem ini dibangun sebagai bentuk solusi dari permasalahan masih manualnya sistem yang diterapkan saat ini. *Prototype* kemudian diserahkan kepada pengguna secara langsung untuk mendapatkan *feedback* mengenai *prototype* sehingga jika terdapat

kekurangan perbaikan dapat segera dilaksanakan. Hasil dari pengujian *prototype* dapat dilihat pada table 5.

Tabel 5. Tabel Iterasi Metode Prototyping

No	Pertemuan	Narasumber	Keterangan	Perbedaan dari <i>prototype</i> sebelumnya
1	25/09/2020	Pak Doto	Mendapatkan informasi spesifikasi kebutuhan sistem: data konsumen, data kritik & saran serta rating tingkat kepuasan konsumen.	-
2	27/10/2020	Pak Doto	Menghasilkan <i>prototype</i> sistem informasi Customer Relationship Management yang sesuai dengan iterasi nomor 1. Narasumber meminta penambahan fitur pengelolaan paket wisata serta menambahkan tampilan untuk menampilkan total pengunjung, grafik paket wisata, dan instansi pengunjung.	-
3	21/11/2020	Pak Doto	Menghasilkan <i>prototype</i> sistem informasi Customer Relationship Management yang sesuai dengan iterasi nomor 2. <i>Prototype</i> sudah dianggap baik.	Menambahkan fitur pengelolaan paket wisata serta menambahkan tampilan untuk menampilkan total pengunjung, grafik paket wisata, dan instansi pengunjung.

Pada tabel 5 dapat dilihat bahwa iterasi dilakukan sebanyak tiga kali dalam penelitian ini. Dengan penjelasan sebagai berikut.

Pada Iterasi pertama pada tanggal 25 September 2020 dengan Pak Doto. Pada iterasi ini memperoleh informasi mengenai kebutuhan yang diperlukan dalam sistem.

Spesifikasi dari kebutuhan sistem tersebut berupa fitur data konsumen, data kritik & saran serta rating tingkat kepuasan konsumen.

Pada Iterasi kedua yang dilaksanakan pada tanggal 27 Oktober 2020 dengan Pak Doto. Pada iterasi ini menghasilkan *prototype* sistem informasi Customer Relationship Management yang sesuai dengan iterasi nomor 1. Pada hasil *prototype* tersebut, narasumber meminta untuk diberikan penambahan fitur, yaitu fitur pengelolaan paket wisata serta menambahkan tampilan untuk menampilkan total pengunjung, grafik paket wisata, dan instansi pengunjung.

Pada Iterasi terakhir, yaitu iterasi ketiga yang dilaksanakan pada tanggal 21 November 2020 dengan Pak Doto setelah membuat *prototype* sistem informasi Customer Relationship Management yang sesuai dengan iterasi nomor 2, *prototype* sudah dianggap baik dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Berdasarkan rangkaian iterasi yang dilakukan pada penelitian ini, menghasilkan *prototype* yang sesuai dengan kebutuhan pengurus Desa Wisata Pentingsari yang dapat dimanfaatkan untuk membantu mengelola data konsumen pada Desa Wisata Pentingsari.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembuatan *prototype* Sistem Informasi Customer Relationship Management, wawancara dan iterasi yang dilakukan dengan Pak Doto dapat diambil kesimpulan, sebagai berikut:

1. *Prototype* Sistem Informasi Customer Relationship Management sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna. Karena sudah memuat fitur data konsumen, data kritik & saran serta rating tingkat kepuasan konsumen, dan fitur pengelolaan paket wisata serta menambahkan tampilan untuk menampilkan total pengunjung, grafik paket wisata, dan instansi pengunjung yang dapat dimanfaatkan untuk membantu menyelesaikan masalah pengolahan data konsumen pada Desa Wisata Pentingsari.
2. Dengan adanya *prototype* sistem informasi Customer Relationship Management diharapkan dapat membantu pengurus Desa Wisata Pentingsari untuk meningkatkan fasilitas dan pelayanan serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

VI. REFERENCES

- [1] M. B. Maulana, Slamin and O. Juwita, "Rancang Bangun Aplikasi Customer Relationship Management (CRM) Untuk Identifikasi Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Agen Mastrip Jember Menggunakan Metode K-Means Clustering," *Informatics Journal*, vol. 2, no. 2, pp. 92-100, 2017.
- [2] G. R. Erlangga, F. Renaldi and P. N. Sabrina, "Pembangunan Sistem Informasi Customer Relationship Management Pada PT. Jendela Alam," *Seminar Nasional Informatika dan Aplikasinya (SNIA) 2019*, pp. C-29 - C-32, 26 September 2019.
- [3] U. Deti, "RANCANG BANGUN APLIKASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) BERBASIS WEB PADA PT. GATRA CITRA KENCANA TOUR & TRAVEL," UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, JAKARTA, 2011.
- [4] E. Prastiwi, "RANCANG BANGUN CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) UNTUK PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN PADA WILDAN SALON DAN WEDDING PARTY," Universitas Nusantara PGRI Kediri, Kediri, 2016.
- [5] F. A. Burhan, "Selama 2018, Kunjungan Wisatawan ke Desa Wisata Stabil," *Harianjogja Digital Media*, Yogyakarta, 2019.
- [6] K. Wijaya, "Rancang Bangun Sistem Informasi Perpustakaan Menggunakan Java (Netbeans 7.3)," *SISFOKOM*, vol. 8, no. 1, pp. 53-60, 2019.
- [7] A. Syarifudin and N. Ani, "Rancangan Sistem Informasi Pengajuan dan Pelaporan Tunjangan Kinerja Kementerian Keuangan Menggunakan Metode Prototype," *SISFOKOM*, vol. 8, no. 2, pp. 149-158, 2019.
- [8] D. Purnomo, "Model Prototyping Pada Pengembangan Sistem Informasi," *Jurnal Informatika Merdeka Pasuruan*, vol. 2, no. 2, pp. 54-61, 2017.

Perancangan Sistem Informasi Customer Relationship Management Desa Wisata Pentingsari Menggunakan Metode Prototyping

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

adoc.tips

Internet Source

2%

2

garuda.ristekbrin.go.id

Internet Source

1%

3

Abednego Dwi Septiadi, Luky Sufra Alfarizi.

"Pemanfaatan E-KTP Sebagai Alat Bantu

Sistem Kehadiran Pegawai dalam

Penanggulangan Penyebaran Covid-19",

MATRIK : Jurnal Manajemen, Teknik

Informatika dan Rekayasa Komputer, 2020

Publication

1%

4

doku.pub

Internet Source

1%

5

jurnal.atmaluhur.ac.id

Internet Source

1%

6

123dok.com

Internet Source

1%

7	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
8	sistemasi.ftik.unisi.ac.id Internet Source	1%
9	jurnal.iaii.or.id Internet Source	1%
10	id.123dok.com Internet Source	1%
11	portalgaruda.ilkom.unsri.ac.id Internet Source	1%
12	masbudyono.com Internet Source	1%
13	pt.scribd.com Internet Source	1%
14	publikasi.dinus.ac.id Internet Source	1%
15	Nofiyani Nofiyani, Yesi Puspita Dewi. "Perancangan Prototipe Aplikasi Customer Relationship Management (CRM) Berbasis SMS Gateway Untuk Mendukung Proses Penyetaraan Mahasiswa Pada Universitas Budi Luhur", Prosiding Seminar Nasional Riset Information Science (SENARIS), 2019 Publication	<1%

16

zombiedoc.com

Internet Source

<1%

17

Submitted to Universitas Brawijaya

Student Paper

<1%

18

Submitted to Universitas Putera Batam

Student Paper

<1%

19

www.repository.trisakti.ac.id

Internet Source

<1%

20

library.binus.ac.id

Internet Source

<1%

21

konsultaskripsi.com

Internet Source

<1%

22

link.narotama.ac.id

Internet Source

<1%

23

Submitted to Binus University International

Student Paper

<1%

24

docplayer.info

Internet Source

<1%

25

repository.poliupg.ac.id

Internet Source

<1%

26

journal.ubaya.ac.id

Internet Source

<1%

27

Submitted to Unika Soegijapranata

Student Paper

<1%

28

eprints.unm.ac.id

Internet Source

<1%

29

lib.ibs.ac.id

Internet Source

<1%

30

eprints.dinus.ac.id

Internet Source

<1%

31

repository.ubharajaya.ac.id

Internet Source

<1%

32

eprints.iain-surakarta.ac.id

Internet Source

<1%

33

jurnal.upnyk.ac.id

Internet Source

<1%

34

kumpulanskripsiekonomis1.wordpress.com

Internet Source

<1%

35

repository.radenintan.ac.id

Internet Source

<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

Perancangan Sistem Informasi Customer Relationship Management Desa Wisata Pentingsari Menggunakan Metode Prototyping

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7
