



PENERAPAN SISTEM CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) CV.GALERY ART BERBASIS WEB MENGUNAKAN SUGARCRM

¹Ferdi Nur Praptomo (09018270), ²Ali Tarmuji (0014107302)

Program Studi Teknik Informatika
Universitas Ahmad Dahlan

Jl. Prof. Dr. Soepomo, Telp. (0274) 379418

¹Email : ferdinur46@gmail.com¹, alitarmuji@tif.uad.ac.id²

ABSTRAK

CV. Galery art menyediakan bermacam-macam jenis mebel, kusen dan joglo. CV. Galery art memiliki banyak customer yang tidak hanya berasal dari kota Yogyakarta, tetapi juga berasal dari kota-kota lain di luar kota Yogyakarta. Salah satu kendala yang dihadapi CV. Galery art saat ini adalah bagaimana memberikan informasi dari dan kepada customer dengan cepat.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi dan studi pustaka. Setelah data dikumpulkan dilakukan analisis kebutuhan sistem dan perancangan sistem yang meliputi perancangan proses, perancangan database, perancangan struktur menu dan perancangan interface. Selanjutnya implementasi sistem dengan bahasa pemrograman PHP dan data base MySql. Setelah aplikasi dihasilkan maka dilakukan uji program dengan Black Box Test dan Alpha Test.

Hasil dari penelitian ini adalah sebuah Sistem crm CV. Galery art Berbasis Web yang dapat memberikan pengelolaan tentang data customer. Hasil pengujian Black Box Test diperoleh 100% responden menjawab bahwa sistem informasi ini layak dan dapat dipergunakan. Dari pengujian Alpha Test diperoleh 45% sangat setuju, 55% setuju, 0% kurang setuju dan tidak setuju

Kata Kunci : manajemen hubungan pelanggan, sistem crm dan CV. Galery art, sugarCRM.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis sekarang tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga melihat dari segi kualitas layanan, yang lebih mendorong pelanggan untuk membeli produk atau menggunakan solusi yang kita tawarkan. Tidak berarti produk yang dipasarkan boleh yang tidak bermutu, terutama jika produk yang ditawarkan memiliki pesaing yang kurang lebih sama. Berbeda terhadap produk-produk yang secara esensial bersifat unik, bermutu tinggi dan memiliki diferensiasi yang kuat, sehingga pelanggan akan memiliki nilai yang jelas, meskipun ada produk-produk yang sejenis.

Kualitas layanan tetap menjadi sesuatu yang sangat penting, dalam menghadapi pelanggan yang membutuhkan *level of excellence* yang tinggi.

Pelayanan yang bermutu tinggi yang berarti mampu memberikan keselarasan terhadap kebutuhan pelanggan secara esensial, baik pelanggan kelas atas, menengah bahkan bawah sekalipun membutuhkan pelayanan yang baik dan bermutu, hanya saja tingkatannya yang berbeda-beda. Jika diamati sesungguhnya inti persaingan saat sekarang ini lebih pada bagaimana perusahaan menyadari betul siapa target market yang disasarinya, seberapa tinggi kualitas produknya. Yang tak kalah pentingnya adalah seberapa tinggi *value* yang mampu diberikannya kepada customer dan bagaimana dia memperlakukan customer dari hari ke hari. Melalui CRM (*Customer Relationship Management*), perusahaan dapat mengetahui lebih dalam sejauh mana memanfaatkan sistem CRM basis web dalam dunia bisnis sekarang dan bagaimana cara perusahaan-perusahaan dapat meningkatkan penjualannya serta mengetahui pelanggannya lebih baik, sehingga mampu melayani mereka dengan lebih baik. Penggunaan perangkat lunak komputer untuk mengelola pelanggan atau CRM (*Customer Relationship Management*) telah menjadi kebutuhan banyak perusahaan, salah satunya untuk mengatasi masalah manajemen hubungan pelanggan yang dialami oleh CV. Galery Art. Salah satu aplikasi CRM yang telah dipilih banyak perusahaan adalah SugarCRM, karena lisensi SugarCRM bisa dimodifikasinya agar sesuai kebutuhan perusahaan. Diperlukan penelitian dengan analisis mendalam untuk kasus penerapan sistem crm menggunakan sugarCRM di CV. Galery Art.

Perusahaan tempat pelaksanaan penelitian ini adalah CV.Galery art, yang terletak di Jetis Tirtomulyo Kretek Bantul Yogyakarta. CV.Galery art menyediakan bermacam-macam jenis mebel, kusen dan joglo. CV.Galery art memiliki banyak customer yang tidak hanya berasal dari kota Yogyakarta, tetapi juga berasal dari kota-kota lain di luar kota Yogyakarta. Salah satu kendala yang dihadapi CV.Galery art saat ini adalah belum melakukan pengelolaan hubungan pelanggan dengan baik, bagaimana memperoleh dan memberikan informasi dari dan kepada customer dengan cepat dan Pengelolaan pelanggan CV.Galery art masih dilakukan secara manual sehingga pengelolaan berjalan kurang baik sehingga data-data penting pelanggan sering diabaikan. Maka diperlukan suatu sistem crm berbasis web yang dapat diakses secara *online*.

2. LANDASAN TEORI

2.1 CRM (*Customer Relationship Management*)

Customer Relationship Management (CRM) adalah suatu strategi inti dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi-fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para konsumen sasaran secara profitabel. (Francis Buttle, 2007 : 48) Customer Relationship Management (CRM) merupakan proses mengelola informasi rinci tentang masing-masing pelanggan dan secara cermat mengelola semua “titik sentuhan” pelanggan demi memaksimalkan kesetiaan pelanggan. (Amin Wijaya Tunggal, 2008 : 45) Menurut Kalakota dan Robinson (2001), CRM adalah fungsi terintegrasi strategi penjualan, pemasaran dan pelayanan yang bertujuan untuk meningkatkan pendapat dari kepuasan pelanggan.[4]

2.2 WEB

Website merupakan kumpulan halaman *web* yang saling terhubung dan file-filenya saling terkait. *Web* terdiri dari *page* atau halaman, dan kumpulan halaman yang dinamakan *homepage*. *Homepage* berada pada posisi teratas, dengan halaman-halaman terkait berada di bawahnya. Biasanya setiap halaman di bawah homepage disebut *child page*, yang berisi *hyperlink* ke halaman lain dalam *web*. *Website* awalnya merupakan suatu layanan sajian informasi yang menggunakan konsep *hyperlink*, yang memudahkan *surfer* atau pengguna internet melakukan penelusuran informasi di internet. Informasi yang disajikan dengan *web* menggunakan konsep multimedia, informasi dapat disajikan dengan menggunakan banyak media, seperti *teks*, gambar, animasi, suara, atau film. Berdasarkan pengertian di atas dapat kita ambil kesimpulan *webside* adalah suatu layanan informasi yang saling terhubung antara halaman *web* dan filenya. [9]

2.3 SugarCRM

SugarCRM adalah pemimpin penyedia aplikasi komersial kelas dunia untuk aplikasi manajemen hubungan pelanggan (*Customer Relationship Management/CRM*) dan yang terbaik di lingkungan Open Source. SugarCRM dapat digunakan oleh berbagai ukuran perusahaan, dari perusahaan kecil hingga perusahaan besar. Dalam pengembangannya SugarCRM melibatkan banyak narasumber dari mulai operator pengguna aplikasi CRM, para pelanggan, pengembang, dan para ahli yang menyatukan kebutuhannya, opini, serta pengalaman kedalam solusi SugarCRM. SugarCRM dapat dengan mudah beradaptasi pada berbagai lingkungan bisnis dengan menawarkan banyak fleksibilitas, alternatif biaya yang murah, hingga ke solusi *property* atau berbayar. Arsitektur Open Source SugarCRM memungkinkan setiap perusahaan dengan mudah mengubah atau menyesuaikan dan mengintegrasikan bisnis proses pelanggan demi mencapai tujuan membangun dan memelihara hubungan pelanggan yang lebih menguntungkan [13].

3. METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Obyek Pelaksanaan penelitian dilakukan di CV. Galery Art yang bertempat di kretek bantul yogyakarta. Dan waktu pelaksanaan penelitian di lakukan mulai Januari 2015 sampe dengan Maret 2015.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam memperoleh data yang diinginkan melalui pengumpulan data dengan metode pengumpulan data yang terdiri dari :

1. Observasi p

Observasi dilakukan pada tanggal 15 Febuari 2015 dan bertemu dengan pemilik langsung cv galery art. Observasi yang dilakukan yaitu mengamati proses penyampaian informasi yang di berikan kepada konsumen dari bagian marketing baik melalui percakapan langsung

dengan konsumen atau melalui telephon seperti : jenis-jenis mebel, harga serta model terbaru.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan pada tanggal 28 Febuari 2015 dan bertemu langsung dengan pemilik langsung cv galery art dan melakukan wawancara pada pihak yang berkaitan dengan alur permasalahan.

3. Studi pustaka

Studi pustaka yang dilakukan dengan cara membaca, mempelajari buku-buku literature dan website-website referensi serta catatan-catatan yang ada kaitanya dengan pembahasan masalah di dalam penulisan ini. Adapun buku-buku serta *website* yang menjadi referensi di cantumkan dalam daftar pustaka.

3.3 Tahapan Penelitian

3.3.1 Analisis customer relationship management

Pengembangan sistem pada penelitian ini menggunakan modifikasi metode *waterfall*. Metode ini melakukan pendekatan secara sistematis dan urutan dari level kebutuhan sistem menuju ketahap analisis, desain, *coding*, *testing*, dan *maintenance*. Modifikasi metode *waterfall* tiap tahapnya digambarkan seperti layaknya air terjun yang jatuh tiap undukan, tahap satu selesai langsung ketahap berikutnya. Modifikasi ini dilakukan untuk menghindari kesalahan prosedur yang tidak diinginkan selama pengembangan perangkat lunak. Proses pengembangan sistem diartikan sebagai sekumpulan aktivitas, metode, best practice, deliverable, dan tools-tools otomatis yang digunakan *stakeholder* untuk mengembangkan sistem informasi dan software secara continue, artinya pengembangan yang dilakukan secara bertahap dari hal-hal yang menjadi kendala sistem sampai hal-hal yang menjadi kebutuhan sistem. Metode pengembangan sistem yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode berorientasi objek dengan model pengembangan Rapid Application Development (RAD) yang memiliki tahapan-tahapan berikut (Kendall dan Kendall, 2008):

1) Requirements Planning

Dalam tahap ini akan diketahui apa saja yang menjadi kebutuhan sistem yaitu dengan mengidentifikasi kebutuhan informasi dan masalah yang dihadapi untuk menentukan tujuan, batasan-batasan sistem, kendala dan juga alternatif pemecahan masalah. Analisis digunakan untuk mengetahui perilaku sistem dan juga untuk mengetahui aktivitas apa saja yang ada dalam sistem tersebut. Pada tahapan ini dipaparkan mengenai latar belakang dan visi misi CV. Galery Art Penjelasan proses kegiatan operasional yang sedang berjalan dengan menggunakan rich picture untuk mengetahui proses bisnis yang ada serta memperjelas dan menemukan kelemahan-kelemahan pada sistem yang sedang berjalan pada saat ini. Selain itu juga menggambarkan mengenai kebutuhan-kebutuhan untuk pembangunan Sistem Informasi e-business berbasis customer relationship management. Mulai dari pembuatan sistem, kebutuhan fungsional, kebutuhan nonfungsional dan kebutuhan user. Lalu dilakukan pula

cause and effects analysis. Dari rich picture dan cause and effects analysis tersebut akan didapatkan masalah yang terjadi didalam perusahaan.

2) Design Workshop

Mengidentifikasi solusi alternatif dan memilih solusi yang terbaik. Kemudian membuat desain proses bisnis dan desain pemrograman untuk data-data yang telah didapatkan dan dimodelkan dalam arsitektur sistem informasi. Tujuan dari tahap ini adalah untuk menganalisis masalah utama, membangun dasar arsitektur, menentukan rencana proyek, mendapatkan gambaran umum kebutuhan, persyaratan dan fungsi-fungsi utama perangkat lunak. Tools yang digunakan dalam pemodelan sistem adalah UML (Unified Model Language).

3) Implementation

Sistem diimplementasikan (coding) ke dalam bentuk yang dimengerti oleh mesin yang diwujudkan dalam bentuk program atau unit program. Tahap implementasi sistem merupakan tahap meletakkan sistem supaya siap untuk dioperasikan. Setelah rancangan sistem selesai dibuat, tahapan selanjutnya ialah dengan mengimplementasikan rancangan diagram yang telah dibuat dalam bentuk sistem jadi. Tahapan ini dilakukan pengkodean program. Setelah sistem selesai maka dilakukanlah tahapan ini yaitu pengujian sistem untuk mengetahui apakah sistem telah sesuai dengan yang diinginkan. Dilakukan sebuah uji coba sistem yang telah diverifikasi sebelumnya melalui pengujian akan menghasilkan sebuah software yang sudah dapat digunakan oleh end user

3.3.2 Perancangan system

Tahap perancangan akan menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan kedalam representasi perangkat lunak. Langkah-langkah yang dilakukan dalam tahap perancangan adalah sebagai berikut:

1. Perancangan proses
2. Perancangan database
3. Perancangan *user interface*

3.3.3 Implementasi

Tahap implementasi sistem dilakukan dengan menerapkan hasil rancangan yang telah dibuat kedalam bentuk kode bahasa pemrograman. Implementasi sistem pada penelitian ini dilakukan menggunakan bahasa pemrograman *PHP* dengan basis data yang digunakan adalah *MySql*.

- a. Implementasi database.
- b. Implementasi program.

3.3.4 Pengujian (*testing*)

Setelah perangkat lunak diimplementasikan menggunakan bahasa pemrograman, perangkat lunak akan diuji pada tahap pengujian sistem. Pengujian bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kesesuaian antara tujuan penelitian dengan hasil akhir sistem. Pengujian dilakukan menggunakan teknik Black Box Test dan Alpha Test.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil CV. Gallery Art

CV. Galery Art merupakan sebuah home industry yang bergerak di bidang *property* mebel dan penjualan mebel (full service). Penyedia jasa pembuatan mebel seperti kursi, meja, almari, kusen, pintu dan segala *property* yang terbuat dari kayu. Selain itu CV. Galery Art menekankan pada art seperti sepatu (art shoes) dan tas (art bag) yang masing-masing order dapat di design menurut permintaan customer sendiri. Home industry ini didirikan pada bulan Oktober tahun 2009. Hingga akhirnya usaha ini terus mendapatkan apresiasi yang tinggi dari para konsumernya sampai sekarang. CV. Galery Art berlokasi di Jalan parangtritis km23 tepatnya dusun jetis tirtomulyo kretek bantul yogyakarta. Pada tanggal 23 Februari 2010, pertumbuhan pelanggan CV. Galery art mencapai sebesar 47% menjadi 866 pelanggan

4.2 Visi dan misi

4.2.1 Visi

Menjadi *Trend Setter* mengandung arti bahwa CV. Galery Art bergerak dalam bisnis yang mengungguli kreatifitas dan dapat diminati bahkan menjadi salah satu acuan dalam dunia mebel. Semula layanan yang diberikan hanyalah pesanan, namun berkembang mencakup penjualan yang kemudian disebut juga *full of art include CV. Galery art. Leading Trend Setter in the World* berarti bahwa CV. Galery Art berupaya untuk menempatkan diri sebagai CV *Trend Setter* terkemuka di Indonesia dan akan berlanjut ke kawasan asia.

4.2.2 Misi

Competitive Price berarti CV. Galery Art menjamin bahwa pelanggan akan mendapatkan layanan terbaik berupa memberikan kemudahan dalam pelayanan kepada pelanggan untuk melakukan pembelian produk dan hasil yang berkualitas dengan harga kompetitif. Kualitas dari CV. Galery Art pun sudah teruji dengan banyaknya order dan beragam testimonial dari para customer. Mengutamakan mutu tanpa harus mengeluarkan *budget* yang maksimal dengan meminimalkan *Price* dan mengutamakan kualitas, CV. Galery Art hadir untuk para customer pencinta *property* mebel untuk memuaskan keinginan para pelanggan setia yaitu dengan layanan prima yang memberikan kepuasan kepada pelanggan melebihi apa yang diinginkan oleh pelanggan. *Managing Business through Best Practices, Technology and Synergizing Business Partners* berarti CV. Galery Art akan mengelola bisnis melalui pelatihan terbaik dengan mengoptimalkan hasil yang unggul, penggunaan teknologi yang kompetitif serta membangun kemitraan yang saling menguntungkan dan saling mendukung secara sinergis. CV. Galery Art sangat mengutamakan ketepatan waktu dalam pengerjaannya, dibantu dengan pekerja yang berpengalaman dengan menempatkan seseorang sesuai keahliannya (*the right man in the right place*), serta Owner yang memiliki High mindset untuk berkembang.

4.3 Analisis customer relationship management

Mengidentifikasi lima tahapan penting dalam pengembangan penerapan sistem CRM. Analisis *customer relationship management* diperlukan dalam penerapan sistem CRM.

1. Analisis portofolio pelanggan
2. Keintiman pelanggan
3. Pengembangan jaringan antar perusahaan
4. Pengembangan proposisi nilai
5. Mengelola siklus hidup pelanggan

4.4 Analisis kebutuhan system

Setelah dilakukan pengumpulan data, dapat dibuat analisis mengenai sistem yang akan dibuat. Pada tahap ini akan dilakukan analisis kebutuhan fungsional dan kebutuhan nonfungsional.

1. Analisis Kebutuhan Fungsional

Kebutuhan fungsional dari sistem CRM berbasis web menjelaskan mengenai layanan apa saja yang disediakan oleh sistem untuk memudahkan user dalam menggunakannya. Seperti kemampuan sistem dalam menyediakan fungsi-fungsi yang diinginkan dan dimengerti user. Kebutuhan fungsional dari sistem CRM berbasis web adalah sebagai berikut:

- a. Sistem dapat menyediakan sebuah form pemesanan yang berisi detail data pesanan customer, data customer dan jumlah design pesanan yang diinginkan. Form tersebut dapat diisikan secara online yang kemudian data akan diverifikasi oleh admin yang pertanda pesanan tersebut telah disetujui.
- b. Customer dapat mengetahui langsung pesanan yang telah disetujui oleh CV. Galery Art yang akan dikirim via email, selain itu juga admin akan memberikan waktu pengiriman barang kepada customer.
- c. Sistem menyediakan proses transaksi pembayaran secara online yaitu melalui ATM maupun electronic banking.
- d. Sistem dapat memvalidasi pembayaran yang telah dilakukan oleh customer berupa kwitansi pembayaran sebagai tanda bukti telah melakukan pembayaran pesanan.
- e. Sistem menyediakan sebuah grafik mengenai kenaikan jumlah customer dan pangsa pasar yang dapat dijadikan tolak ukur oleh manajemen dalam mengembangkan kinerja.
- f. Sistem menyediakan form pencarian yang memudahkan user dalam mencari informasi dengan cepat.
- g. Sistem menyediakan fasilitas pengecekan pesanan bahan baku dalam warehouse dan supplier dapat melakukan pengiriman bahan baku setelah mendapat konfirmasi dari CV. Galery Art. Sistem menyediakan fasilitas jadwal produksi untuk mengetahui tanggal dimulainya produksi dilakukan sampai selesai hingga dilakukan pengiriman agar diperoleh ketepatan waktu.
- h. Sistem menyediakan status pengiriman yang dilakukan oleh shipping Control agar customer dapat mengetahui status pengiriman untuk memperoleh kepuasan tepat waktu pengiriman barang.

2. Analisis Kebutuhan Non Fungsional

Sedangkan kebutuhan non-fungsional sistem CRM berbasis web meliputi kebutuhan produk, kebutuhan organisasional dan kebutuhan eksternal sistem. Karena penulisan skripsi ini hanya analisis dan pembuatan sistem saja, penjelasan lengkap mengenai kebutuhan non-fungsional untuk kebutuhan eksternal mencakup privasi sistem, keamanan sistem, legalitas sistem serta kinerja dari sistem. Penjelasan dari kebutuhan eksternal adalah sebagai berikut:

- a. Dilengkapi usernamedan password pada sistem e-Business berbasis CRM juga pada database demi keamanan data dari hacker dan sniffer.
- b. Setiap user memiliki username dan password sendiri yang memiliki hak aksesnya masing-masing.
- c. Sistem dapat menginformasikan berupa alert atau peringatan jika ada kesalahan dalam melakukan login maupun pada pengisian data.

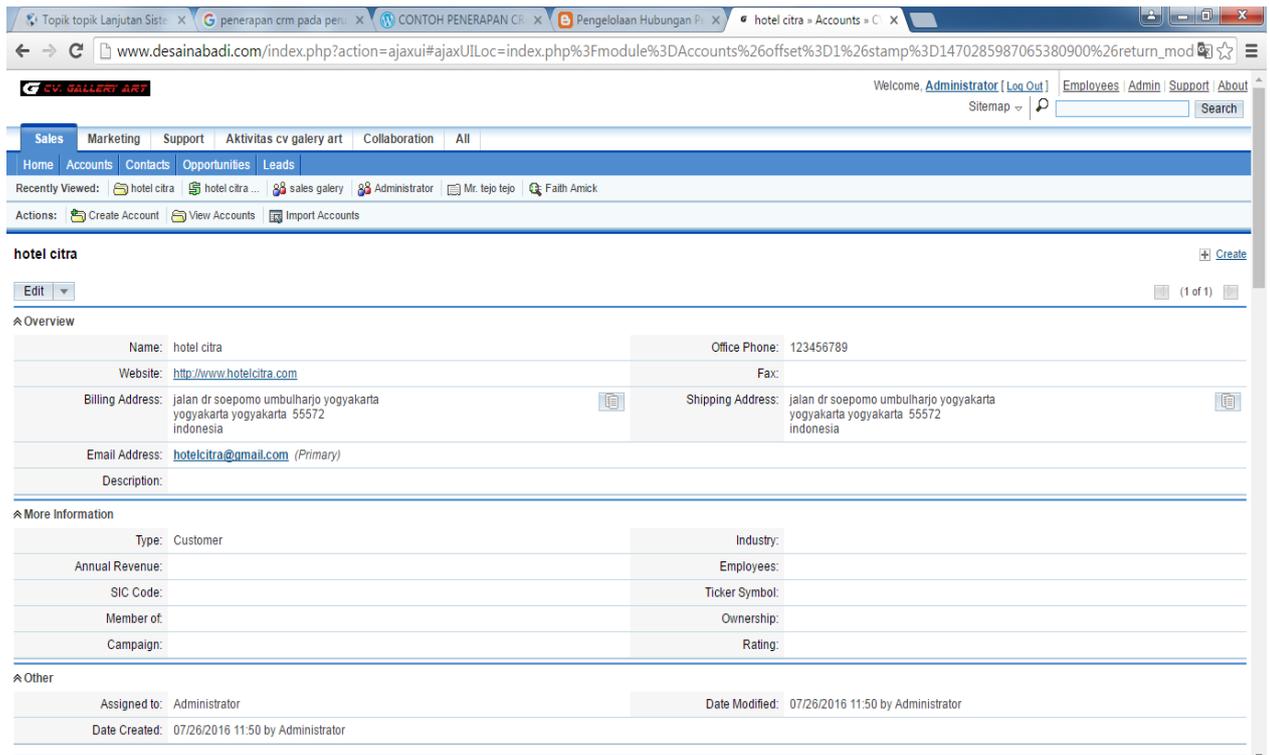
4.5 Implementasi

Untuk memahami masalah yang dialami oleh cv gallery art maka akan diimplementasikan kedalam scenario yang dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya. Kemudian dari scenario barulah diimplementasikan pada tools SugarCRM. Berikut scenario yang ada :

1. hotel citra akan mengadakan pembaharuan meja tamu dan memesan ke cv gallery art untuk bulan ini. Hotel citra akan memesan 1 set meja tamu dan setelah melakukan perundingan akhirnya didapat kesepakatan harga sebesar Rp. 5.000.000. di awal pihak hotel citra membayar uang muka sebesar Rp.2.500.000. dahulu dan sisanya di bayar setelah barang selesai

Dari scenario diatas, akan mencontohkan scenario yang pertama untuk diimplementasikan dalam SugarCRM. Dalam hal ini saya akan menganalisa pengelolaan keuntungan, aktivitas CV gallery art, komunikasi dengan pelanggan, menganalisa calon pelanggan yang berpotensi dan produk catalog yang memberikan informasi akurat kepada pelanggan yang didapatkan dari pelanggan serta melakukan pengelolaan pelanggan. Berikut langkah-langkahnya :

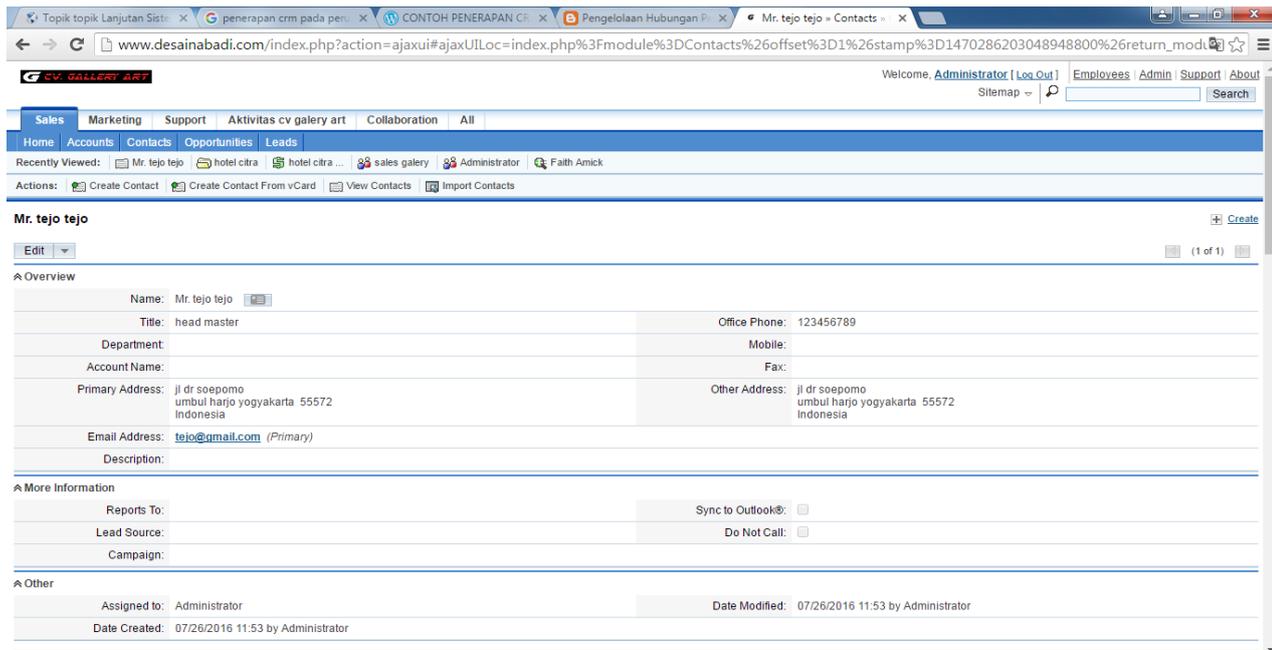
- a. Masuk pada menu Account, kemudian isikan form yang tersedia misalkan hotel citra. Hasilnya seperti gambar 1.5 di bawah ini :



Gambar 1.5 . menu account sugarCRM CV. Galery Art

Dari keterangan gambar diatas barulah bisa mengisi form lengkap mengenai hotel citra. Misalkan bisa mengisi tentang nama account misalkan hotel citra, nama, alamat lengkap, no telfon, alamat website, email, keterangan untuk account hotel citra. Setelah form keterangan terisi data lengkap semua baru kita save.

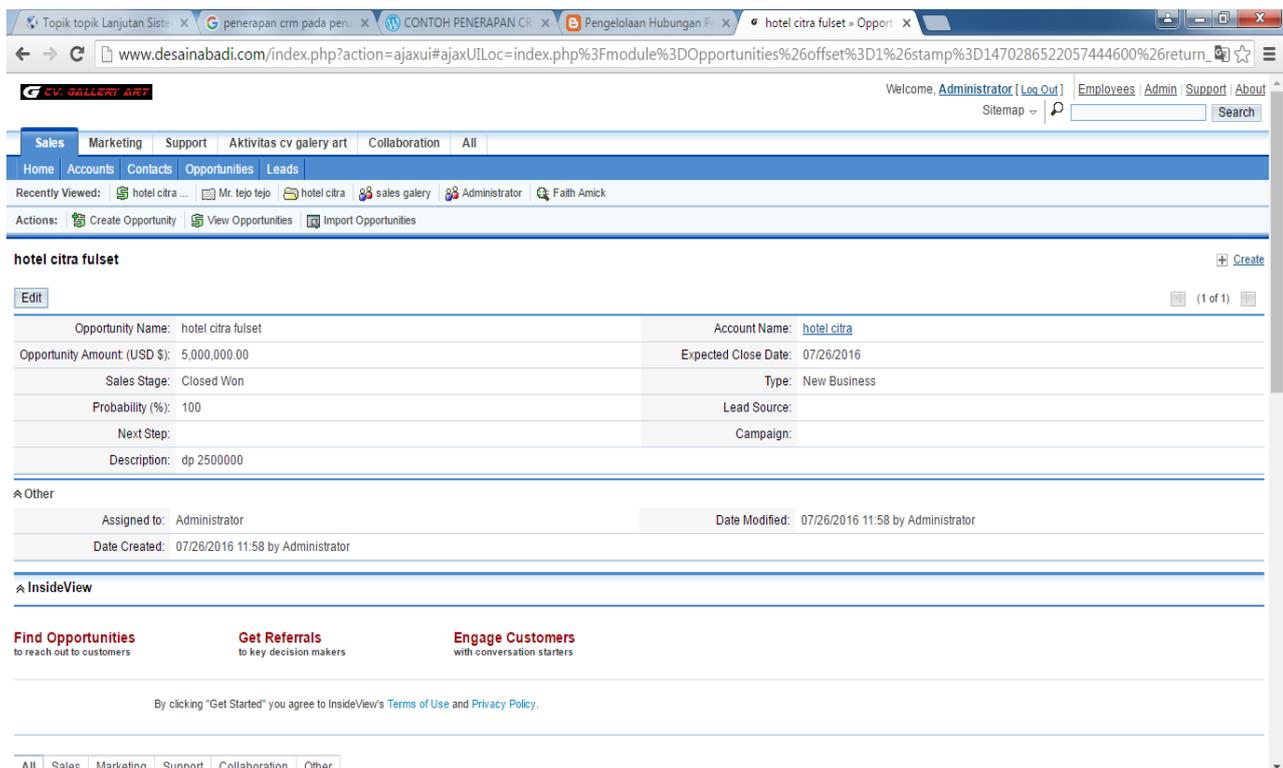
- b. Setelah Account dibuat, barulah kita membuat Contact. Contact adalah data seseorang yang berkaitan dengan instansi (Account) yang dimaksud. Jadi antara Account dan Contact haruslah relevan, karena kedua data tersebut saling terintegrasi misalnya saya masukan nama tejo dari instansi hotel citra. Hasilnya bisa di lihat gambar 1.6.



Gambar 1.6 . menu contact sugarCRM CV. Galery Art

Contact data form harus terisi sesuai instansi yang berkaitan mislkan hotel citra. Dari form diatas bisa di isi nama lengkap, alamat, no telephone, email, status dihotel citra setelah itu baru di save

- c. Barulah dibuat Opportunity yang bertujuan untuk mengetahui laba yang didapat oleh perusahaan CV. Galery Art dari pelanggan. Untuk keterangan jelasnya bisa di lihat gambar 1.7.



Gambar 1.7. menu Opportunity sugarCRM CV. Galery Art

Sedikit penjelasan yaitu pada bagian Sales Stage. Sales Stage merupakan tahapan sudah sampai dimana proses bisnis atau transaksi antar perusahaan dengan pelanggan keuntungan yang didapat hotel citra 100%. Dari hasil scenario, didapati bahwa CV.Galery artl mengalami kemajuan dalam hal mengelola pelanggan karena CV.Galery art sudah dengan baik memanfaatkan pembuatan data pelanggan menggunakan SugarCRM. Selain itu CV.Galery art juga sudah melakukan pencatatan pendapat dengan metode komputasi, jadi hasil setiap dari transaksi dapat tercatat dengan baik dan rapi serta hasil laba ruginya bisa terlihat.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada Sistem crm CV. Galery art berbasis Web di jetis tirtomulyo kretek bantu Yogyakarta dapat disimpulkan bahwa :

- a. mampu memberikan informasi kepada customer mengenai pemesanan barang.
- b. telah teruji sehingga layak di gunakan oleh CV. Galery Art.
- c. Berdasarkan dari hasil pengujian dengan metode *Black Box Test* dan *Alpha Test*, CV. Galery art berbasis Web dapat berjalan dengan baik.

6. DAFTAR PUSTAKA

- [4] Kalakota, R. dan Robinson, M. (2001), *E-Business 2.0 Roadmap for Success*, Massachusetts: Addison Wesley Longman Inc.,.
- [9] Kadir, Abdul 2000, *Pengertian website*, Andi Offset, Yogyakarta.
- [13] SugarCRM Inc. (2013). Linux Installation, support.sugarcrm.com/02_Documentation/01_Sugar_Editions/05_Sugar_Community_Edition/Sugar_Community_Edition_6.5/Sugar_FastStack_Installation_Guide_6.5.0/03_Linux_FastStack/, diakses terakhir pada 17 Januari 2016.