

Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) Melalui Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Toko Souvenir Esther Craft)

Dita Aulia Oktavian¹, Dodik Arwin Dermawan²

Manajemen Informatika, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya
Jl. Ketintang, Ketintang, Kec. Gayungan, Kota Surabaya, Jawa Timur 60231

dita.20020@mhs.unesa.ac.id

dodikdermawan@unesa.ac.id

Abstrak— Toko souvenir Esther Craft merupakan bisnis yang menjual berbagai macam produk untuk acara pernikahan seperti, mahar, ringbox, souvenir, dan bahan-bahan craft. Namun, saat ini proses pemesanan masih dilakukan dengan datang langsung ke toko dan terdapat kendala dalam mengelola data dikarenakan masih menggunakan cara manual. Oleh karena itu, perlu dikembangkan sistem informasi penjualan berbasis web yang bertujuan untuk penerapan sebuah *Customer Relationship Management* (CRM) yang dapat membantu pelayanan lebih optimal terutama saat pengelolaan data, akses informasi produk, dan penyampaian kritik dan saran sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini, pengembangan sistem dilakukan menggunakan metodologi *Rapid Application Development*, bahasa pemrograman PHP, Laravel, dan MySQL. Pengujian sistem menggunakan *blackbox testing*. Hasil dari pengujian ini diharapkan sistem dapat berjalan dengan baik secara fungsional dan siap untuk digunakan dalam mengoptimalkan pelayanan pada Toko Esther Craft.

Kata kunci— Sistem Informasi Penjualan, *Customer Relationship Management*, RAD, Toko Souvenir, Laravel.

Abstract— Esther Craft Souvenir Shop is a business that sells a variety of products for wedding events, such as dowries, ring boxes, souvenirs, and craft materials. Currently, orders are made by visiting the shop directly, and there are challenges in managing data because it is still done manually. Therefore, a web-based sales information system needs to be developed to implement *Customer Relationship Management* (CRM) that can help optimize services, especially in data management, product information access, and the delivery of feedback and suggestions, thereby increasing customer satisfaction. In this study, the system development is carried out using the *Rapid Application Development* methodology, PHP programming language, Laravel, and MySQL. System testing uses *blackbox testing*. The results of this testing are expected to show that the system functions well and is ready to be used to optimize services at Esther Craft Shop.

Keywords—Sales Information System, *Customer Relationship Management*, RAD, Souvenir Shop, Laravel.

I. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi membuat manusia untuk melakukan perubahan dengan cepat, dengan tujuan meningkatkan kualitas pelayanan[1]. Di era teknologi saat ini, akses internet menjadi sangat mudah dan sudah menjadi kebutuhan bagi semua orang. Internet memungkinkan informasi untuk diakses dengan mudah dan praktis kapanpun dan dimanapun. Salah satu contohnya adalah promosi yang dilakukan melalui jejaring sosial dan penggunaan website. Metode konvensional kini mulai ditinggalkan dan digantikan oleh model digital dan elektronik berkat kemudahan akses internet. Fenomena ini terlihat pada pasar yang mulai beralih ke marketplace atau pasar online[2].

Melalui website, transaksi antara penjual dan pembeli dapat dilakukan dengan lebih mudah, praktis, dan efisien[3]. Pembeli dan penjual dapat bertransaksi tanpa perlu bertemu langsung, cukup dengan mengunjungi website. Hal ini menyebabkan pergeseran dari model konvensional ke model online. Banyak kebutuhan, termasuk kebutuhan pernikahan, kini bisa didapatkan melalui pasar online.

Esther Craft adalah usaha yang menjual kebutuhan pernikahan seperti mahar, ringbox, souvenir, dan bahan-bahan craft[4]. Saat ini, sistem pemesanan masih kurang efektif karena pelanggan harus menghubungi admin melalui WhatsApp atau datang langsung ke toko untuk melakukan pemesanan dan melihat detail produk. Selain itu, tidak ada fasilitas bagi pelanggan untuk melihat dan memberikan ulasan mengenai kualitas produk. Promosi dan penjualan juga mengalami kendala karena kurangnya media transaksi pemesanan di toko tersebut[5]. Sistem komputerisasi yang ada masih terbatas pada pemrosesan data dan transaksi. Masalah-masalah ini dapat

mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, sehingga mereka berpotensi beralih ke toko lain.

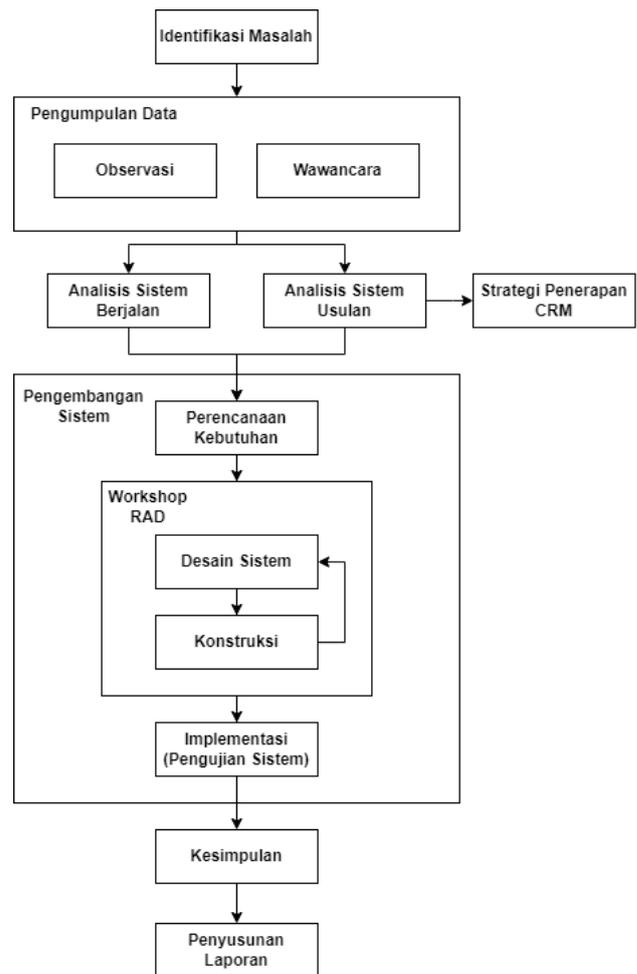
Customer relationship management (CRM) adalah sebuah strategi bisnis menyeluruh dari suatu perusahaan yang memungkinkan perusahaan tersebut secara efektif bisa mengelola hubungan dengan para pelanggan[6]. Penggunaan sistem *Customer Relationship Management* sudah banyak dilakukan untuk meningkatkan layanan kepada pelanggan[1]. Esther Craft berkomitmen untuk memberikan kualitas layanan terbaik. Pelayanan pelanggan dengan CRM dapat berfungsi membantu perusahaan mengelola interaksi pelanggan secara lebih efektif untuk mempertahankan daya saing [7]. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, layanan yang lebih baik sangat penting. Aplikasi *Customer Relationship Management* yang baik dapat mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru[8].

Customer relationship management (CRM) adalah istilah yang lebih umum untuk strategi pemasaran yang didasarkan pada upaya untuk membangun hubungan antara perusahaan dan pelanggannya[9]. Oleh karena itu, sebuah sistem CRM diperlukan untuk Esther Craft agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, kualitas, dan loyalitas pelanggan[10]. Dengan menggunakan sistem ini, pemilik dapat menerapkan strategi untuk mempertahankan pelanggan lama, menarik perhatian pelanggan baru, memasarkan produk, dan meningkatkan jangkauan promosi[11]. Ini akan memungkinkan pelanggan dapat mengakses informasi tentang produk yang ada.

Pengembangan sistem pada penelitian ini menggunakan metode *Rapid Application Development* (RAD), dimana sistem yang dibuat diharapkan bisa mempermudah kinerja dari pegawai di toko Esther Craft. Sistem ini dibangun menggunakan bahasa pemrograman PHP dan menggunakan MySQL sebagai *database*. Sistem yang dikembangkan akan diuji dengan menggunakan metode *blackbox testing* untuk memastikan bahwa fungsionalitas aplikasi telah berjalan dengan baik[12].

II. METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tahapan penelitian yang berfokus pada penerapan *customer relationship management* berbasis website, agar tujuan awal penelitian dapat tercapai. Tahap pertama melibatkan identifikasi masalah, pengumpulan data melalui observasi dan wawancara, diikuti dengan analisis sistem berjalan, analisis sistem usulan, dan strategi penerapan CRM. Selanjutnya, tahap implementasi dilakukan dengan menggunakan metode pengembangan aplikasi *Rapid Application Development*.



Gambar. 1 Alur Penelitian

A. Identifikasi Masalah

Tahap ini dilakukan identifikasi masalah yang ada di toko Esther Craft. Mulai dari proses pemesanan dan pengelolaan data.

B. Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data terdiri dari dua pendekatan, Berikut adalah cara pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini:

1) Observasi

Observasi dilakukan secara langsung untuk mendapatkan data dan informasi kondisi sistem yang beroperasi di Esther Craft. Dengan cara ini, analisis dilakukan secara manual terhadap jalannya sistem, memperhatikan lingkungan dan pengguna, sehingga dapat menghasilkan pembahasan yang relevan untuk proses pengembangan sistem.

2) Wawancara

Pada tahap ini, untuk mendukung observasi yang dilakukan maka akan dilakukannya sesi tanya jawab dengan pemilik toko Esther Craft terkait proses bisnis agar dapat memastikan bahwa sistem yang akan dibuat sesuai dengan yang dibutuhkan.

TABEL I
HASIL WAWANCARA

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Kapan bisnis Toko Esther Craft ini berdiri?	Toko ini berdiri sejak tahun 2012. Saat itu bisnis souvenir di Sidoarjo masih sangat sedikit sehingga peluang bisnisnya bagus, maka dari itu saya memutuskan untuk memulai bisnis ini.
2.	Target pasar yang dituju oleh Toko Esther Craft seperti apa?	Usia 20 – 40 tahun atau orang-orang yang mau menikah.
3.	Bagaimana proses penjualan yang terdapat pada Toko Esther Craft saat ini?	Toko kami menerapkan sistem pre-order dikarenakan produk yang ada di toko kami handmade sehingga pelanggan harus melakukan pembayaran terlebih dahulu. Pelanggan dapat membeli melalui instagram atau datang langsung ke toko. Pelanggan yang melakukan pemesanan melalui instagram bisa menghubungi admin melalui whatsapp untuk informasi detail produk yang ada di instagram. Jika sudah menentukan pilihan akan diberi format order yang harus diisi oleh pelanggan. Setelah mengisi format order, pelanggan akan diberikan nota untuk pembayaran. Setelah melakukan pembayaran maka pesanan segera diproses. Jika pelanggan datang langsung ke galeri, pelanggan bisa melihat langsung detail produk dan memilih produk yang akan dipesan. Setelah menentukan produk maka pelanggan akan diberikan nota untuk pembayaran. Pelanggan bisa melakukan pembayaran secara lunas atau dp terlebih dahulu. Setelah melakukan pembayaran maka pesanan segera diproses.
4.	Bagaimana proses	Proses pengelolaan data produk dan data transaksi

	pengelolaan data penjualan yang terdapat pada toko?	masih dilakukan secara manual dengan mencatat transaksi yang masuk pada buku.
5.	Apa saja kesulitan yang dihadapi proses bisnis yang berjalan saat ini?	Mulai banyak bermunculan pesaing bisnis sehingga membuat usaha saya menjadi sepi. Selain itu, proses pengelolaan data yang masih manual dengan menggunakan buku dimana terkadang saya lupa untuk mencatat transaksi sehingga sering mengalami kesalahan ketika menghitung ulang penghasilan. Sering mendapat keluhan bahwa proses pelayanan kurang cepat.
6.	Apa saja kemudahan yang ingin dirasakan pada website yang akan dibangun?	Kemudahan untuk pelanggan dalam melihat informasi detail mengenai produk dan kemudahan ketika memesan produk. Kemudahan untuk saya dalam mengelola data pemesanan yang masuk dengan akurat tanpa harus mencatat dibuku.

C. Analisis Sistem Berjalan

Pada tahap ini melakukan analisis pada sistem yang sedang berjalan untuk mengidentifikasi kelemahan yang ada pada sistem tersebut.

D. Analisis Sistem Usulan

Pada tahap ini menyusun perencanaan sistem baru sebagai solusi untuk mengatasi masalah yang ditemui di Toko Souvenir Esther Craft, dengan menggunakan pendekatan *Customer Relationship Management (CRM)*.

E. Perencanaan Kebutuhan

Pada tahap ini melakukan diskusi dengan pemilik toko Esther Craft untuk mengetahui solusi yang tepat dari permasalahan yang terjadi di toko souvenir Esther Craft.

F. Desain Sistem

Tahapan dalam desain sistem menghasilkan tampilan *prototype* yang akan diimplementasikan menjadi sebuah website.

G. Konstruksi

Tahapan konstruksi yaitu membuat sistem yang sudah dirancang pada tahap sebelumnya dengan membuat *source code* atau biasa disebut *coding*.

H. Implementasi Sistem

Pada tahap ini menerapkan hasil dari analisis dan rancangan sistem yang telah dilakukan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis CRM Tipe Operational

Berdasarkan data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan Toko Esther Craft, penulis melakukan analisis sistem dengan menerapkan pendekatan CRM. Hasil dari analisis ini mencakup tahapan-tahapan dalam penerapan CRM.

1) *Acquire* (Mendapatkan)

Tahap *acquire* merupakan upaya untuk mendapatkan pelanggan baru yang dijelaskan pada TABEL II.

TABEL II
TAHAP ACQUIRE

<i>Acquire</i> (Mendapatkan)	
Sistem Berjalan	Sistem Berjalan
Pelanggan harus datang ke toko atau melakukan pemesanan produk yang akan dibeli melalui media sosial.	Membuat sistem informasi penjualan yang dapat memudahkan proses jual beli melalui online sehingga pelanggan tidak perlu datang ke toko. Selain itu, pembelian dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun.

2) *Enhance* (Meningkatkan)

Tahap *enhance* merupakan upaya untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan lama melalui pelayanan yang lebih baik yang dijelaskan pada TABEL III.

TABEL III
TAHAP ENHANCE

<i>Enhance</i> (Meningkatkan)	
Sistem Berjalan	Sistem Berjalan
Informasi mengenai detail produk dan harga produk masih sangat minim sehingga pelanggan harus bertanya terlebih dahulu kepada penjual.	Menyediakan informasi detail produk mulai dari harga, deskripsi, dan ulasan dari pelanggan lain yang dapat dilihat oleh semua pengunjung website sehingga proses belanja lebih efisien.
Metode pembayaran yang ada masih sangat terbatas, yaitu dengan membayar langsung (tunai) atau transfer melalui bank.	Menyediakan metode pembayaran yang lebih bervariasi menggunakan payment gateway midtrans sehingga dapat memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi.
Pencatatan pesanan	Menyediakan

masih manual dengan menulis sehingga terjadi kerusakan dan proses kerja menjadi lebih lambat.	secara dengan dibuku rawan terjadi kerusakan dan proses kerja menjadi lebih lambat.	pengelolaan data pemesanan yang telah terkomputerisasi sehingga memudahkan dalam melakukan rekap penjualan.
Belum terdapat mekanisme mengenai biaya pengiriman barang.		Menyediakan informasi mengenai biaya pengiriman ke daerah tujuan sehingga pelanggan dapat memperkirakan biaya yang akan dikeluarkan.

3) *Retain* (Mempertahankan)

Tahap *retain* merupakan upaya untuk mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan supaya tetap melakukan interaksi dan transaksi yang dijelaskan pada TABEL IV.

TABEL IV
TAHAP RETAIN

<i>Retain</i> (Mempertahankan)	
Sistem Berjalan	Sistem Berjalan
Belum mempunyai wadah yang memfasilitasi pelanggan untuk memberikan penilaian produk yang telah dibeli.	Menyediakan fitur di website yang memungkinkan pelanggan memberikan ulasan produk, serta memberikan akses kepada calon pelanggan untuk melihat ulasan dari pelanggan lainnya.

B. Perencanaan Kebutuhan

Pada tahap ini melakukan diskusi dengan pemilik toko Esther Craft untuk mengetahui solusi yang tepat dari permasalahan yang terjadi di toko souvenir Esther Craft. Tahap ini bertujuan untuk mendapatkan solusi berdasarkan data yang didapat.

1) Identifikasi Aktor

Aktor merupakan pihak-pihak yang terlibat dan interaksi secara langsung dengan sistem. Berikut penjelasan lebih detail mengenai aktor pada sistem terdapat pada TABEL V.

TABEL V
Identifikasi Aktor

No.	Role	Deskripsi
1.	Pengguna Umum	Aktor yang dapat melihat sebagian informasi dan belum terdaftar pada sistem
2.	Pelanggan	Aktor yang sudah terdaftar pada sistem dan dapat

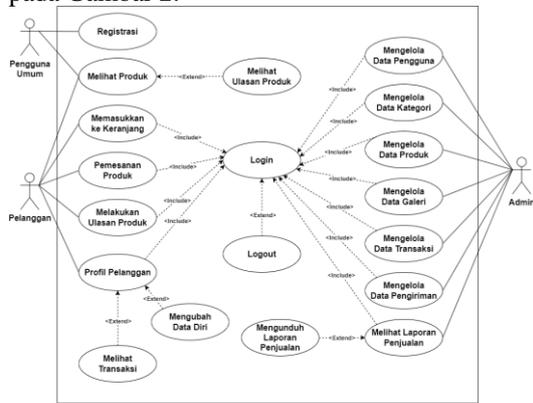
		mengakses seluruh fitur yang ada pada website.
3,	Admin	Aktor yang mengelola seluruh jalannya sistem.

C. Workshop RAD

Workshop RAD adalah atahapan dalam proses pengembangan sistem untuk menghasilkan rancangan diagram alur dan tampilan *prototype* yang akan diimplementasikan menjadi sebuah website. Hasil perancangan akan dipresentasikan kepada pengguna untuk mendapatkan umpan balik sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna.

1) Diagram Kasus Pengguna

Pada diagram kasus pengguna ini dapat digambarkan sebagai interaksi antar pengguna dengan sistem dan terdapat tiga aktor yaitu admin, pengguna umum, dan pelanggan yang terdapat pada Gambar 2.

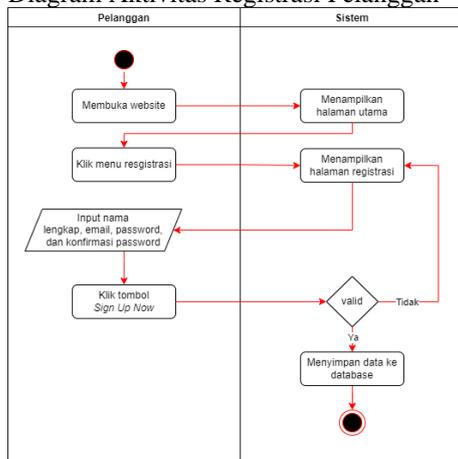


Gambar. 2 Diagram Kasus Pengguna

2) Diagram Aktivitas

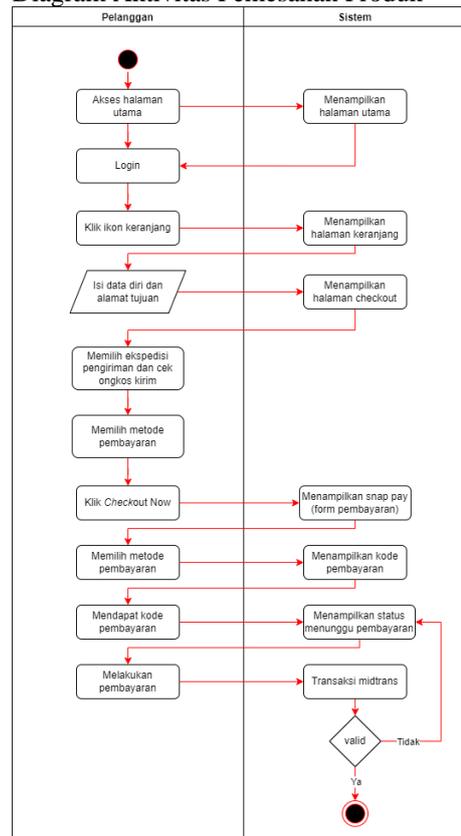
Pada diagram aktivitas ini menggambarkan alur setiap aktivitas yang ada di dalam sistem secara detail mulai dari awal hingga akhir.

a) Diagram Aktivitas Registrasi Pelanggan



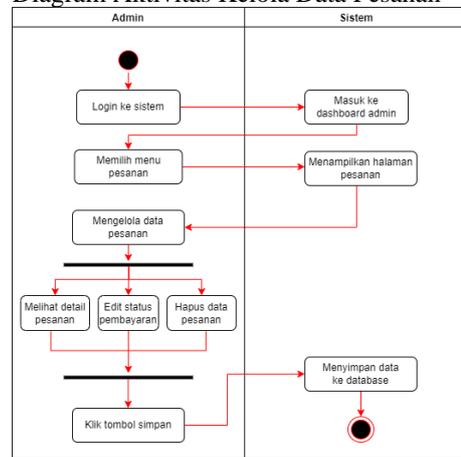
Gambar. 3 Diagram Aktivitas Registrasi Pelanggan

b) Diagram Aktivitas Pemesanan Produk



Gambar. 4 Diagram Aktivitas Pemesanan Produk

c) Diagram Aktivitas Kelola Data Pesanan

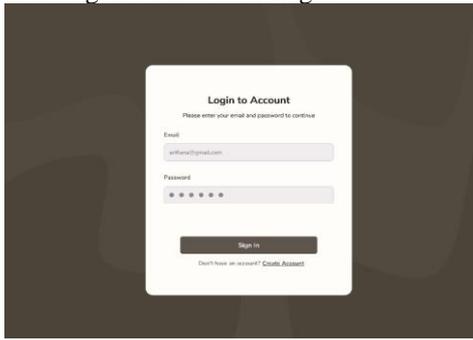


Gambar. 5 Diagram Aktivitas Kelola Data Pesanan

3) Rancangan Antarmuka (User Interface)

Rancangan antarmuka ini dilakukan untuk memberikan gambaran tampilan untuk memudahkan dalam pemahaman sistem yang akan dibuat. Berikut merupakan rancangan *user interface* (UI) pada sistem ini.

a) Rancangan UI Halaman Login



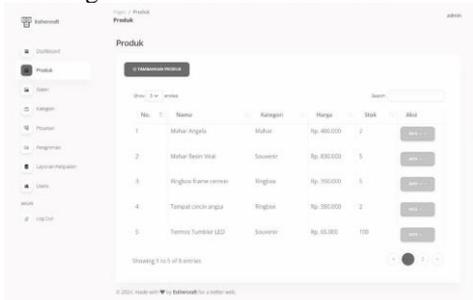
Gambar. 6 Rancangan UI Halaman Login

b) Rancangan UI Halaman Detail Produk



Gambar. 7 Rancangan UI Halaman Detail Produk

c) Rancangan UI Halaman Data Produk



Gambar. 8 Rancangan UI Halaman Data Produk

d) Rancangan Antarmuka Halaman Pesanan

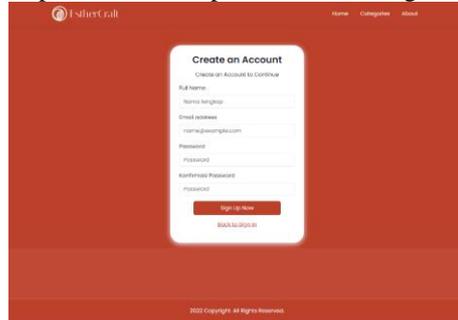


Gambar. 9 Rancangan UI Halaman Pesanan

D. Implementasi Sistem

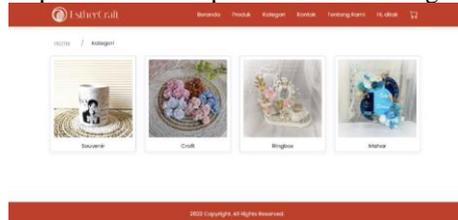
Pada tahapan ini menerapkan hasil dari analisis dan rancangan sistem yang telah dilakukan. Sistem informasi penjualan berbasis web ini mempunyai dua hak akses yaitu pengguna atau pelanggan dan admin. Terdapat dua tampilan yang terdiri dari tampilan pelanggan dan tampilan dashboard admin.

1) Implementasi Tampilan Halaman Registrasi



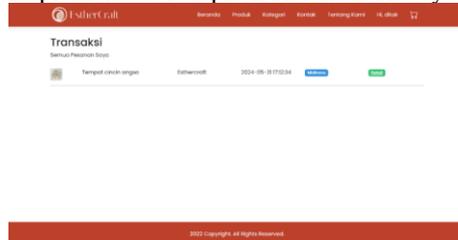
Gambar. 10 Implementasi Halaman Registrasi

2) Implementasi Tampilan Halaman Kategori



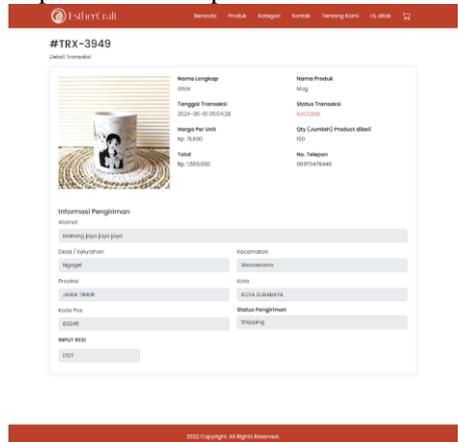
Gambar. 11 Implementasi Halaman Kategori

3) Implementasi Tampilan Halaman Riwayat Pesanan



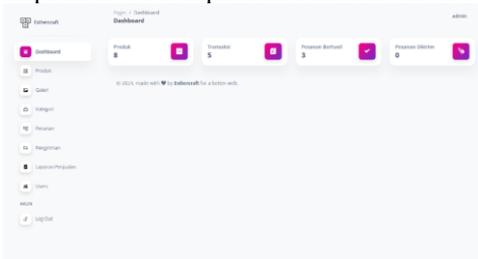
Gambar. 12 Implementasi Tampilan Halaman Riwayat Pesanan

4) Implementasi Tampilan Halaman Detail Pesanan



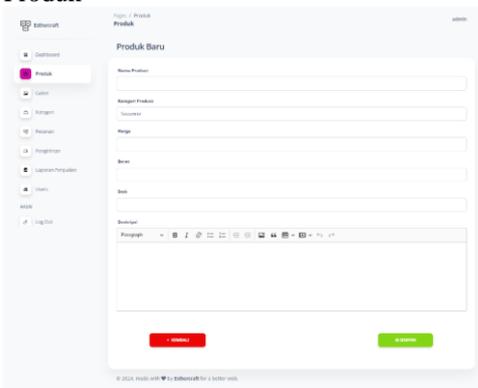
Gambar. 13 Implementasi Halaman Detail Pesanan

5) Implementasi Tampilan Halaman Dashbard Admin



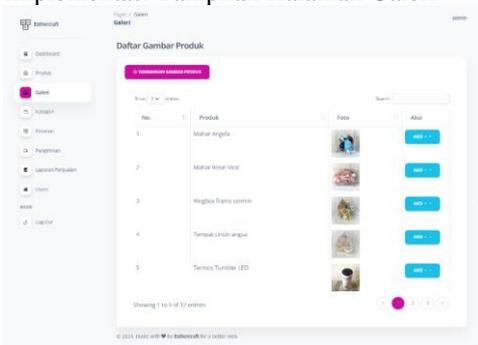
Gambar. 14 Implementasi Halaman Dashboard Admin

6) Implementasi Tampilan Halaman Tambah Data Produk



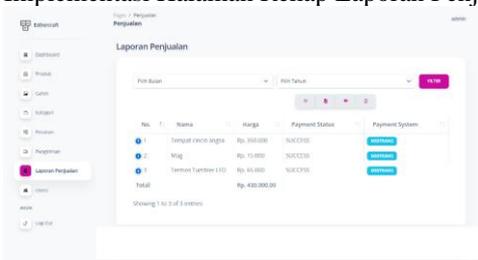
Gambar. 15 Implementasi Halaman Tambah Produk

7) Implementasi Tampilan Halaman Galeri



Gambar. 16 Implementasi Halaman Galeri

8) Implementasi Halaman Rekap Laporan Penjualan



Gambar. 17 Implementasi Halaman Rekap Penjualan

E. Pengujian Sistem

Tahap ini merupakan tahap pengujian sistem menggunakan metode *blackbox testing* yang berfokus pada fungsionalitas sistem. Hasil pengujian yang terdapat pada TABEL VI dan TABEL VII.

TABEL VI
BLACKBOX TESTING PELANGGAN

No.	Item Uji	Hasil yang diharapkan	Hasil
1.	Login Pelanggan	Pelanggan dapat melakukan login	Valid
2.	Menampilkan halaman produk	Pelanggan dapat melihat seluruh produk yang dijual	Valid
3.	Menambahkan detail alamat	Pelanggan dapat menambahkan detail alamat pengiriman	Valid
4.	Melihat Riwayat pesanan	Pelanggan berhasil masuk ke halaman pesanan saya, dapat melihat pesanan yang ada	Valid

TABEL VII
BLACKBOX TESTING ADMIN

No.	Item Uji	Hasil yang diharapkan	Hasil
1.	Admin menambah produk baru	Admin dapat menambahkan data produk baru ke dalam database dan muncul pada halaman data produk	Valid
2.	Admin dapat melihat daftar data gambar	Sistem menampilkan daftar list gambar yang terdaftar di sistem	Valid
3.	Admin dapat mengunduh laporan penjualan	Admin dapat mengunduh laporan penjualan per periode	Valid

IV. KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengembangan yang dilakukan pada sistem informasi penjualan berbasis web pada toko Esther Craft dengan metode CRM, terdapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan metode CRM tipe operasional, yang terdiri dari fase mendapatkan (*acquire*), meningkatkan (*enhance*), dan mempertahankan (*retain*), dapat diimplementasikan pada sistem informasi penjualan Toko Souvenir Esther Craft. Strategi yang membantu menentukan kebutuhan untuk website adalah pengembangan strategi pelanggan (*develop customer strategy*) yang meliputi target pasar, segmentasi, dan diferensiasi strategi. Dengan menerapkan strategi ini, berbagai fitur yang memudahkan proses pemesanan dan memberikan pengalaman menyenangkan bagi pelanggan. Selain itu, pemilik toko menjadi lebih mudah dalam mengelola pesanan, data pengguna, dan mendapatkan laporan penjualan secara real-time. Pelayanan di Toko Esther Craft menjadi lebih

optimal berkat kemudahan tersebut, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan.

2. Metode pengembangan sistem yang digunakan untuk pengembangan sistem informasi penjualan di Toko Esther Craft adalah Rapid Application Development (RAD). Metode ini melibatkan calon pengguna saat perancangan sistem, sehingga dapat menghasilkan sistem yang dibutuhkan dan sesuai dengan keinginan calon pengguna. RAD cocok digunakan untuk pengembangan sistem dalam waktu yang singkat, seperti website untuk Toko Souvenir Esther Craft. Metode RAD terdiri dari empat tahap yaitu, perencanaan kebutuhan, workshop desain, konstruksi, dan implementasi sistem. Sistem informasi penjualan berbasis web untuk Toko Souvenir Esther Craft berhasil dikembangkan dengan mengikuti tahapan-tahapan metode RAD.
3. Pengujian sistem dengan metode blackbox testing mendapatkan hasil dengan tingkat validitas 100%. Dari hasil yang ditunjukkan, dalam hal fungsionalitas sistem dapat berjalan dengan baik serta dapat menghasilkan output sesuai dengan yang diharapkan. Selain itu, membuktikan bahwa sistem siap untuk digunakan oleh pengguna.

B. Saran

Saran yang dapat penulis sampaikan untuk meningkatkan sistem ini bagi pembaca atau peneliti selanjutnya adalah mengembangkan sistem ini menjadi aplikasi mobile agar penggunaan oleh pelanggan lebih fleksibel. Selain itu, evaluasi dan perbaikan tampilan Sistem Informasi Penjualan ini juga diharapkan untuk dilakukan.

REFERENSI

- [1] E. Rosinta and D. Hasibuan, 'Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada Aplikasi Penjualan Berbasis Web PT . Buana Telekomindo', *J. TIMES (Tehonology Informatics Comput. Syst.*, vol. VII, no. 1, pp. 8–14, 2018.
- [2] P. Fahmi and D. Effendi, 'E-Marketing of Coffee Products', *IOP Conf. Ser. Mater. Sci. Eng.*, vol. 662, no. 3, 2019, doi: 10.1088/1757-899X/662/3/032055.
- [3] D. A. Febrianto, S. D. Budiwati, and T. D. Tambunan, 'Aplikasi Penjualan Produk Kecantikan dan Konsultasi Berbasis Web di', *Apl. Penjualan Prod. Kecantikan dan Konsult. Berbas. Web di Klin. Vania Ski. Dinda*, vol. 3, no. 3, pp. 1583–1594, 2017.
- [4] D. A. E. Sirait and D. T. Seabtian, 'Sistem Informasi e-marketplace cindramata sampit berbasis web', *J. Penelit. Dosen FIKOM*, vol. 10, no. 1, pp. 1–12, 2019.
- [5] A. D. Alditama and U. Irganata, 'Perancangan UI Website CV. Boemi Mulyo Menggunakan Figma', pp. 4–15, 2022.
- [6] A. H. Danardatu, 'Pengenalan Customer Relationship Management (CRM)', *J. Ilm. Teknol. Inf. Asia*, pp. 1–5, 2003.
- [7] Y. R. Helmi, 'Peningkatan Kenyamanan Pelanggan dengan Sistem Customer Relationship Management (CRM)', *J. Sistim Inf. dan Teknol.*, vol. 2, pp. 59–64, 2020, doi: 10.37034/jsisfotek.v2i2.23.
- [8] Febri, N. AZ, Wahyuddin, and I. Nopiyana, 'Aplikasi Sistem Informasi Customer Relationship Management Pada Klinik Rf Aesthetic', *JSiI (Jurnal Sist. Informasi)*, vol. 10, no. 1, pp. 81–86, 2023, doi: 10.30656/jsii.v10i1.6123.
- [9] Ari Arfika Pratiwi, Havid Syafwan, Pristiyanilicia Putri, and Cecep Maulana, 'Implementasi Customer Relationship Management Pada Klinik Laf Kisaran', *J. Comput. Sci. Technol.*, vol. 1, no. 1, pp. 22–27, 2023, doi: 10.59435/jocstec.v1i1.9.
- [10] W. A. Elim, M. Saitakela, and L. Pelanggan, 'PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMEN CRM)', pp. 8–13.
- [11] J. Manajemen, F. Ekonomi, J. K. H. S. No, and J. Barat, 'ANALISIS IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA PADA RETENSI PELANGGAN HOTEL BIDADARA JAKARTA Dian Tauriana ; Ni Made Dini Arisani', pp. 449–460.
- [12] M. Nur Ichsanudin, M. Yusuf, Uminingsih, and Suraya, 'Pengujian Fungsional Perangkat Lunak Sistem Informasi Perpustakaan Dengan Metode Black Box Testing Bagi Pemula Info Artikel Abstrak', *STORAGE - J. Ilm. Tek. dan Ilmu Komput.*, vol. 1, no. 2, pp. 1–8, 2022.