

IMPLEMENTATION OF CRM SYSTEM IN IMPROVING SERVICE QUALITY AT ZAHRA MART TANJUNGBALAI STORE

Zuhairoh^{*1}, Yessica Siagian², Sahren^{*3}

^{1,2,3}Program Studi Sistem Informasi, STMIK ROYAL, Indonesia

Email: ¹zuhairohmangunsong@gmail.com, ²yessica.cyg123@gmail.com, ³sahren.one@gmail.com

(Naskah masuk: 09 Mei 2022, Revisi : 30 Mei 2022, diterbitkan: 20 Agustus 2022)

Abstract

Zahra Mart Tanjungbalai is a business that sells various kinds of products ranging from cosmetic products, basic necessities and other goods located on Jl. M. Abbas, No B Lk. VII Ex. Sirantau district. Datuk Bandar Tanjungbalai City. The problem that occurs at Zahra Mart is that it has not implemented a website-based online sales system in marketing its products, and information about the products being sold is still limited, only people around the location know the existence of Zahra Mart Tanjungbalai. Therefore, the application of a CRM system is used to improve service quality at the Zahra Mart Tanjungbalai store which can help buyers find information about the products being sold and make it easier for buyers to place orders without having to come directly to Zahra Mart Tanjungbalai. In this study using qualitative methods that can help researchers to obtain solutions to all problems. The results of this study can help Zahra Mart in marketing their products and expanding sales of the products they market because of the features of rating, promo, discount, cashback, media chat, and service quality assessment (questionnaire). agree with the application of CRM at the Zahra Mart Tanjungbalai store. From the graph, it can be seen that the survey results strongly agree 55.89%, agree 23.72%, disagree 14.12%, strongly disagree 9.42%.

Keywords: CRM System, Php & Mysql, Zahra Mart Products.

PENERAPAN SISTEM CRM DALAM MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN PADA TOKO ZAHRA MART TANJUNGBALAI

Abstrak

Zahra Mart Tanjungbalai merupakan suatu usaha yang menjual berbagai macam produk mulai dari produk kosmetik, kebutuhan pokok maupun produk barang lainnya yang berlokasi di jln. M. Abbas, No B Lk. VII Kel. Sirantau Kec. Datuk Bandar Kota Tanjungbalai. Permasalahan yang terjadi pada Zahra Mart adalah belum menerapkan sistem penjualan via online yang berbasis website dalam memasarkan produknya, dan informasi mengenai produk yang dijual masih terbatas hanya orang disekitaran lokasi saja yang tau keberadaan Zahra Mart Tanjungbalai. Maka dari itu digunakanlah penerapan sistem CRM dalam meningkatkan kualitas layanan pada toko Zahra Mart Tanjungbalai yang dapat membantu pembeli dalam mengetahui informasi mengenai produk yang dijual dan mempermudah pembeli dalam melakukan pemesanan tanpa harus datang langsung ke Zahra Mart Tanjungbalai. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang dapat membantu peneliti untuk memperoleh solusi terhadap segala permasalahan. Hasil dari penelitian ini dapat membantu pihak Zahra Mart dalam memasarkan produknya dan memperluas penjualan produk yang dipasarkannya karena adanya fitur-fitur rating, promo, diskon, cashback, media chat, dan penilaian kualitas layanan (kuisisioner) yang dilihat bahwa banyak nya pelanggan yang memilih sangat setuju dengan adanya penerapan CRM pada toko Zahra Mart Tanjungbalai. Dari hasil grafik dapat di lihat bahwa hasil survey sangat setuju 55,89%, setuju 23,72%, tidak setuju 14,12%, sangat tidak setuju 9,42%.

Kata kunci: Sistem CRM, Produk Zahra Mart, Php & Mysql.

1. PENDAHULUAN

Persaingan dunia bisnis pada era globalisasi saat ini yang semakin modern dan canggih, diikuti dengan majunya perkembangan sistem informasi, ilmu pengetahuan, dan teknologi mengakibatkan para

pelaku bisnis berupaya untuk meningkatkan kualitas dan keunggulan mereka dengan mengerahkan seluruh potensi yang ada. Mereka dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengelola perusahaannya agar dapat berkembang dalam dunia usaha, serta

dibutuhkan cara khusus agar para pembeli tidak pergi kepada pesaing lainnya. Dalam perkembangan dunia usaha teknologi informasi sangat membantu dan dibutuhkan. Terutamanya *internet*, dengan *internet* usaha dapat maju dengan pesat seperti membantu dalam mempercepat kinerja, promosi, mengurangi biaya, dan meningkatkan penjualan dan juga sebagai sarana komunikasi dua arah antara perusahaan dengan para pembeli[1].

Zahra Mart Tanjungbalai merupakan suatu usaha yang menjual berbagai macam produk mulai dari produk kosmetik, kebutuhan pokok maupun produk barang lainnya yang berdiri sejak tahun 2018, berlokasi di Jalan. M. Abbas, No.45 B Lk.VII Kel. Sirantau Kec. Datuk Bandar Kota Tanjungbalai[2]. Setiap perusahaan harus mempunyai strategi bisnis penjualan dalam mempertahankan kan pelanggan yang lama dan mendapatkan pelanggan yang baru agar tidak beralih kepesaing lainnya salah satu nya ialah pada Zahra Mart Tanjungbalai.

Aktivitas penjualan pada Zahra Mart TanjungBalai dilakukan dengan cara konvensional dimana konsumen mengunjungi Zahra Mart secara langsung. Zahra Mart TanjungBalai, dan belum mempunyai sistem penjualan *via online* yang berbasis *website* dalam memasarkan produknya, informasi mengenai produk yang dijual berupa pemberian katalog pada saat konsumen berbelanja di Zahra Mart TanjungBalai, area pemasarannya masih terbatas hanya orang yang ada disekitaran lokasi saja yang tau keberadaan Zahra Mart TanjungBalai, belum adanya fasilitas yang dapat membantu konsumen untuk mendapatkan informasi yang lebih detail mengenai produk yang dijual, promo, diskon produk pada Zahra Mart TanjungBalai. Serta belum adanya fasilitas bagi pelanggan untuk menyampaikan kritik, saran, dan pertanyaan FAQ (*Frequently Asked Questions*). Setiap perusahaan harus mempunyai strategi bisnis dalam menjalankan usaha bisnisnya agar pelanggan tidak beralih kepesaing lainnya karena banyak usaha yang menjalan kan bisnis yang serupa.

Strategi pemasaran yang berbasis online pada umumnya menciptakan hubungan antara pihak toko dengan pelanggan lebih di kenal dengan istilah *Customer Relationship Management (CRM)* yaitu strategi tingkat korporasi yang berfokus pada pembangunan dan pemeliharaan hubungan dengan pelanggan.

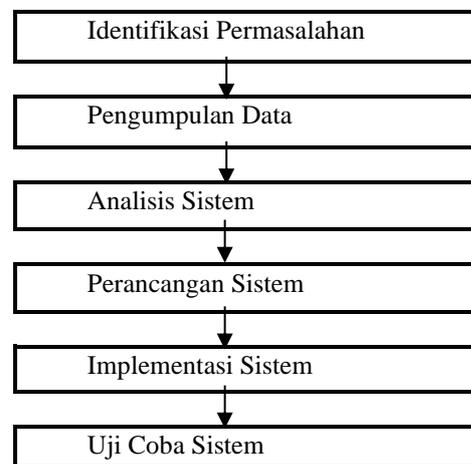
Berdasarkan permasalahan yang terjadi maka Zahra Mart TanjungBalai membutuhkan sebuah sistem yang mampu untuk menjalankan proses bisnis nya, serta meningkatkan kualitas layanan terhadap pelanggan, dengan menerapkan strategi bisnis yang berorientasi pada pelanggan atau disebut istilah CRM (*Customer Relationship Management*).

Customer Relationship Management (CRM) merupakan strategi komprehensif dari toko agar setiap dari daur hidup pelanggan itu bisa dimanfaatkan dengan optimal. *Customer Relationship Management (CRM)* merujuk pada

software sistem yang membantu toko memperoleh dan menyimpan data pelanggannya serta melakukan hubungan dua arah, guna memperoleh kepuasan pelanggannya[3]. Dengan meningkatnya kebutuhan customer, maka perlu dibuat sebuah sistem yang dapat menampung semua permintaan customer dan menjalin hubungan dengan customer Konsep CRM dianggap tepat untuk membangun loyalitas pelanggan pada perusahaan[4].

1.1. Kerangka Kerja Penelitian

Dalam membantu penyusunan penyelesaian skripsi ini diperlukan ada nya kerangka kerja (*framework*) atau tahapan – tahapan yang jelas.Kerangka kerja ini merupakan langkah-langkah yang akan dilakukan dalam penyelesaian masalah yang dibahas adapun kerangka kerja penulis dapat lakukan yang dilihat dari gambar di bawah ini:



Gambar 1. Kerangka Kerja Penelitian

Berdasarkan susunan kerangka kerja dari uraian diatas, maka dapat dijelaskan tahap-tahap penelitian nya sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah sebagai langkah awal yang dilakukan oleh peneliti. Dimana penelitian dilakukan dengan cara mengumpulkan data untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam proses pencapaian tujuan peneliti.

2. Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan proses pengumpulan data dengan metode wawancara dan observasi untuk melakukan pengamatan dan analisa terhadap proses sistem penjualan kosmetik wardah pada Zahra Mart TanjungBalai sehingga penulis mendapat kan informasi yang dibutuhkan.

3. Analisis Sistem

Analisis sistem yang sedang berjalan dengan data yang diperoleh dari pengumpulan data. Dengan demikian, diharapkan peneliti dapat menemukan kendala-kendala dan permasalahan yang terjadi pada sistem dan memudahkan proses penjualan produk kosmetik wardah sehingga peneliti dapat mencari solusi dari permasalahan tersebut.

4. Perancangan sistem

Tahap perancangan adalah tahap sebuah sistem penjualan produk kosmetik wardah jadi yang telah direncanakan. Spesifikasi yang dibuat cukup rinci sehingga pada tahap penerapan tidak diperlukan keputusan baru dan menggunakan apa yang sudah ditentukan pada tahap perancangan, didalam perancangan sistem yang akan dirancang sesuai dengan tujuan Zahra Mart TanjungBalai sehingga dapat mengatasi permasalahan yang ada. Perancangan sistem menggunakan UML (*Unified Modeling Language*) yang dimulai dari pembuatan *use case diagram*, *activity diagram*, *class diagram* dan *sequence diagram*, *Entity Relationship Diagram*, data *flowChart*, perancangan struktur menu, Perancangan layar, perancangan database.

5. Implementasi Sistem

Implementasi merupakan tahapan untuk membuat atau menerapkan hasil dari perancangan yang telah dibuat. Dimana didalamnya termasuk tahap pengkodean program, menerjemahkan data atau memecahkan permasalahan yang telah dirancang kedalam pemrograman PHP dan database MySQL.

6. Uji Coba

Perlu dilakukan uji coba setelah pembuatan modul sistem selesai dibuat dengan percobaan pada komputer *user interface*. Dengan melakukan uji coba ini dapat diketahui kekurangan sistem yang telah dibuat berjalan dengan baik. *Software* pemrograman yang digunakan adalah PHP. Hasil yang didapatkan akan dievaluasi, apakah masalah yang dihadapi selama ini dapat diatasi atau tidak.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan suatu langkah – langkah yang dapat digunakan dalam penelitian ini dan dapat membantu dalam mengumpulkan informasi-informasi atau data. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah metode yang menuju terhadap pemahaman secara mendalam seperti wawancara dan observasi, penulis akan menganalisa data melalui cara terbuka yaitu mendapat data dari lapangan dengan secara detail.

2.1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada Toko Zahra Mart yaitu sebagai berikut:

a. Wawancara (*Interview*)

Wawancara teknik dalam melakukan pengumpulan data dengan cara tanya jawab kepada Toko Zahra Mart yang dilakukan secara lisan dan langsung, wawancara ini dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada Bapak Agus selaku pemilik toko.

b. Observasi (*observation*)

Observasi adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat

secara sistematis data penjualan kosmetik wardah yang sedang diteliti.

c. Studi Pustaka (*Literatur review*)

Studi pustaka ini untuk menyusun dasar teori yang digunakan dalam penelitian. Sumber yang dapat digunakan sebagai *studi literature* seperti buku, jurnal, *internet*, dokumen-dokumen yang terkait dengan penelitian yang dibahas.

2.2. Defenisi Kualitas

Kualitas adalah salah satu kunci untuk memenangkan persaingan menggunakan pasar. Ketika perusahaan sudah bisa menyediakan produk berkualitas maka sudah membentuk salah satu fondasi untuk membangun kepuasan pelanggan[5].

2.3. Kualitas Layanan.

Kualitas layanan merupakan ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan perusahaan penyedia jasa sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas layanan memiliki dampak tidak hanya pada pemasok atau distribusi, karyawan, pelanggan saja tetapi juga mempengaruhi seluruh bisnis dan pertumbuhan organisasi[6].

2.4. Customer Relationship Management (CRM)

Customer Relationship Management CRM adalah sebuah pendekatan untuk mengelola hubungan korporasi dengan pelanggan[7]. Customer Relationship Management (CRM) merupakan sistem yang memadukan proses dan fungsi internal perusahaan dengan jaringan eksternal perusahaan sehingga akan tercipta hubungan yang baik antara pelanggan dengan perusahaan[8]. *Customer Relationship Management* (CRM) adalah suatu proses dalam mendapatkan, mempertahankan, dan meningkatkan hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan tujuan untuk menciptakan nilai pelanggan, sehingga pelanggan puas dan memaksimalkan keuntungan bagi perusahaan memperoleh dalam rangka memperoleh keunggulan bersaing (*comparative advantage*), memperhatikan mutu produk agar dapat memberikan kepuasan yang prima bagi pelanggan[9]. Dari pengertian CRM di atas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya penerapan CRM toko Zahra Mart akan mengetahui apa yang diharapkan dan diperlukan pelanggan, sehingga akan tercipta ikatan emosional yang mampu menciptakan hubungan bisnis yang erat dan terbuka serta komunikasi dua arah antara perusahaan dan pelanggan.

2.5. Alat Bantu dalam Perancangan Sistem

2.5.1. Aliran Sistem Informasi (ASI)

Zefriyenni dan Santoso, aliran sistem informasi sangat berguna untuk mengetahui permasalahan yang ada pada suatu sistem. Dari sini dapat diketahui

apakah sistem informasi tersebut masih layak dipakai atau tidak, masih manual atau komputerisasi. Jika sistem informasinya tidak layak lagi maka perlu adanya perubahan dalam pengolahan datanya sehingga menghasilkan informasi yang cepat dan akurat serta keputusan yang lebih baik[10].

2.5.2. Entity Relationship Diagram (ERD)

Sukanto dan Salahudin “Entity Relationship Diagram (ERD) dikembangkan berdasarkan teori himpunan dalam bidang matematika. Entity Relationship Diagram (ERD) digunakan untuk pemodelan basis data relational. Sehingga jika penyimpanan basis data menggunakan OODBMS maka perancangan basis data tidak perlu menggunakan ERD[11].

2.8. Perangkat Lunak Yang Digunakan

2.8.1. PHP (Hypertext Preprocessor)

PHP adalah bahasa yang dirancang secara khusus untuk penggunaan pada Web. PHP adalah tool untuk pembuatan halaman web dinamis. Pada awalnya PHP merupakan kependekan dari Personal Home Page (Situs Personal). PHP pertama kali dibuat oleh Rasmus Lerdorf pada tahun 1995. Pada waktu itu PHP masih bernama FI (Form Interpreted), yang wujudnya berupa sekumpulan script yang digunakan untuk mengolah data form dari web. Saat ini PHP adalah singkatan dari PHP: Hypertext Preprocessor, sebuah kepanjangan rekursif, yakni permainan kata dimana kepanjangannya terdiri dari singkatan itu sendiri: PHP: Hypertext Preprocessor[12].

2.8.2. XAMPP

XAMPP adalah aplikasi yang digunakan untuk menjalankan website berbasis PHP dan menggunakan pengolahan data MySQL di komputer lokal. [13].

2.8.3. Sublime Text

Sublime Text merupakan perangkat lunak text editor yang di gunakan untuk membuat atau mengedit suatu aplikasi. Sublime Text memiliki plugin tambahan yang memudahkan programmer. Selain itu sublime text juga memiliki desain yang simple dan keren sehingga terlihat elegan untuk sebuah syntax editor[14].

2.8.4 Web Browser

Web Browser adalah perangkat lunak yang berguna untuk mengakses informasi web ataupun untuk melakukan transaksi via web[15].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

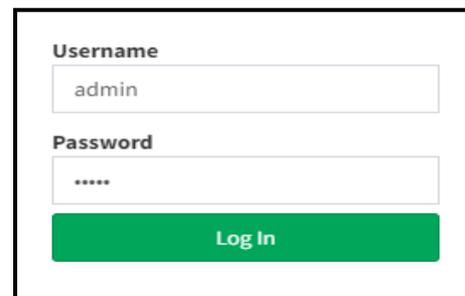
Dari hasil penelitian ini telah berhasil dibuat aplikasi berbasis website yang dapat membantu pihak

Zahra Mart dalam memasarkan produknya dan memperluas penjualan produk yang dipasarkannya. Website penjualan online ini dibangun dengan menyediakan berbagai macam fitur-fitur CRM seperti rating, promo, diskon, cashback, media chat, dan penilaian kualitas layanan (kuisioner) kepada para pelanggan yang telah menjadi member. Adanya kuisioner ini bertujuan untuk mengetahui apakah pihak Zahra Mart telah memberikan pelayanan yang memuaskan atau tidak memuaskan kepada para pelanggannya melalui kuisioner yang telah diberikan.

Berikut adalah gambar tampilan-tampilan dari hasil pengujian website penjualan online Zahra Mart Tanjungbalai, yaitu sebagai berikut :

1. Tampilan Form Login

Pada form login menampilkan gambar dimana antarmuka dapat masuk ke menu utama ketika sudah memasukkan username dan password sesuai dengan data yang telah didaftarkan sebelumnya.



Gambar 2. Tampilan Form Login

2. Tampilan Form Menu Utama

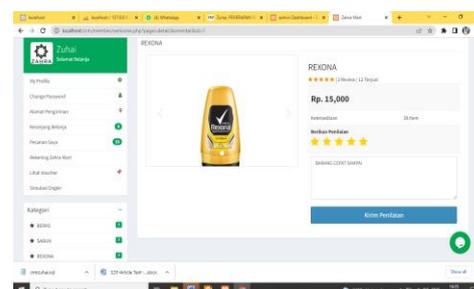
Berikut tampilan form menu utama website penjualan online Zahra Mart setelah user berhasil memasukkan username dan password dengan benar.



Gambar 3. Tampilan Form Menu Utama

3. Tampilan Halaman Rating

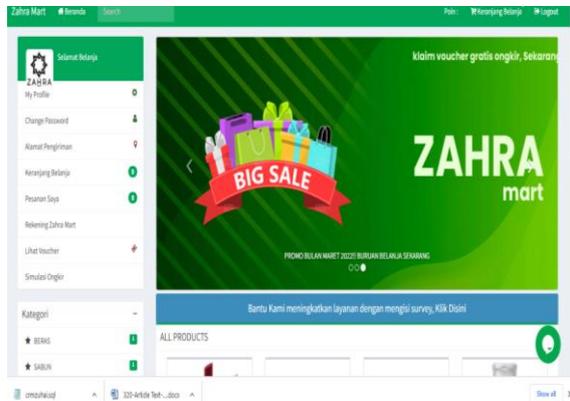
Setelah melakukan pembelian dan barang diterima oleh pelanggan, maka pelanggan dapat memberikan hasil penilaian dan komentar.



Gambar 4. Tampilan Halaman Rating

4. Tampilan Halaman Promo

Tampilan halaman promo dibawah ini di inputkan oleh admin pada menú announcements, dan dapat dilihat oleh user member dan pimpinan.



Gambar 5. Tampilan Halaman Promo

5. Tampilan Halaman Diskon

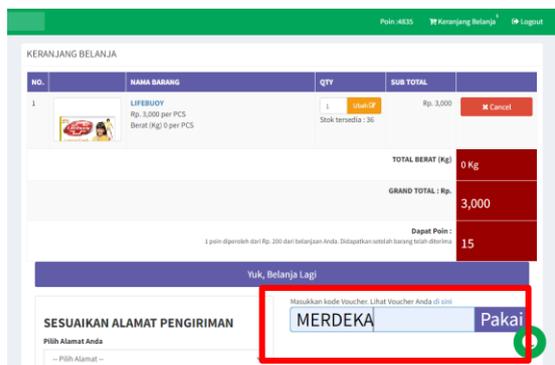
Pelanggan akan mendapatkan penambahan point dari toko Zahra Mart setelah barang diterima oleh pelanggan, dan point tersebut dapat digunakan untuk potongan harga belanja oleh pelanggan.



Gambar 6. Tampilan Halaman Diskon

6. Tampilan Halaman Cashback

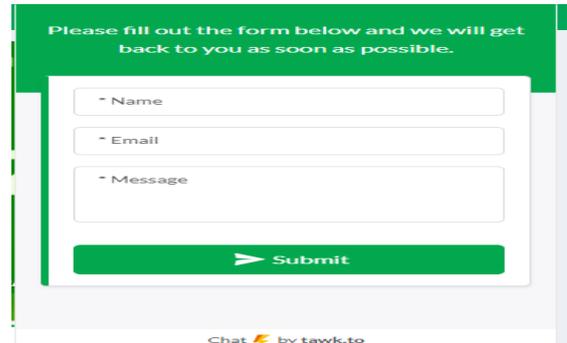
Syarat untuk mendapatkan *cashback* pelanggan harus berbelanja minimal Rp 100,000,00, Pada tampilan halaman cashback.



Gambar 7. Tampilan Halaman Cashback

7. Tampilan Halaman Live Chat

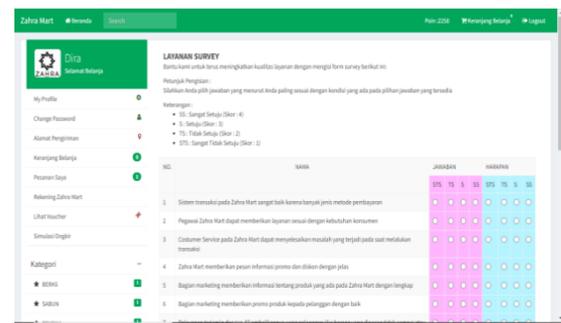
Pelanggan dapat memberikan pertanyaan lebih lanjut terhadap barang yang dipesan melalui live chat



Gambar 8. Tampilan Halaman Live Chat

8. Tampilan Layanan Pengisian Survei

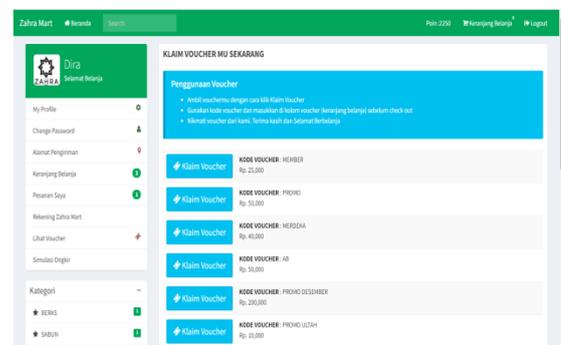
Tampilan layanan pengisian survei merupakan tampilan pengisian survei pelanggan yang bertujuan untuk mengetahui meningkat atau tidaknya pelayanan yang telah diberikan oleh pihak Zahran Mart kepada pelanggannya.



Gambar 9 Tampilan Layanan Pengisian Survei

9. Tampilan Menu Lihat Voucher

Pada tampilan menu lihat voucher terdapat beberapa voucher yang akan tampil. Untuk voucher yang belum digunakan, member bisa mengklaim voucher guna pemotongan biaya belanja

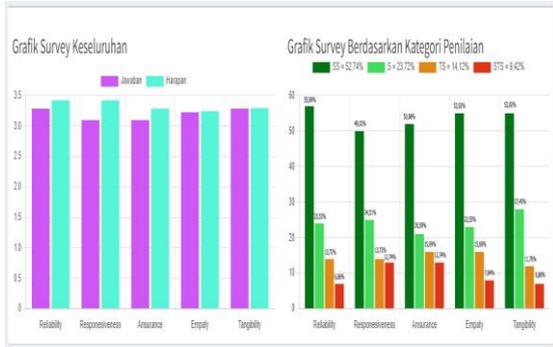


Gambar 10. Tampilan Menu Lihat Voucher

10. Tampilan Menu Grafik Survei

Tampilan menu grafik survei merupakan hasil dari rekapitulasi survey yang sudah diisi oleh pelanggan melalui pengisian kuisioner setelah melakukan pengisian kuisioner pimpinan dapat melihat grafik survey berdasarkan isian dari

pelanggan, dapat dilihat bahwa banyak nya pelanggan yang memilih sangat setuju dengan adanya penerapan CRM pada toko Zahra Mart Tanjungbalai. Dari hasil grafik di bawah ini dapat di lihat bahwa hasil survey sangat setuju 55,89%, setuju 23,72%, tidak setuju 14,12%, sangat tidak 9,42%.



Gambar 11 Tampilan Menu Grafik Survei

3.1. Pengujian Sistem

Pengujian yang dilakukan yaitu pengujian *white box*, pengujian *black box* dan pengujian UML. Pengujian *white box* adalah pengujian yang didasarkan pada pengecekan terhadap detail perancangan, menggunakan struktur kontrol dari desain program secara prosedural untuk membagi pengujian ke dalam beberapa kasus pengujian. Sedangkan pengujian *black box* adalah metode pengujian perangkat lunak yang menguji fungsionalitas aplikasi yang dirancang.

3.2. Hasil Pengujian Sistem

Berikut ini hasil pengujian rancangan sistem CRM penjualan produk pada toko Zahra Mart Tanjungbalai dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1. Hasil Pengujian

Pengujian : Login Deskripsi Pengujian : Verifikasi username dan password hanya dapat di akses oleh pengguna yang terdaftar.	
Data Masukan : Username : zuhai Password : 260	Berhasil
Hasil yang diharapkan : Data login dimasukkan, isi username dan password, kemudian klik button login, jika data yang dimasukkan benar maka akan masuk ke menu utama atau dashboard. Pengujian: data My Profile	
Data Masukan: Proses input data profil user dengan aksi simpan dan live chat Hasil Yang Diharapkan: Menambah dan mengedit data user serta menyimpan ke database. Pengujian: data Change Password	Berhasil
Data Masukan: Proses merubah data password dengan aksi change password.	Berhasil

Hasil yang diharapkan: Mengedit data password dan menyimpan ke database.

Pengujian: data Alamat Pengiriman.

Data masukan: Proses memilih alamat pengiriman dan hapus alamat pengiriman dengan aksi set lokasi dan hapus.

Berhasil

Hasil yang diharapkan: Memilih lokasi pengiriman dan menghapus alamat pengiriman dan menyimpan ke database.

Pengujian: data Keranjang Belanja

Data masukan: Proses memilih ekspedisi, memilih voucher dan checkout pada keranjang belanja dengan aksi terapkan, check ongkir dan checkout sekarang.

Berhasil

Hasil yang diharapkan: Memilih ekspedisi cek ongkir, klaim voucher serta checkout barang pesanan dan menyimpan ke database

Pengujian data Pesanan Saya

Data masukan: Proses upload bukti pembayaran dan mengecek progress pesanan dengan aksi upload berkas.

Berhasil

Hasil yang diharapkan: Mengupload bukti pembayaran dan menyimpan ke database

Pengujian: data Rekening Zahra Mart

Data masukan: Proses menampilkan rekening Zahra Mart.

Berhasil

Hasil yang diharapkan: Menampilkan rekening Zahra Mart.

Pengujian: data Lihat Voucher

Data masukan: Proses menampilkan voucher voucher yang tersedia dengan aksi klaim voucher.

Berhasil

Hasil yang diharapkan: Mengklaim dan memilih voucher yang telah tersedia.

Pengujian: simulasi ongkir

Data masukan: proses mengecek ongkir memakai ekspedisi yang tersedia dengan cek aksi ongkir

Berhasil

Hasil yang diharapkan: Memilih alamat dan ekspedisi untuk mengecek ongkir sesuai alamat dan ekspedisi.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan merupakan inti dari keseluruhan paper. Dibuat dalam bentuk paragraph, dan tidak dalam bentuk list. Kesimpulan tidak mengulang kalimat yang ada di dalam abstrak.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. N. Yunita Sari*1, Riki Andri Yusda2, "IMPLEMENTATION OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT IN THE GALLERY SAHABAT MUSLIMAH PENERAPAN CUSTOMER

- RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA GALLERY,” *J. Tek. Inform.*, vol. 3, no. 2, pp. 341–348, 2022.
- [2] N. Ritonga, N. Mulyani, and R. Nofitri, “IMPLEMENTATION OF E-COMMERCE IN PERCETAKAN CITRA BERSAMA TANJUNGBALAI USING THE CRM METHOD,” *J. Ris. Inform. vol.4, No 2 March 2022*, 2021.
- [3] K. Andriani, N. Mulyani, E. Rahayu, P. Studi, and S. Informasi, “IMPLEMENTATION OF A CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SYSTEM TO IMPROVE THE QUALITY OF SERVICES OF PENERAPAN SISTEM CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT UNTUK,” *J. Tek. Inform.*, vol. 3, no. 2, 2022.
- [4] W. M. Kifti and W. Swaradana, “ANALISIS DAN PERANCANGAN E-MARKETING DENGAN KONSEP CUSTOMER RELATIONSHIP MANAJEMEN (CRM) Teknik Pengumpulan Data : a . Observasi,” *J. Sci. Soc. Res.*, vol. 4307, no. February, pp. 57–63, 2020.
- [5] B. A. B. Ii and T. Pustaka, “No Title,” 2019.
- [6] I. D. G. A. Ekaprana, I. M. Jatra, and I. G. A. K. Giantari, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang,” *E-Jurnal Manaj. Univ. Udayana*, vol. 9, no. 8, p. 2895, 2020, doi: 10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p01.
- [7] N. R. Rahma Syabania, “Perancangan Aplikasi Customer Relationship Management (Crm) Pada Penjualan Barang Pre-Order Berbasis Website,” *Rekayasa Inf.*, vol. 10, no. 1, pp. 44–49, 2021.
- [8] P. Prasetya and R. Lubis, “Pembangunan Sistem Electronic Customer Relationship Management (E-Crm) Pt. Farhan Surya Indah,” *JUPITER J. Penelit. Mhs. Tek. dan Ilmu Komput.*, vol. 1, no. 1, pp. 20–26, 2021.
- [9] A. K. Faisal Okta Nugraha1*, Wina Witanti2, “Fakultas Teknik – Universitas Muria Kudus 431,” *Fak. Tek. – Univ. Muria Kudus*, pp. 431–438, 2017.
- [10] D. S. Irwandi Tanjung 1, “Perancangan Sistem Informasi Rekam Medis Terpadu Dalam Upaya,” *J. Intra-Tech*, vol. 1, no. 1, pp. 43–54, 2017.
- [11] M. H. A. Muhdar Abdurahman1, Mudar Safi2, “IJIS Indonesian Journal on Information System e- ISSN 2548-6438 p-ISSN 2614-7173,” *Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 3, no. September 2018, pp. 85–92, 2018.
- [12] A. Lutfi, “SISTEM INFORMASI AKADEMIK MADRASAH ALIYAH SALAFIYAH SYAFI ’ IYAH MENGGUNAKAN PHP DAN MYSQL ACADEMIC INFORMATION SYSTEM OF SALAFIYAH SYAF ’ IYAH SENIOR HIGHT,” *J. AiTech*, vol. 3, no. 2, pp. 104–112, 2017.
- [13] A. Indri and N. Marpaung, “ANALYSIS OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT METHODS IN RAW MATERIAL INVENTORY AND DISTRIBUTION OF CRIPS IN UD . BU SRI WEB-BASED ANALISIS METODE SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DALAM PERSEDIAAN BAHAN BAKU DAN DISTRIBUSI KRIPIK PADA UD . BU SRI BERBASIS WEB,” *J. Tek. Inform.*, vol. 3, no. 2, pp. 331–339, 2022.
- [14] T. M. Fitria2), “FST PSU Bekasi,” *J. Inform. SIMANTIK*, vol. 6, no. 1, pp. 12–16, 2021.
- [15] A. C. N. Ria Agustina1*), “TEMPAT WISATA BERBASIS WEB MENGGUNAKAN,” *J. Teknol. TERKINI*, vol. 1, no. 1, pp. 1–12, 2021.