



Implementasi Sistem CRM Meningkatkan Kepuasan *Customer* Pada Divisi *Business Center* Bina Nusantara

Alfianto ¹

Universitas Budi Luhur

Lauw Li Hin ²

Universitas Budi Luhur

Alamat: Jl. Ciledug Raya, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia, 12260

Penulis Korespondensi: (1,2) 2112510470@student.budiluhur.ac.id

Abstract. *In the continuously evolving digital era, organizations are required to optimize information technology to improve service quality and strengthen customer relationships. The Business Center Division faces various challenges, such as delays in handling complaints, suboptimal recording of customer interactions, and conventional service processes, which lead to decreased service effectiveness and customer satisfaction levels. Therefore, a solution is needed in the form of a Customer Relationship Management (CRM) system capable of integrating customer data management, improving communication quality, and supporting fast, accurate decision-making. This study aims to design and implement a CRM system within the Business Center Division to enhance customer satisfaction and organizational operational efficiency. The research methodology includes system requirements analysis, system design, application development, implementation, and performance evaluation post-deployment. The developed CRM system is designed to support the recording of service activities, centralized customer data management, systematic monitoring and handling of complaints, and the provision of relevant reports and information for management. The results indicate that the implementation of the CRM system improves service quality through more structured and well-documented work processes, accelerates response times to customer needs and complaints, facilitates information access, and enhances inter-departmental coordination. The application of CRM also has a positive impact on employee efficiency and helps the organization build better long-term relationships with customers. Thus, the implementation of a CRM system in the Business Center Division is proven to be an effective solution for increasing customer satisfaction, improving business processes, and supporting organizational competitiveness amidst an increasingly competitive and service-oriented business environment.*

Keywords: CRM Implementation, Business Center Application, Case Study, Customer Satisfaction, Operational Efficiency.

Abstrak. Dalam era digital yang terus berkembang, organisasi dituntut untuk mampu memanfaatkan teknologi informasi secara optimal guna meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat hubungan dengan customer. Divisi Business Center menghadapi berbagai permasalahan, seperti keterlambatan dalam penanganan keluhan, kurang optimalnya pencatatan interaksi dengan customer, serta proses pelayanan yang masih bersifat konvensional, sehingga berdampak pada menurunnya efektivitas layanan dan tingkat kepuasan customer. Oleh karena itu, diperlukan suatu solusi berupa penerapan sistem Customer Relationship Management (CRM) yang mampu mengintegrasikan pengelolaan data customer, meningkatkan kualitas komunikasi, serta mendukung proses pengambilan keputusan secara cepat dan akurat. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan sistem CRM pada Divisi Business Center guna meningkatkan kepuasan customer dan efisiensi operasional organisasi. Metode penelitian yang digunakan meliputi analisis kebutuhan sistem, perancangan sistem, pembangunan aplikasi, implementasi, serta evaluasi kinerja sistem setelah diterapkan. Sistem CRM yang dikembangkan dirancang untuk mendukung pencatatan aktivitas layanan, pengelolaan data customer secara terpusat, pemantauan dan penanganan keluhan secara sistematis, serta penyediaan laporan dan informasi yang relevan bagi pihak manajemen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi sistem CRM mampu meningkatkan kualitas pelayanan melalui proses kerja yang lebih terstruktur dan terdokumentasi dengan baik, mempercepat respons terhadap kebutuhan dan keluhan customer, mempermudah akses informasi, serta meningkatkan koordinasi antarbagian dalam organisasi. Penerapan CRM juga memberikan dampak positif terhadap efisiensi kerja karyawan dan membantu organisasi dalam membangun hubungan jangka panjang yang lebih baik dengan customer. Dengan demikian, penerapan sistem CRM pada Divisi Business Center

terbukti menjadi solusi efektif dalam meningkatkan kepuasan customer, memperbaiki proses bisnis, serta mendukung peningkatan daya saing organisasi di tengah dinamika lingkungan bisnis yang semakin kompetitif dan berorientasi pada layanan.

Kata kunci: Implementasi CRM, Aplikasi *Business Center*, Studi Kasus, Kepuasan *Customer*, Efisiensi Operasional.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat dan terus menemukan penemuan baru telah membawa masyarakat menuju era digital, di mana segala informasi dan ilmu pengetahuan disajikan dalam format digital serta memasuki segala bidang, termasuk pendidikan dan dunia usaha. Pelaku usaha yang tidak memanfaatkan teknologi informasi dapat mengalami kemunduran, sementara pemanfaatannya memberikan dampak positif untuk mendukung kemajuan bisnis, sebagaimana transformasi yang dialami Universitas Bina Nusantara yang berawal dari *Modern Computer Course* pada 1974 hingga berkembang menjadi institusi besar yang kini menggunakan sistem *Customer Relationship Management* (CRM) untuk meningkatkan layanan dan memperkuat hubungan dengan customer. Salah satu divisinya, yaitu *Business Center*, saat ini masih menggunakan sistem konvensional dalam melakukan order permintaan perbaikan atau perawatan yang mengakibatkan munculnya masalah seperti karyawan lupa menginformasikan tugas kepada tim *maintenance* dan penanganan yang tidak maksimal, sehingga tujuan utama penelitian ini adalah membuat sistem CRM pada Divisi *Business Center* untuk mengatasi hambatan tersebut, meningkatkan kepuasan *customer*, serta memberikan kontribusi bagi Bina Nusantara dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan loyalitas *customer*.

2. KAJIAN TEORITIS

Sistem Informasi

Sistem informasi adalah suatu kombinasi terorganisir dari perangkat keras (*hardware*), perangkat lunak (*software*), manusia, prosedur, dan basis data yang dirancang untuk mengumpulkan, mengolah, menyimpan, dan mendistribusikan informasi guna mendukung proses pengambilan keputusan, koordinasi, pengendalian, serta aktivitas operasional dalam sebuah organisasi. Pengetahuan sistem informasi bagi pengelola organisasi menjadi sangat penting karena terjadinya perubahan yang sangat cepat dari informasi konvensional ke informasi serba digital, di mana informasi itu sendiri merupakan kumpulan data yang disimpan dan diolah sehingga menghasilkan suatu pengetahuan yang bernilai bagi pengguna. Suatu sistem dapat dilihat sebagai kumpulan komponen fisik maupun prosedur konseptual yang saling berinteraksi, berhubungan, dan tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya untuk mencapai suatu tujuan. Sebagai infrastruktur yang berfungsi, sistem informasi mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian yang mendukung fungsi operasi bersifat manajerial dengan kegiatan strategi guna menyediakan laporan yang diperlukan bagi pihak luar serta informasi yang relevan bagi manajemen di setiap tingkat (Ramadhan and Supatman, 2022).

Customer Relationship Management (CRM)

Customer Relationship Management (CRM) adalah istilah dalam ilmu manajemen yang dikenal sebagai manajemen dalam membangun hubungan baik terhadap customer, di mana dalam perjalanannya meliputi customer service seperti menjawab pertanyaan, menyediakan fasilitas pencarian dan perbandingan produk, menyediakan informasi teknis, hingga memungkinkan customer melakukan pesanan secara online yang personal sesuai kebutuhan masing-masing (*customized*) (Suwandi, Mutohar and Suijianto, 2023). Meskipun CRM adalah solusi yang bermanfaat bagi organisasi, terdapat faktor internal penting yang mempengaruhi implementasinya, yaitu komitmen manajemen puncak untuk mengkomunikasikan bahwa CRM hanya akan mengoptimalkan proses kerja, serta budaya organisasi yang membutuhkan karyawan untuk mengubah sikap terhadap kerjasama integratif dan komunikasi di semua tingkatan. Selain itu, pengembangan sistem harus dipikirkan setiap detailnya untuk menghindari fungsi yang tidak perlu yang membuat sistem kompleks dan menambah biaya, serta diperlukan dukungan sumber daya pembiayaan yang solid dari perusahaan untuk implementasi, pemantauan berkelanjutan, dan peningkatan sistem CRM tersebut.

Analisis Berorientasi Objek

Unified Modeling Language

Unified Modeling Language (UML) adalah bahasa pemodelan standar yang digunakan untuk merancang dan mendokumentasikan sistem berorientasi objek secara visual guna mempermudah komunikasi antara *developer* dan *stakeholder* melalui berbagai diagram spesifik, seperti *Use Case Diagram* untuk memvisualisasikan interaksi aktor dengan fungsionalitas sistem, *Activity Diagram* untuk menggambarkan alur kerja (*workflow*) atau aktivitas internal sistem, *Class Diagram* untuk mendeskripsikan struktur statis berupa kelas, atribut, metode, serta hubungan antar-kelas, dan *Sequence Diagram* yang menunjukkan grafik dua dimensi interaksi objek berdasarkan urutan waktu.

Teori-teori Khusus

Customer Relationship Management (CRM)

Customer Relationship Management (CRM) adalah proses mengelola informasi dan titik sentuhan customer secara cermat untuk memaksimalkan kepuasan, loyalitas, dan profit bisnis melalui strategi *Customer Acquisition* untuk mendapatkan pelanggan baru, *Customer Retention* untuk mempertahankan yang sudah ada, serta *Feedback & Continuous Improvement* untuk perbaikan berkelanjutan. Tujuan utamanya adalah meningkatkan pendapatan melalui *up-selling* dan *cross-selling* dengan memanfaatkan integrasi teknologi canggih seperti otomasi, analitik, dan pemasaran digital guna memprediksi kebutuhan *customer*. Implementasi CRM memberikan manfaat strategis bagi organisasi, mulai dari mendorong loyalitas yang lebih kuat dan mengurangi biaya operasional, hingga meningkatkan efisiensi kerja melalui pengelolaan data yang lebih terstruktur.

Electronic Customer Relationship Management (e-CRM)

Kepuasan *customer* merupakan hasil evaluasi kognitif yang membandingkan standar harapan dengan kinerja layanan yang benar-benar dirasakan, di mana *customer*

yang loyal akan memberikan rekomendasi positif bagi perusahaan. Dalam strategi bisnis modern, *Customer Relationship Management* (CRM) menempatkan *customer* sebagai inti keberhasilan melalui pengelolaan hubungan yang efektif, yang kini bertransformasi menjadi e-CRM dengan memanfaatkan teknologi nirkabel, internet, dan email. Penerapan e-CRM memungkinkan perusahaan memahami perilaku *customer* secara lebih mendalam melalui kontak digital untuk mengembangkan hubungan yang lebih sukses, berbeda dengan CRM tradisional yang masih mengandalkan interaksi konvensional seperti telepon, toko retail, atau faks.

Tools Yang Digunakan

Fishbone Diagram

Fishbone diagram adalah teknik manajemen kualitas yang dikembangkan oleh Profesor Kaoru Ishikawa untuk memaparkan penyebab permasalahan secara grafis melalui hubungan sebab-akibat. Diagram ini berfungsi menunjukkan berbagai faktor utama yang memengaruhi kualitas serta mengidentifikasi faktor-faktor terperinci yang berkontribusi pada suatu masalah spesifik, seperti penyebab kecacatan produk. Melalui struktur panah berbentuk tulang ikan, organisasi dapat memetakan akar permasalahan secara sistematis guna mendukung proses analisis dan perbaikan kualitas yang lebih akurat (Pareto, 2023).

Software Yang Digunakan

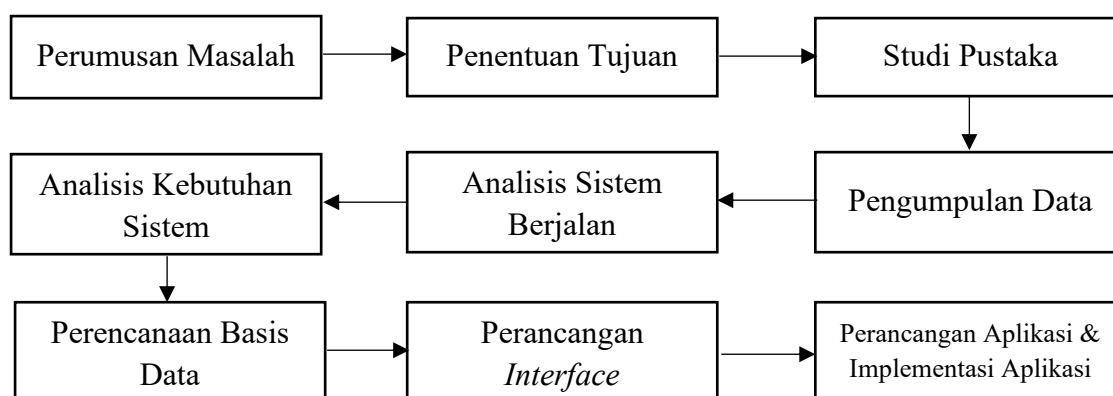
Pengembangan sistem ini didukung oleh perangkat lunak utama yang meliputi MySQL sebagai sistem manajemen basis data menggunakan perintah SQL, serta *Visual Studio Code* (VSCode) sebagai *platform text editor* lintas sistem operasi yang mendukung berbagai bahasa pemrograman. Proses pembangunan aplikasi *web* menjadi lebih cepat dan dinamis melalui penggunaan *framework* CodeIgniter yang berbasis arsitektur MVC (*Model-View-Controller*) dan menyediakan berbagai *library* serta *helpers* siap pakai. Sementara itu, untuk tahap perancangan antarmuka dan *prototype*, digunakan Figma sebagai alat desain grafis kolaboratif yang populer di bidang UI/UX guna memastikan kualitas tampilan aplikasi seluler maupun *web*.

Bahasa Pemrograman

Pengembangan sisi *frontend* dan *backend* aplikasi ini melibatkan HTML sebagai bahasa *markup* standar untuk menyusun struktur dan menampilkan informasi pada halaman web dalam format hiperteks, yang kemudian disempurnakan oleh JavaScript sebagai bahasa pemrograman dinamis sisi klien (*client-side*) untuk menciptakan interaksi pengguna yang responsif di dalam *browser* (Hermiati, Kanedi and E-commerce, 2021). Sementara itu, untuk pengolahan dan pemrosesan data secara dinamis, digunakan PHP sebagai bahasa *scripting* sisi server (*server-side*) di mana seluruh sintaks dijalankan sepenuhnya pada *server* dan hanya hasilnya yang dikirimkan ke *browser* pengguna.

3. METODE PENELITIAN

Tahapan Penelitian



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Metodologi penelitian ini dimulai dengan perumusan masalah melalui observasi mendalam dan analisis *Fishbone Diagram* pada divisi *Business Center*, yang diikuti dengan penentuan tujuan untuk mengimplementasikan pendekatan CRM guna meningkatkan pelayanan pelanggan. Proses dilanjutkan dengan studi pustaka untuk membangun kerangka konseptual serta pengumpulan data melalui wawancara dan tinjauan dokumen terkait. Tahap teknis meliputi analisis sistem berjalan menggunakan *Activity Diagram*, analisis kebutuhan sistem dengan *Use Case Diagram*, serta perancangan basis data menggunakan *Class Diagram* dan MySQL. Akhirnya, dilakukan perancangan *interface* menggunakan Figma yang diikuti dengan pembuatan dan implementasi aplikasi menggunakan *framework* Laravel serta bahasa pemrograman PHP, HTML, dan JavaScript untuk menghasilkan solusi sistem yang fungsional di *Business Center*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Organisasi

Analisis Sistem Berjalan

Proses bisnis pada Divisi *Business Center* saat ini meliputi alur penawaran sewa, survei lokasi dan negosiasi, penandatanganan surat perjanjian serta serah terima kunci, hingga pelaporan komplain kerusakan yang masih dilakukan secara konvensional melalui telepon. Berdasarkan analisis *Fishbone Diagram*, ditemukan beberapa masalah utama seperti kelalaian karyawan dalam menangani keluhan, belum adanya layanan berbasis sistem, serta keterbatasan wadah pelaporan yang maksimal. Sebagai solusi untuk meningkatkan efektivitas pelayanan, diidentifikasi kebutuhan sistem digital yang mencakup fitur fungsional seperti *Form Login* (untuk *admin*, *PIC*, dan *customer*), *View Order*, Manajemen Data *User/PIC/Customer*, fitur *Ticket* dan *Action Ticket* untuk penanganan komplain sistematis, pengunggahan *Bukti Bayar*, *Print Invoice*, serta fitur evaluasi berupa *Testimoni*, *Rating*, dan *Remark* untuk memantau progres pengerjaan secara transparan.

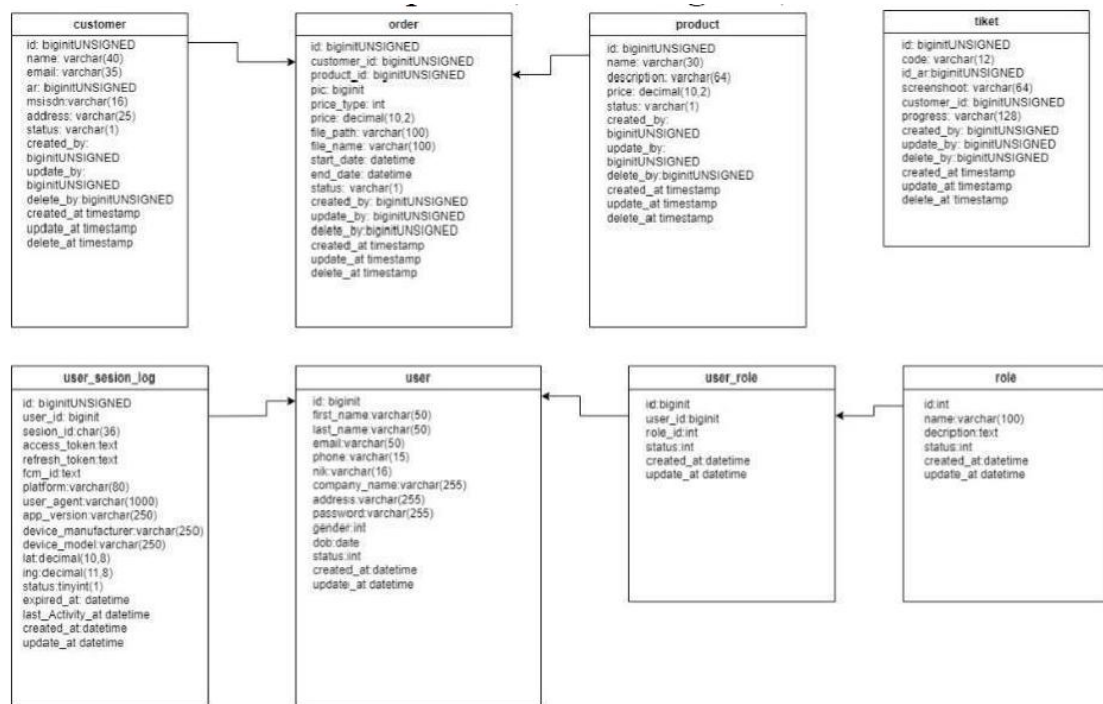
Perancangan Sistem Usulan

Model Sistem

Sistem yang diusulkan ini dirancang menggunakan *Use Case Diagram* dan *Activity Diagram* yang melibatkan tiga aktor utama, yaitu *Admin*, *PIC/Leader*, dan *Customer*,

untuk mengelola proses pendaftaran, pelaporan masalah, hingga transaksi secara terstruktur. Alur kerja dimulai dari proses login yang divalidasi sistem, dilanjutkan dengan fungsionalitas utama seperti pemesanan aplikasi (*order*) beserta cetak *invoice*, serta manajemen tiket kendala yang memungkinkan pelanggan melaporkan *bugs* sementara *Admin*/PIC melakukan pemutakhiran progres dan estimasi pengerjaan. Seluruh proses ini didokumentasikan secara detail melalui *Use Case Narrative* dan diagram aktivitas untuk memastikan transparansi operasional, mulai dari tahap pelaporan, penanganan masalah, hingga pemberian testimoni atau penilaian akhir oleh pelanggan sebagai bentuk evaluasi layanan.

Model Data

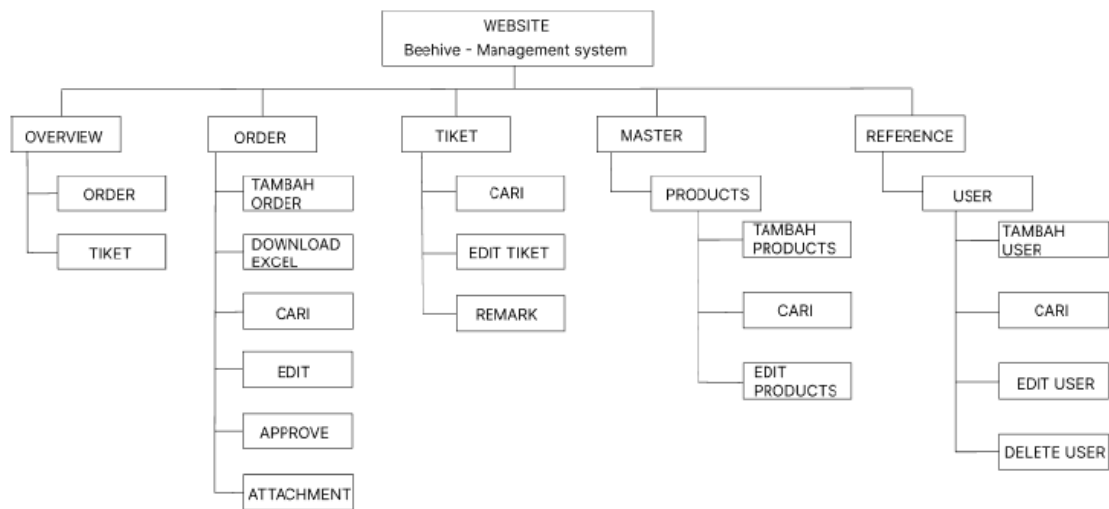


Gambar 2. Permodelan Data Konseptual (Class Diagram)

Basis data sistem ini dirancang dengan struktur yang terdiri dari enam tabel utama, yaitu *Users* (akun login), *Customer* (profil pelanggan), *Order* (transaksi sewa), *Product* (katalog aplikasi), *Tiket* (pelaporan kendala), dan *Role* (hak akses). Setiap tabel menggunakan media penyimpanan cakram keras (*hardisk*) dengan *Primary Key* pada kolom ID serta mencakup metadata pelacakan waktu (*timestamp*) untuk pembuatan dan pembaruan data. Secara keseluruhan, estimasi total kapasitas penyimpanan yang dibutuhkan untuk menampung seluruh *record* tersebut adalah sekitar 2.264.004,88 byte atau setara dengan 2,26 MB, dengan tabel *Tiket* sebagai penyumbang volume data terbesar (1,35 MB).

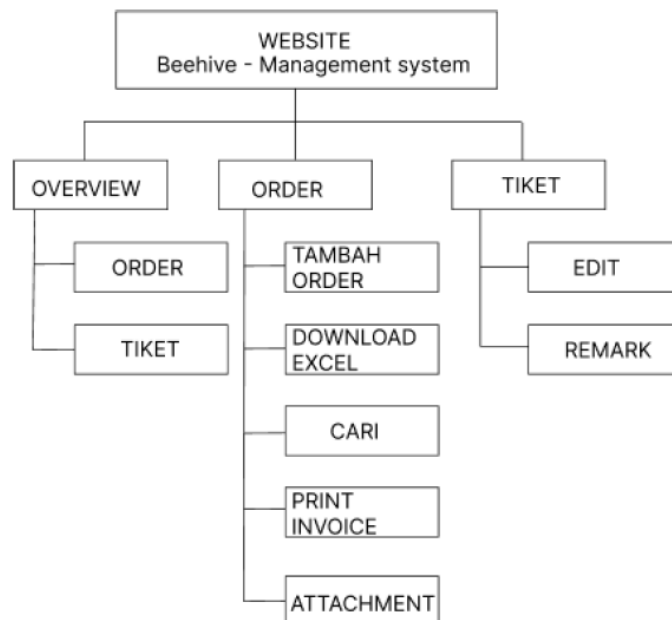
Struktur Menu/Tampilan

1. Tampilan Menu *Admin*



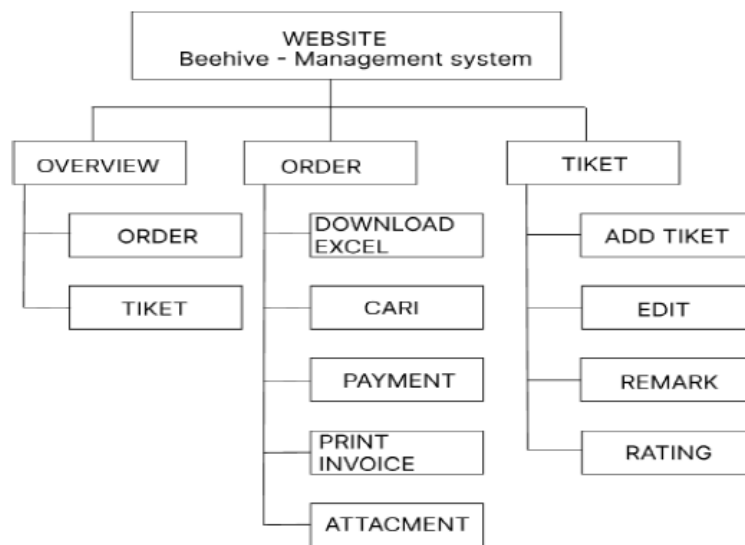
Gambar 3. Tampilan Menu *Admin*

2. Tampilan Menu PIC



Gambar 4. Tampilan Menu PIC

3. Tampilan Menu *Customer*

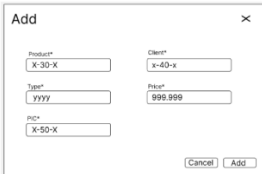


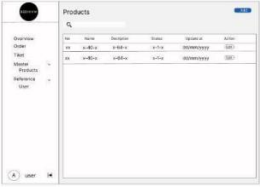
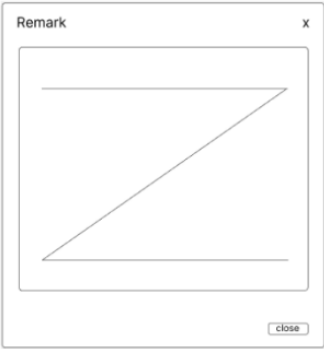
Gambar 5. Tampilan Menu *Customer*

Rancangan Layar

Tabel 1. Tabel Rancangan Layar

Rancangan Layar <i>Login</i>	 Tampilan rancangan layar menu <i>login</i>, <i>customer</i> dan PIC harus memasukkan <i>email</i> dan <i>password</i> yang sudah di daftarkan oleh <i>admin</i>.	Rancangan Layar <i>Add User</i>	 Pada tampilan <i>add user admin</i> dapat mendaftarkan untuk menjadi <i>user</i> pada sistem ini diisi sesuai dengan <i>form inputan</i> pada tampilan <i>add user</i>.
Rancangan Layar <i>Order</i>	 Pada tampilan <i>order</i> terdapat fitur seperti <i>cari</i>, <i>download excel</i>, <i>add</i>, <i>edit</i>, <i>approve</i>, <i>attachment</i>.	Rancangan Layar <i>Edit User</i>	 Pada tampilan <i>edit user</i>, fitur yang digunakan jika

			ada kesalahan pada saat <i>input user</i> .
Rancangan Layar Tambah Order	 Pada tampilan tambah order, terdapat beberapa form inputan seperti <i>product, client, type, price, pic</i>.	Rancangan Layar Customer Order	 Pada tampilan <i>customer order</i> terdapat menu <i>print invoice, payment</i> dan <i>attachment</i>.
Rancangan Layar Tiket	 Pada tampilan tiket <i>customer</i> dapat membuat tiket untuk melakukan pelaporan bahwa ada sistem yang berjalan kurang maksimal.	Rancangan Layar Print Invoice	 Tampilan <i>print invoice</i> merupakan tampilan ketika <i>customer</i> sudah <i>order</i> sistem, sebagai tanda bukti maka <i>customer</i> harus <i>print invoice</i>.
Rancangan Layar Add Tiket	 Pada tampilan <i>add tiket customer</i> akan membuat laporan dengan memberitahu ada masalah ada di sistem dengan cara mengisi sesuai <i>form inputan</i> yang tersedia pada menu <i>add</i>.	Rancangan Layar Unggah Bukti Pembayaran	 Tampilan unggah bukti pembayaran <i>customer, cutomer</i> unggah bukti pembayaran agar <i>admin</i> mengetahui bahwa sudah melakukan pembayaran untuk mengaktifkan aplikasi yang telah disewa.

Rancangan Layar <i>View Product</i>	 Pada tampilan <i>view product</i>, semua yang memiliki hak akses untuk login maka dapat melihat seluruh produk yang sudah ditambahkan oleh admin.	Rancangan Layar Tampilan <i>Remark</i>	 Tampilan rancangan layar <i>remark</i> digunakan untuk melihat status progress pelayanan yang sedang dilaporkan <i>customer</i>.
Rancangan Layar <i>Add Product</i>	 Pada tampilan <i>add produk</i> hanya <i>admin</i> yang dapat menambahkan sebuah produk yang sudah di buat dan siap digunakan oleh <i>customer</i>.	Rancangan Layar Tampilan <i>Penilaian</i>	 Tampilan layar penilaian digunakan untuk menilai bagaimana pelayanan saat merespon ketika sistem sedang ada masalah.
Rancangan Layar <i>View User</i>	 Pada tampilan <i>view user</i>, semua <i>user</i> akan tampil pada halaman <i>view user</i> yang sudah di daftarkan oleh <i>admin</i>.	Rancangan Layar Tampilan <i>Dashboard Admin</i>	

Rancangan Masukan

- a. Nama masukan : Data *User*
Sumber : *Customer*, Admin, PIC
Fungsi : Untuk mengetahui data *user*
Media : Internet

- Format : **Lampiran D.1**
- b. Nama masukan : Data Order
 - Sumber : Admin, PIC
 - Fungsi : Untuk mengetahui data order
 - Media : Internet
 - Format : **Lampiran D.4**
- c. Nama masukan : Data Aplikasi
 - Sumber : Admin
 - Fungsi : Untuk mengetahui data aplikasi
 - Media : Internet
 - Format : **Lampiran D.2**
- d. Nama masukan : Tiket
 - Sumber : PIC
 - Fungsi : Sebagai pemberitahuan kepada *customer*
 - Media : Internet
 - Format : **Lampiran D.3**

Rancangan Keluaran

- a. Nama keluaran : Cetak Invoice
 - Sumber : *Customer*
 - Fungsi : Sebagai bukti melakukan pemesanan
 - Media : website
 - Format : **Lampiran C.1**
- b. Nama keluaran : Laporan Order
 - Sumber : Admin
 - Fungsi : Sebagai laporan order
 - Media : website
 - Format : **Lampiran C.2**
- c. Nama keluaran : Remark
 - Sumber : Admin, PIC dan *Customer*
 - Fungsi : Sebagai laporan proses pengerjaan
 - Media : website
 - Format : **Lampiran C.3**
- d. Nama keluaran : Rating
 - Sumber : *Customer*
 - Fungsi : Sebagai laporan penilaian
 - Media : website
 - Format : **Lampiran C.4**

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan untuk meningkatkan pelayanan *customer* pada Beehive, dapat diambil kesimpulan bahwa implementasi sistem CRM telah berhasil mengubah proses penyewaan sistem menjadi berbasis aplikasi dan tidak lagi manual melewati WhatsApp melalui menu *order*. Sistem ini kini dilengkapi dengan fitur tiket pelaporan untuk mempermudah *customer* melaporkan masalah sistem, fitur *print invoice* untuk memastikan penggunaan aplikasi, serta fitur *payment* dan *attachment*

untuk mengunggah dan melihat bukti bayar biaya sewa. Selain itu, terdapat fitur *download excel* pada order untuk mempermudah melihat hasil data, fitur *remark* untuk memantau proses setelah pembuatan tiket, serta fitur *rating* yang digunakan untuk menilai tingkat kepuasan *customer* terhadap pelayanan yang diberikan.

Untuk pengembangan penelitian selanjutnya, penulis memberikan saran bahwa sistem CRM ini dirancang dengan harapan meningkatkan kualitas untuk melayani *customer* dengan baik. Oleh karena itu, komitmen dari Beehive sangat diperlukan agar sistem yang telah dibangun tersebut dapat berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan secara berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Dini Wulandari, Zulfi Azhar, A.S. (2022) 'PERANCANGAN E-CRM UNTUK MENINGKATKAN PELAYANAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA INTAN LAUNDRY', 2(3), pp. 229–236.
- Dr. Kusnendi, M.. (2021) 'Konsep Dasar Sistem Informasi', pp. 1–36.
- Fadhila Nur Aini, A.K. (2024) 'PENERAPAN SISTEM CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAJEMEN) UNTUK MENINGKATKAN HUBUNGAN PELANGGAN STUDI KASUS PADA PT . TUJUHLANGIT LINTAS NUSANTARA APPLICATION OF CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) SYSTEM TO IMPROVE CUSTOMER RELATIONSHIPS CASE STUDY O', 20, pp. 65–77.
- Hardiana, Y.S. et al. (2022) 'PENERAPAN CRM UNTUK MENINGKATKAN', 1, pp. 1–9.
- Hermiati, R., Kanedi, I. and E-commerce, A.P. (2021) 'PEMBUATAN E-COMMERCE PADA RAJA KOMPUTER MENGGUNAKAN BAHASA', 17(1), pp. 54–66.
- Ii, B.A.B. and Pustaka, T. (2021) 'No Title', pp. 7–17.
- Informasi, P.T., Teknik, F. and Surabaya, U.N. (2024) 'RANCANG BANGUN LEARNING MANAGEMENT SYSTEM MENGGUNAKAN MODEL PROJECT BASED LEARNING UNTUK MENINGKATKAN KOMPETENSI MEMPROGRAM JAVASCRIPT', pp. 1–8.
- Irni Oktavia, Deddy Irfan, Ambiyar, T.I. (2020) 'APLIKASI BOOKING ONLINE UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN DAN MENGOPTIMALKAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)', 3, pp. 365–379.
- Kurniawan, T.A. (2022) 'PEMODELAN USE CASE (UML): EVALUASI TERHADAP BEBERAPA KESALAHAN DALAM PRAKTIK USE CASE (UML) MODELING : EVALUATION ON SOME PITFALLS IN PRACTICES', 5(1), pp. 77-86. Available at: <https://doi.org/10.25126/jtiik.201851610>.

- Limantoro, R.R. (2021) '(S I N T E K) Pengembangan Sistem Informasi Pendataan Green Folder Menggunakan Metode Berorientasi Objek Dan UML Berbasis Web Pada TK Harvest Christian School', 1(1), pp. 7–14.
- Pareto, D. (2023) 'ANALISIS PENGENDALIAN KUALITAS PRODUKSI MEJA DAN KURSI MENGGUNAKAN DIAGRAM PARETO DAN FISHBONE PADA PK . SKM', 6, pp. 559–572.
- Ramadhan, A. and Supatman (2022) 'SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMILIHAN SUPPLIER PADA PT. AVO INNOVATION TECHNOLOGY DENGAN METODE SIMPLE ADDITIVE WEIGHTING (SAW)', 4(2), pp. 256–267.
- Solechan, A. and Kusumo, H. (2022) 'Strategi e-CRM Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen : Sebuah Literatur Review', 2(1), pp. 64–74.
- Star, Y. (2025) 'Implementasi Customer Relationship Management (CRM) dalam Strategi Pemasaran UMKM Berbasis Digital', 4(4), pp. 805–817. Available at: <https://doi.org/10.55123/mamen.v4i4.6490>.
- Surabaya, U.N. (2022) 'PENGEMBANGAN MULTIMEDIA INTERAKTIF BERBASIS HTML MATERI PERPINDAHAN KALOR KELAS V SEKOLAH DASAR Abstrak'.
- Suwandi, E.A., Mutohar, P.M. and Suijianto, A.E. (2023) '(CRM) dalam Meningkatkan Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan', 1(1), pp. 1–11.
- Syabania, R. and Rosmawarni, N. (2021) 'PERANCANGAN APLIKASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PADA PENJUALAN BARANG PRE- ORDER BERBASIS WEBSITE', 10(1).
- Yuanita Maria Widyastuti, Teguh Oktiarso, dan N.K.P. (2024) 'PERANCANGAN SISTEM CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT UNTUK MENINGKATKAN EFISIENSI', 7.