

¹⁾ fadilashelyamalia@gmail.com

Customer Relationship Management (CRM) adalah sistem yang membantu perusahaan memperoleh dan menyimpan data pelanggannya serta meakukan hubungan dua arah(Hidayat, 2014)(Hidayat, 2014)(Hidayat, 2014)(Hidayat, 2014)(Hidayat, 2014)(Hidayat, 2014)(Hidayat, 2014)(Hidayat, 2014)(Hidayat, 2014)(Hidayat, 2014)(Hidayat, 2014). CRM saat ini lebih menekankan pada perubahan kebijakan dan prosedur yang di desain untuk meningktakan sales dan customer retention di berbagai lini perusahaan. CRM juga dapat diaplikasikan dengan menggunakan sistem berbasis internet atau biasanya disebut dengan E-CRM. E-CRM merupakan suatu usaha mengelola relasi antara perusahaan dengan pelanggan dalam rangka meningkatkan loyalitas produk-produk yang dijual oleh perusahaan dengan memanfaatkan teknologi dan internet. Dengan menerapkan E-CRM yang baik, perusahaan akan lebih mudah beinteraksi dengan calon pelanggan maupun pelanggan dan menyediakan informasi sesuai dengan kebutuhannya. Pelanggan juga dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan dengan lebih cepat dan mudah.Toko Puspa merupakan sebuah toko yang menjual perlengkapan persembahyangan Umat Hindu. Proses transaksi penjualan pada toko Puspa saat ini masih menggunakan sistem manual dan belum menggunakan sistem yang terkomputerisasi. Pelanggan harus datang langsung ke toko Puspa untuk mendapatkan informasi produk yang dijual, melakukan proses pembelian dan pembayaran produk perlengkapan persembahayangan. Selain itu, kurangnya interaksi dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan menyebabkan pelanggan tidak mau berinteraksi atau berhubungan kembali dengan perusahaan. Oleh karena itu,diperlukan suatu sistem yang dapat memudahkan transaksi penjualan pada toko Puspa serta dapat memudahkan interaksi perusahaan dalam menjalin hubungan yang baik dengan pelanggannya agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menerapkan E-CRM sebagai solusi yang dapat digunakan untuk memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi pembelian serta dapat mempertahankan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: CRM, E-CRM, Penjualan

Perkembangan teknologi yang sangat pesat saat ini membawa pengaruh yang besar terhadap kinerja perusahaan di seluruh bidang bisnis baik dalam perusahaan dagang maupun jasa. Dalam mempertahankan daya saing yang ketat dengan kompetitor yang lebih maju, maka perusahaan harus terus mengembangkan teknologi untuk mendukung proses bisnis perusahaan. Hal lain yang perlu diperhatikan dalam membuat perusahaan lebih maju adalah menjaga relasi dengan para pelanggan. Kepercayaan dan loyalitas dari pelanggan merupakan

hal yang mendukung suatu perusahaan agar dapat berkembang dengan baik. Faktor yang mempengaruhi kepercayaan dan loyalitas pelanggan tersebut didukung oleh kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Dalam upaya pengelolaan hubungan yang baik dengan calon pelanggan maupun pelanggan, perusahaan menggunakan *Customer Relationship Management* (CRM). *Customer Relationship Management* (CRM) adalah sistem yang membantu perusahaan memperoleh dan menyimpan data pelanggannya serta melakukan hubungan dua arah (David & Charles, 2001). CRM saat ini lebih menekankan pada perubahan kebijakan dan prosedur yang didesain untuk meningkatkan sales dan customer retention di berbagai lini perusahaan. CRM diimplementasikan dalam suatu perusahaan mempunyai tujuan untuk mengurangi biaya dan meningkatkan kinerja perusahaan, dengan mendapatkan loyalitas dari pelanggan yang terpenuhi kebutuhannya melalui perusahaan. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus bisa menemukan kebutuhan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pelanggan untuk meningkatkan daya saing perusahaan tersebut.

Tanpa pelanggan, sebuah organisasi tidak akan bertahan. Oleh karena itu, strategi untuk mengembangkan bisnis dan melayani kebutuhan pelanggan sangatlah berharga harus menjadi katalisator program CRM di seluruh bidang. CRM juga dapat diaplikasikan dengan menggunakan sistem berbasis internet atau biasanya disebut dengan E-CRM.

E-CRM merupakan suatu usaha mengelola relasi antara perusahaan dengan pelanggan dalam rangka meningkatkan loyalitas produk-produk yang dijual oleh perusahaan dengan memanfaatkan teknologi dan internet (Hidayat, 2014). Dengan menerapkan E-CRM yang baik, perusahaan akan lebih mudah berinteraksi dengan calon pelanggan maupun pelanggan dan menyediakan informasi sesuai dengan kebutuhannya. Pelanggan juga dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan dengan lebih cepat dan mudah.

Toko Puspa merupakan sebuah toko yang menjual perlengkapan persembahyangan Umat Hindu. Proses transaksi penjualan pada toko Puspa saat ini masih menggunakan sistem manual dan belum menggunakan sistem yang terkomputerisasi. Pelanggan harus datang langsung ke toko Puspa untuk mendapatkan informasi produk yang dijual, melakukan proses pembelian dan pembayaran produk perlengkapan persembahyangan. Selain itu, kurangnya interaksi dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan menyebabkan pelanggan tidak mau berinteraksi atau berhubungan kembali dengan perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan suatu sistem yang dapat memudahkan transaksi penjualan pada toko Puspa serta dapat memudahkan interaksi perusahaan dalam menjalin hubungan yang baik dengan pelanggannya agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. *Website* penjualan yang menerapkan E-CRM merupakan solusi yang dapat digunakan untuk memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi pembelian serta dapat mempertahankan *loyalitas* pelanggan, meningkatkan kepuasan pelanggan dan memudahkan interaksi antara pelanggan dan perusahaan dengan adanya fitur kuesioner dan fitur ulasan produk dari pelanggan.

KAJIAN PUSTAKA

Customer Relationship Management (CRM)

Customer Relationship Management (CRM) adalah fungsi terintegrasi dari strategi pemasaran, pemesanan dan pelayanan yang bertujuan untuk meningkatkan pendapat dari kepuasan pelanggan. Tanpa pelanggan, sebuah organisasi tidak akan bertahan (Sarasvananda et al., 2021). Oleh karena itu, strategi untuk mengembangkan bisnis dan melayani kebutuhan pelanggan sangatlah berharga harus menjadi katalisator program *Customer Relationship Management* (CRM) di seluruh bidang (Manurung & Sembiring, 2019). Apabila sebuah

perusahaan ingin mengembangkan bisnisnya, maka peran dari pelanggan tidak bisa diabaikan, sehingga pelanggan akan menjadi prioritas dalam menerapkan strategi perusahaan untuk menjadi yang terdepan. Untuk itu, CRM berbasiskan *web* (E-CRM) dengan teknologi internet menjadi pilihan. *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis *web* atau E-CRM merupakan strategi pemasaran untuk menciptakan dan mempertahankan suatu hubungan yang baik dengan pelanggan dan mengurangi kemungkinan pelanggan berpindah ke produk pesaing. Prinsip dasar *Customer Relationship Management* (CRM) yaitu mengambil data *input* berupa data *profile* dari semua pelanggan (*customer*) dan memberikan informasi yang sesuai kepada klien berupa informasi tentang *customer history*, kebutuhan-kebutuhan pasar dan isu-isu lain seputar perkembangan pasar (Novianti et al., 2016), (Hidayat, 2014).

E-Commerce

Perdagangan elektronik (*e-commerce*) mencakup proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, layanan atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet (Juniansyah et al., 2020), (Jamra et al., 2020).

Dimensi-Dimensi Hubungan

Hubungan adalah hal yang sangat rumit yang perlu dikelola secara hati-hati dan selalu membutuhkan keahlian dari orang-orang yang terlibat. Hubungan bukan lah sesuatu yang permanen melainkan jangka Panjang (Fahrizqi, 2018), (Fadly & Wantoro, 2019).

Sistem

Sistem merupakan jaringan prosedur yang dibuat menurut pola yang terpadu untuk melaksanakan kegiatan pokok perusahaan (Wantoro & Alkarim, 2016), (Pusparini et al., 2017). Sistem adalah sekumpulan komponen atau jaringan kerja dari prosedur yang saling berkaitan dan saling bekerja sama membentuk jaringan kerja untuk mencapai sasaran atau tujuan tertentu. Sedangkan unsur-unsur yang mewakili suatu sistem secara umum adalah masukan (*input*), pengolahan (*processing*), keluaran (*output*) (Juliyanto & Parjito, 2021), (Pasha & Suryani, 2017).

Informasi

Informasi adalah data yang telah diklasifikasikan atau diolah atau diinterpretasikan untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan (Fitriyana & Sucipto, 2020), (Dinasari et al., 2020), (Sofa et al., 2020). Tanpa suatu informasi, suatu sistem tidak akan berjalan dengan lancar dan akhirnya bisa mati. Suatu organisasi tanpa adanya suatu informasi maka organisasi tersebut tidak bisa berjalan dan tidak bisa beroperasi (Puspaningrum, 2017), (Saputra & Puspaningrum, 2021). Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang berguna dan menjadi berarti bagi penerimaannya (Anggraini et al., 2020), (Suri & Puspaningrum, 2020). Jadi informasi adalah kumpulan data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya (Yusmaida et al., 2020), (Hamidy & Octaviansyah, 2011).

Analisis Sistem

Analisis system merupakan Penguraian dari suatu sistem informasi yang utuh ke dalam bagian-bagian komponennya dengan maksud untuk mengidentifikasikan dan mengevaluasi permasalahan-permasalahan, kesempatan-kesempatan, hambatan-hambatan yang terjadi dan kebutuhan-kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikannya (Sulistiani et al., 2020), (Darwis et al., 2020).

Website

Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman – halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara atau gabungan dari semuanya baik bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing – masing dihubungkan dengan jaringan halaman (Riskiono & Pasha, 2020), (Wantoro, 2020), (Ulum & Muchtar, 2018). Hubungan antara satu halaman *web* yang lainnya disebut dengan *Hyperlink*, sedangkan teks yang dijadikan media penghubung disebut *Hypertext* (Ade & Novri, 2019), (Rianto, 2021), (Megawaty, 2020).

UML (*Unifed Model Language*)

Menurut UML adalah sekumpulan spesifikasi yang dikeluarkan oleh OMG. UML terbaru adalah UML 2.3 yang terdiri dari 4 macam spesifikasi, yaitu diagram interchange specification, UML infrastructure, UML Superstructure, dan objek constraint language (Ade & Novri, 2019), (Andrian, 2021).

“*Use Case Diagram* merupakan pemodelan untuk mendeskripsikan sebuah interaksi antara satu atau lebih aktor dengan sistem informasi yang akan dibuat. Secara besar, *use case* digunakan untuk mengetahui fungsi apa saja yang ada di dalam sebuah sistem informasi dan siapa saja yang berhak menggunakan fungsi-fungsi itu. *Class diagram* merupakan gambaran dari stuktur sistem dari segi pendefinisian kelas-kelas yang akan dibuat untuk membangun sistem. Menurut *Activity Diagram* adalah diagram aktivitas yang menggambarkan aktivitas sistem bukan apa yang dilakukan aktor, jadi aktivitas yang dapat dilakukan oleh sistem.

PHP

PHP adalah salah satu bahasa pemrograman skrip yang dirancang untuk membangun aplikasi *web* (Teknokrat, n.d.). Ketika dipanggil dari *web browser*, program yang ditulis dengan PHP akan di-*parsing* di dalam *web server* oleh *interpreter* PHP dan diterjemahkan ke dalam dokumen HTML, yang selanjutnya akan ditampilkan kembali ke *web server* (Ade & Novri, 2019), (Anggraini et al., 2020).

MySQL

SQL (*Structur Query Language*) merupakan bahasa yang banyak digunakan dalam berbagai produk database. MySQL pertama kali dibuat dan dikembangkan di Swedia, yaitu oleh David Axmark, Allan Larson, dan Michael “Monty” Widenius. Mereka mengembangkan MySQL sejak tahun 1980-an (Saifuddin Dahlan, 2013).

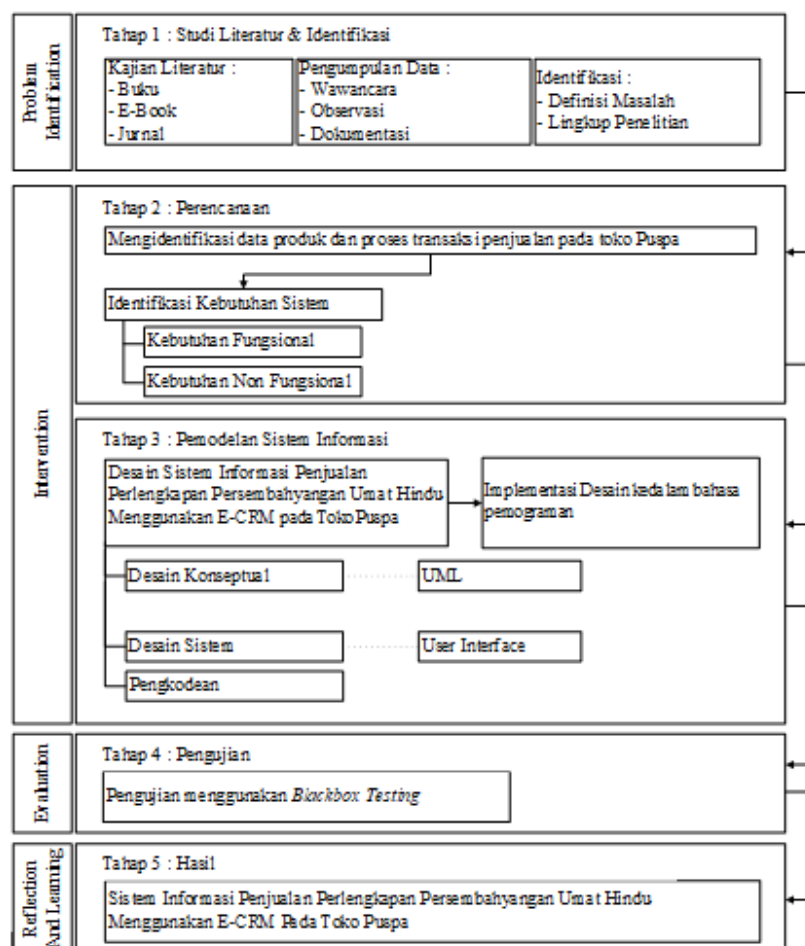
Extreme Programming (XP)

Extreme Programming (XP) adalah metodologi pengembangan perangkat lunak yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas perangkat lunak dan tanggap terhadap perubahan kebutuhan pelanggan. Jenis pengembangan perangkat lunak semacam ini dimaksudkan untuk meningkatkan produktivitas dan memperkenalkan pos pemeriksaan di mana persyaratan pelanggan baru dapat diadopsi. Pendekatan yang digunakan dalam *Extreme Programming* adalah *object-oriented* sebagai paradigma pengembangan dan mencakup seperangkat aturan (Ahmad et al., 2020), (Nugroho et al., 2021).

METODE

Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian dilakukan secara terencana, teratur, dan sistematis untuk mencapai tujuan tertentu. Tahapan penelitian ini juga merupakan pengembangan dari kerangka penelitian, dan terbagi lagi menjadi beberapa sub menu bagian.



Gambar 1 Tahapan Penelitian

Metode Pengumpulan Data

Wawancara (Interview)

Pengumpulan data dengan metode *interview* yaitu metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara langsung dengan orang-orang yang terkait di bagian pemasaran dan pemesanan ayam potong pada Sumber Mulia Abadi, wawancara dilakukan oleh satu narasumber pada pimpinan sehingga didapat data yang valid.

Pengamatan (*Observation*)

Pengumpulan data dengan mengamati atau *observation* yaitu metode pengumpulan data dengan cara pengamatan dan pencatatan secara langsung. Mempelajari segala sesuatu yang berhubungan dengan sistem yang ada saat ini. Mengamati secara langsung seputar sistem yang berjalan mengenai mengenai proses pesanan hotline *sparepart*, yang menghasilkan laporan *pesanan hotline sparepart* (Rianto, 2021), (Ade & Novri, 2019).

Dokumentasi (*Documentations*)

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara membaca, mencatat, mengutip, dan mengumpulkan data-data secara teoritis dari buku-buku dan jurnal sebagai landasan penyusunan penelitian (Andrian, 2021). Peneliti meminjam buku di perpustakaan Teknokrat, mencari data dari jurnal juga dilakukan untuk referensi laporan ini, dimana teori tersebut diletakkan pada landasan teori (Gotama et al., 2021), (Teknokrat, n.d.).

Analisis PIECES

Setelah melakukan studi literatur dan identifikasi, penulis melakukan identifikasi masalah menggunakan metode analisis PIECES. Analisis PIECES terdiri dari *performance*, *information*, *economy*, *control*, *efisiensi*, *service*. Berikut analisis PIECES untuk mengidentifikasi masalah dapat dilihat pada tabel 1 Sebagai berikut :

Tabel 1 Analisis *PIECES*

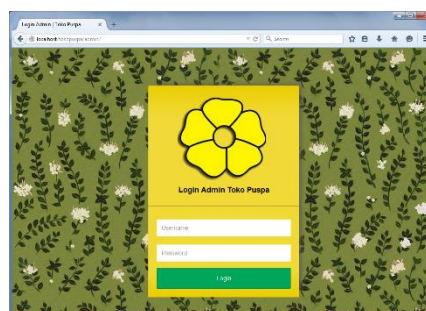
Analisis	Sistem Berjalan	Sistem Usulan
<i>Performance</i>	Pembelian dilakukan dengan cara pelanggan datang langsung Toko Puspa sehingga membutuhkan waktu dan biaya yang lebih. Selain itu, pelanggan juga terkadang dalam menanyakan ketersediaan barang dilakukan melalui via telepon, kemudian baru mendatangi toko.	Sistem yang diajukan sudah berbentuk aplikasi yang di akses secara <i>online</i> melalui <i>website</i> , sehingga pelanggan yang ingin melakukan pembelian produk dapat langsung memesan melalui <i>website</i> tersebut dan melakukan pembayaran terhadap produk yang dipesan. Selain itu, pembayaran biaya iklan dapat dilakukan dimana saja dengan cara transfer ke rekening Toko Puspa kemudian mengunggah bukti transfer melalui <i>website</i> tersebut.
<i>Information</i>	Pelanggan hanya memperoleh informasi terkait ketersediaan produk dan informasi produk dengan datang langsung atau menelepon pihak toko Puspa.	Sistem yang diajukan dapat menyajikan informasi secara cepat tentang informasi produk secara lengkap yang diakses secara <i>online</i> .

Analisis	Sistem Berjalan	Sistem Usulan
Economy	Biaya yang dibutuhkan untuk jangka pendek relatif sedikit. Akan tetapi, untuk jangka panjang membutuhkan banyak biaya untuk proses pendekatan dengan pelanggan.	Biaya awal yang dikeluarkan untuk membuat sistem relatif mahal, tetapi sistem ini dapat digunakan dalam jangka panjang dan dapat menghemat biaya untuk memberikan kepuasan pelayanan kepada pelanggan serta memudahkan pelanggan dalam transaksi pembelian produk toko Puspa.
Control	Tidak adanya batas dalam akses data yang tersedia. Semua karyawan dapat mengetahui seluruh data perusahaan. Selain itu, resiko kehilangan data pun sangat besar karena tidak disimpan secara teratur.	Setiap orang yang melakukan akses harus memasukkan <i>username</i> dan <i>password</i> untuk keamanan sistem. Sehingga data pelanggan dan data transaksi penjualan dapat dijamin keamanannya dan ketika perusahaan membutuhkan data tersebut dapat ditemukan dengan cepat dan mudah.
Efeciency	Untuk mendapatkan informasi tentang produk yang dijual dan transaksi pembelian pelanggan harus datang langsung ke toko Puspa, sehingga tentunya membutuhkan waktu dan biaya yang lebih apabila jarak ke toko jauh.	Sistem dapat mempercepat waktu dalam menyajikan informasi penjualan, karena sistem menggunakan jaringan <i>online</i> sehingga pihak yang ingin mengetahui informasi secara cepat dapat langsung membuka sistem. Transaksi pembelian dan proses pembayaran pun dapat dilakukan secara <i>online</i> melalui <i>website</i> tanpa harus datang langsung ke toko Puspa.
Service	Pelayanan terhadap penyajian informasi penjualan masih dengan cara <i>face to face</i> yaitu pelanggan harus datang langsung ke toko Puspa.	Penyajian informasi dilakukan <i>online</i> dan sistem ini dapat menghubungkan antara pelanggan dan perusahaan. Pelanggan dapat melakukan transaksi pembelian dengan cepat dan mudah tanpa harus datang langsung ke toko Puspa.

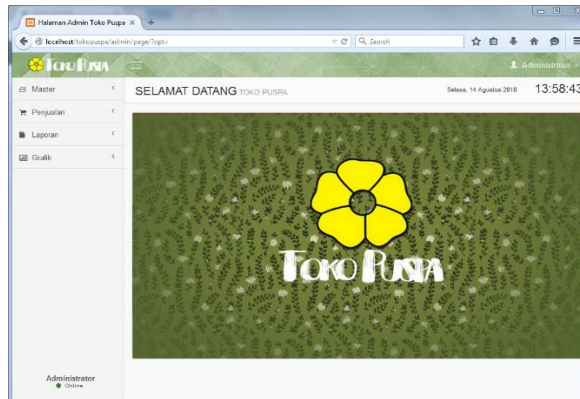
HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi

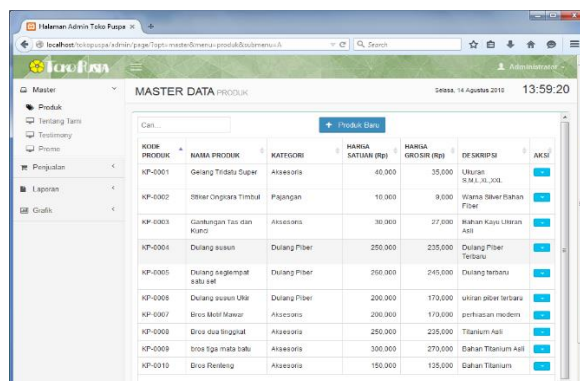
Tampilan Interface



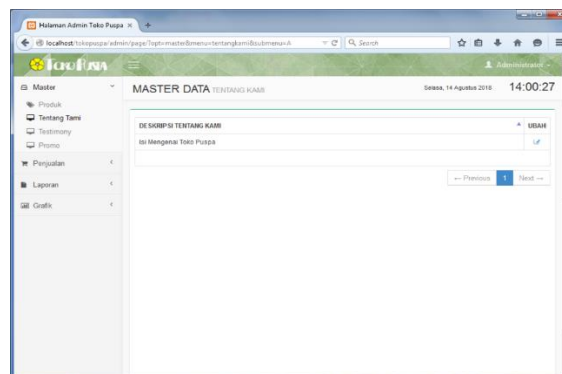
Gambar 2 Tampilan Login



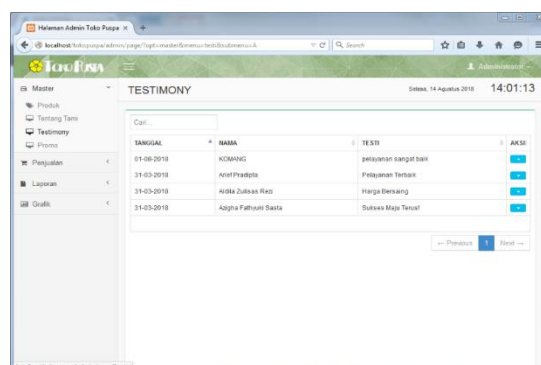
Gambar 3 Tampilan Utama Admin



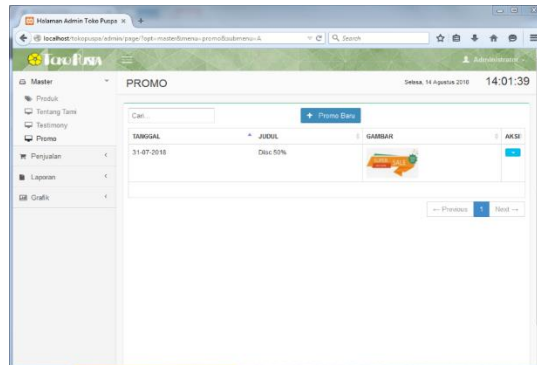
Gambar 4 Tampilan Kelola Produk



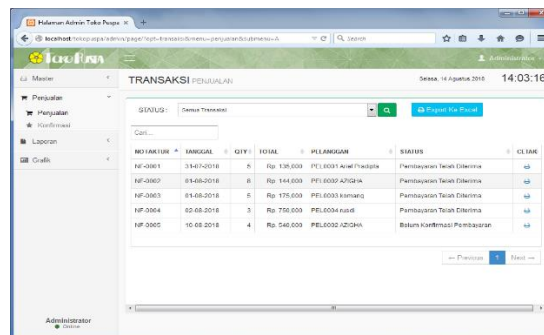
Gambar 5 Tampilan Profil Perusahaan



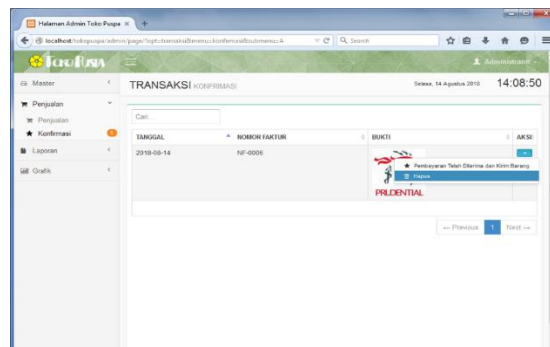
Gambar 6 Tampilan Kelola Testimoni



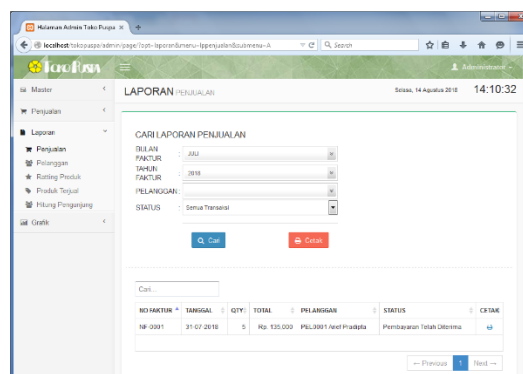
Gambar 7 Tampilan Kelola Promo



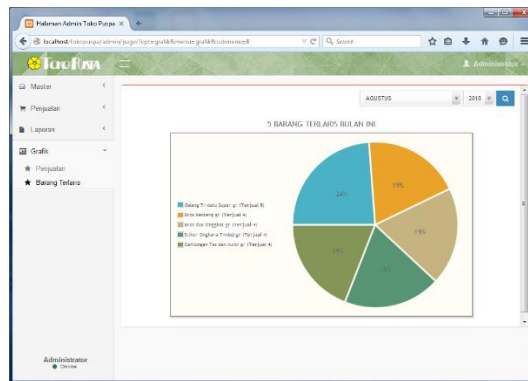
Gambar 8 Tampilan Transaksi



Gambar 9 Tampilan Kelola Pembayaran



Gambar 10 Tampilan Laporan Penjualan



Gambar 10 Tampilan Grafik Produk Terlaris

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian mengenai perancangan sistem informasi penjualan perlengkapan persembahyangan umat Hindu menggunakan E-CRM pada toko Puspa, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut. Penelitian ini membahas mengenai informasi hubungan antara perusahaan dengan pelanggan serta kebutuhan dan masalah yang dihadapi oleh pelanggan dan perusahaan yaitu kegiatan transaksi penjualan pada toko Puspa saat ini masih menggunakan sistem manual dan belum menggunakan sistem yang terkomputerisasi dan membutuhkan suatu sistem yang dapat memudahkan transaksi penjualan pada toko Puspa serta dapat memudahkan interaksi perusahaan dalam menjalin hubungan yang baik dengan pelanggannya. Sistem penjualan berbasis website ini dilengkapi dengan fitur-fitur yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan seperti rating, komentar, testimoni pelanggan, tinggalkan pesan (*leave message*), dan promo. Sistem penjualan berbasis website ini dilengkapi dengan proses pembelian produk (transaksi), sehingga mempermudah pelanggan melakukan pembelian produk.

REFERENSI

- Ade, A. P., & Novri, N. H. (2019). APLIKASI SIMPAN PINJAM PADA KOPERASI PT. TELKOM PALEMBANG (KOEPTEL) MENGGUNAKAN Andrian, D. (2021). Penerapan Metode Waterfall Dalam Perancangan Sistem Informasi Pengawasan Proyek Berbasis Web. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak (JATIKA)*, 2(1), . *Jurnal Informanika*, 5(2).
- Ahmad, I., Borman, R. I., Fakhrurozi, J., & Caksana, G. G. (2020). Software Development Dengan Extreme Programming (XP) Pada Aplikasi Deteksi Kemiripan Judul Skripsi Berbasis Android. *INOVTEK Polbang-Seri Informatika*, 5(2), 297–307.
- Andrian, D. (2021). Penerapan Metode Waterfall Dalam Perancangan Sistem Informasi Pengawasan Proyek Berbasis Web. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak (JATIKA)*, 2(1), 85–93.
- Anggraini, Y., Pasha, D., & Damayanti, D. (2020). SISTEM INFORMASI PENJUALAN SEPEDA BERBASIS WEB MENGGUNAKAN FRAMEWORK CODEIGNITER. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(2), 64–70.
- Darwis, D., Octaviansyah, A. F., Sulistiani, H., & Putra, Y. R. (2020). Aplikasi Sistem Informasi Geografis Pencarian Puskesmas Di Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Komputer Dan Informatika*, 15(1), 159–170.
- David, A., & Charles, T. (2001). *The CRM Pocketbooks*. Management Pocketbooks Ltd.
- Dinasari, W., Budiman, A., & Megawaty, D. A. (2020). SISTEM INFORMASI

- MANAJEMEN ABSENSI GURU BERBASIS MOBILE (STUDI KASUS: SD NEGERI 3 TANGKIT SERDANG). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(2), 50–57.
- Fadly, M., & Wantoro, A. (2019). Model Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Dengan Kombinasi Pengelolaan Digital Asset Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 1, 46–55.
- Fahrizqi, E. B. (2018). Hubungan Panjang Tungkai, Power Tungkai Dan Koordinasi Mata-Kaki Dengan Kemampuan Passing Pada Pemain Unit Kegiatan Mahasiswa Olahraga Futsal Perguruan Tinggi Teknokrat. *Journal of SPORT (Sport, Physical Education, Organization, Recreation, and Training)*, 2(1), 32–42.
- Fitriyana, F., & Sucipto, A. (2020). SISTEM INFORMASI PENJUALAN OLEH SALES MARKETING PADA PT ERLANGGA MAHAMERU. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(1), 105–110.
- Hamidy, F., & Octaviansyah, A. F. (2011). Rancangan Sistem Informasi Ikhtisar Kas Berbasis Web Pada Masjid Ulul Albaab Bataranila Di Lampung Selatan. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*.
- Hidayat, R. (2014). Sistem Informasi Ekspedisi Barang Dengan Metode E-CRM Untuk Meningkatkan Pelayanan Pelanggan. *Sisfotek Global*.
- Jamra, R. K., Anggorojati, B., Sensuse, D. I., & Suryono, R. R. (2020). Systematic Review of Issues and Solutions for Security in E-commerce. *2020 International Conference on Electrical Engineering and Informatics (ICELTICS)*, 1–5.
- Juliyanto, F., & Parjito, P. (2021). REKAYASA APLIKASI MANAJEMEN E-FILLING DOKUMEN SURAT PADA PT ALP (ATOSIM LAMPUNG PELAYARAN). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1), 43–49.
- Juniansyah, B. D., Susanto, E. R., & Wahyudi, A. D. (2020). Pembuatan E-Commerce Pemesanan Jasa Event Organizer Untuk Zero Seven Entertainment. *Jurnal Tekno Kompak*, 14(1), 41–46.
- Manurung, P., & Sembiring, S. (2019). E-crm Information System for Tapis Lampung SMEs. *Journal of Physics: Conference Series*, 1338(1), 12051.
- Megawaty, D. A. (2020). Sistem Monitoring Kegiatan Akademik Siswa Menggunakan Website. *Jurnal Tekno Kompak*, 14(2), 98–101.
- Novianti, H., Allsela, M., & Nurul. (2016). Penerapan Konsep Customer Relationship Management (Crm) Pada Sistem Informasi Penyewaan Lapangan Futsal Di Swadaya Futsal Palembang. *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, 8(2), 2355–4614.
- Nugroho, N., Napianto, R., & Adithama, G. (2021). Pengembangan Sistem E-Procurement Pada SMK Yadika Baturaja Dengan Pendekatan Extreme Programming. *Ainet: Jurnal Informatika*, 3(1), 1–10.
- Pasha, D., & Suryani, E. (2017). Pengembangan Model Rantai Pasok Minyak Goreng Untuk Meningkatkan Produktivitas Menggunakan Sistem Dinamik pada PT XYZ. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 3(2), 116–128.
- Puspaningrum, A. S. (2017). *Pengukuran Kesesuaian Fungsional Dengan Pendekatan Berorientasi Tujuan Pada Sistem Informasi Akademik (SIA) Berdasarkan Model Kualitas ISO/IEC 25010*. Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Pusparini, N. N., Munawar, A., Waluyo, A., Sutarya, S., & Setiawansyah, S. (2017). Penerapan Desain Interior Dengan Menggunakan Sistem Market Jasa Dekorasi Dan Wordpress. *Proceedings of the Informatics Conference*, 3(4).
- Rianto, N. (2021). Pengenalan Alat Musik Tradisional Lampung Menggunakan Augmented Reality Berbasis Android. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(1), 64–72.

- Riskiono, S. D., & Pasha, D. (2020). Analisis Metode Load Balancing Dalam Meningkatkan Kinerja Website E-Learning. *Jurnal TeknoInfo*, 14(1), 22–26.
- Saifuddin Dahlan, F. H. (2013). *THE INFLUENCES OF PERSONALITY AND COGNITIVE PERCEPTION TOWARDS THE STUDENTS' INTENTION TO USE DATABASE SOFTWARE AT THE COMPUTERIZED ACCOUNTING VOCATIONAL COLLEGES IN LAMPUNG PROVINCE*. Universitas Lampung.
- Saputra, A., & Puspaningrum, A. S. (2021). SISTEM INFORMASI AKUNTANSI HUTANG MENGGUNAKAN MODEL WEB ENGINEERING (Studi Kasus: Haanhani Gallery). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1), 1–7.
- Sarasvananda, I. B. G., Anwar, C., Pasha, D., & Styawati, S. (2021). ANALISIS SURVEI KEPUASAN MASYARAKAT MENGGUNAKAN PENDEKATAN E-CRM (Studi Kasus: BP3TKI Lampung). *Jurnal Data Mining Dan Sistem Informasi*, 2(1), 1–9.
- Setiawansyah, S., Adrian, Q. J., & Devija, R. N. (2021). SISTEM PAKAR DIAGNOSA PENYAKIT SELAMA KEHAMILAN MENGGUNAKAN METODE NAIVE BAYES BERBASIS WEB. *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 11(1), 24–36.
- Sofa, K., Suryanto, T. L. M., & Suryono, R. R. (2020). Audit Tata Kelola Teknologi Informasi Menggunakan Kerangka Kerja COBIT 5 Pada Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(1), 39–46.
- Sulistiani, H., Miswanto, M., Alita, D., & Dellia, P. (2020). Pemanfaatan Analisis Biaya Dan Manfaat Dalam Perhitungan Kelayakan Investasi Teknologi Informasi. *Eduitic-Scientific Journal of Informatics Education*, 6(2).
- Suri, M. I., & Puspaningrum, A. S. (2020). Sistem Informasi Manajemen Berita Berbasis Web. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(1), 8–14.
- Teknokrat, S. (n.d.). *Implementation of CAS Server as Authentication Protocol on Single Sign-On (SSO) Network With PHP Programming*.
- Ulum, F., & Muchtar, R. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Website Start-Up Kaosyay. *Jurnal Tekno Kompak*, 12(2), 68–72.
- Wajiran, W., Riskiono, S. D., Prasetyawan, P., & Iqbal, M. (2020). Desain Iot Untuk Smart Kumbung Dengan Thinkspeak Dan Nodemcu. *POSITIF: Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi*, 6(2), 97–103.
- Wantoro, A. (2020). KOMBINASI METODE ANALITICAL HIERARCHY PROCESS (AHP) DAN SIMPLE ADDITIVE WEIGHT (SAW) UNTUK MENENTUKAN WEBSITE E-COMMERCE TERBAIK. *Sistemasi: Jurnal Sistem Informasi*, 9(1), 131–142.
- Wantoro, A., & Alkarim, I. (2016). Aplikasi Pengendalian Persediaan Spare Part Traktor dengan Metode Buffer Stock dan Reorder Point (ROP) di Gudang Cabang Tanjung Karang (Studi Kasus CV. Karya Hidup Sentosa Lampung). *Explore: Jurnal Sistem Informasi Dan Telematika (Telekomunikasi, Multimedia Dan Informatika)*, 7(2).
- Yusmaida, Y., Neneng, N., & Ambarwari, A. (2020). Sistem Informasi Pencarian Kos Berbasis Web Dengan Menggunakan Metode Hill Climbing. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(1), 68–74.