

Perancangan manajemen hubungan pelanggan (CRM) menggunakan ZohoCRM dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Perusahaan Ordia

Alwi Adib Novianto¹⁾, Muhammad Rusli²⁾

Sistem informasi, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta, 13210

¹⁾Email: 2017103634@student.kalbis.ac.id

²⁾Email: Muhammad.rusli@kalbis.ac.id

Abstract: *Ordia Company is a company that offers broadcasting equipment rental services located in Central Jakarta. The Ordia company has been operating since 2005 until now. In the transaction process, the company never processes any transaction data that occurs in the company, therefore the researchers designed a customer relationship management (CRM) system using a web-based ZohoCRM and was able to increase customer satisfaction in the company so that the running system could be configured so that it fits and runs with the process. the company's existing business to produce information for the company that has a positive impact on the company and customers.*

Keywords: *customer relationship management, design, website, ZohoCRM*

Abstrak: *Perusahaan Ordia merupakan sebuah perusahaan yang menawarkan jasa rental alat penyiaran yang terletak di Jakarta Pusat. Perusahaan Ordia bergerak sejak 2005 hingga saat ini. Dalam proses transaksi, perusahaan tidak pernah mengolah setiap data transaksi yang terjadi pada perusahaan oleh karena itu peneliti merancang sistem customer relationship management (CRM) menggunakan ZohoCRM berbasis website dan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan pada perusahaan sehingga sistem yang berjalan dapat dikonfigurasi sehingga sesuai dan berjalan bersama proses bisnis perusahaan yang ada hingga menghasilkan informasi bagi perusahaan yang berdampak positif bagi pihak perusahaan dan pelanggan.*

Kata Kunci: *customer relationship management, perancangan, website, ZohoCRM*

I. PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sehari-hari, banyak aplikasi yang bergerak berdampingan dan berfungsi dalam memenuhi kebutuhan pelayanan dalam bentuk jasa ataupun produk yang dihasilkan oleh berbagai perusahaan yang sedang bersaing dalam menghasilkan sebuah aplikasi atau terobosan baru. Aplikasi itu merupakan suatu langkah inovasi yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumennya agar dapat selalu tertarik dan setia menggunakan jasa perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini penulis menjadikan Perusahaan Ordia sebagai objek penelitian. Perusahaan Ordia merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penyiaran yang terletak di Jakarta Pusat dan sudah berdiri sejak 2005. Selain menyediakan dan menyewakan alat-alat penyiaran Perusahaan Ordia juga menyediakan tenaga yang dapat bekerja dalam bidang penyiaran.

Perusahaan yang bergerak didalam bidang penyiaran saat ini masih diperlukan di beberapa stasiun televisi dan di acara-acara yang membutuhkan

alat-alat penyiaran. Alasan mengapa perusahaan ordia masih berdiri dikarenakan sudah memiliki banyak relasi antara stasiun televisi dan memiliki kualitas serta harga yang sesuai sebagai penyedia alat.

Pelanggan sendiri dapat berperan sebagai aset perusahaan yang harus dipertahankan, dijaga, serta ditingkatkan dalam sebuah perusahaan karena dengan adanya pelanggan maka sebuah perusahaan dapat tetap bertahan dan berjalan sehingga sesuai dengan tujuan bisnis perusahaan itu sendiri, namun seringkali banyak perusahaan yang mengabaikan pelanggan setelah selesai menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Dengan adanya perkembangan teknologi saat ini yang sangat cepat dan tepat maka banyak sekali hadir software-software baru yang bersifat open source yang dapat digunakan dan dimodifikasi sesuai kebutuhan perusahaan dalam meningkatkan efektivitas, kualitas dan ketepatan perusahaan dalam mengatasi permasalahan yang terjadi pada pelanggan perusahaan. Salah satu software yang bersifat open source ini dapat dirancang dalam perusahaan adalah aplikasi ZohoCRM.

ZohoCRM merupakan sebuah software open source berbasis web yang bergerak di bidang Enterprise Resource Planning (ERP) dan mencakup Customer Relationship Management (CRM) yang merupakan salah satu modul dalam aplikasi ZohoCRM yang berfungsi sebagai strategi bisnis yang dapat menggabungkan proses manusia dengan teknologi. Membantu menarik prospek penjualan, mempertahankan pelanggan yang sudah ada serta dapat meningkatkan pelanggan sehingga pelanggan puas dan akan loyal terhadap perusahaan [1].

Berdasarkan latar belakang diatas untuk membantu mengembangkan perusahaan adalah dengan merancang CRM menggunakan ZohoCRM yang dapat mengetahui data pelanggan perusahaan yang kemudian dapat diolah menjadi sebuah informasi bagi perusahaan untuk memanajemen pelanggan perusahaan nya sehingga pelanggan dapat setia dengan perusahaan bahkan meningkat.

Berdasarkan permasalahan yang ada maka rumusan masalah dalam penelitian ini bagaimana merancang Customer Relationship Management (CRM) pada perusahaan dan bagaimana Customer Relationship Management (CRM) mampu menghasilkan informasi yang berguna bagi pihak internal perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan adanya rumusan masalah maka tujuan penelitian kali ini bertujuan untuk merancang Customer Relationship Management (CRM) menggunakan ZohoCRM di Perusahaan Ordia dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

II. METODE PENELITIAN

A. Enterprise Resource Planning (ERP)

Enterprise Resource Planning (ERP) atau Perencanaan Sumber Daya Perusahaan ERP merupakan sebuah software yang digunakan oleh perusahaan untuk mengelola kegiatan bisnis harian mereka, seperti mengelola keuangan, pengadaan, produksi, proyek, sumber daya manusia. Sistem ini dapat diakses secara real-time dan akurat sehingga dapat membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan berdasarkan data yang dihasilkan serta perusahaan berjalan secara efektif dan efisien [2].

B. Customer Relationship Management

Customer Relationship Management (CRM) atau Pengelolaan Manajemen Hubungan Pelanggan merupakan sebuah modul yang terdapat pada Enterprise Resource Planning (ERP) yang berfungsi meningkatkan kinerja penjualan melalui layanan

pelanggan yang lebih baik dan membangun hubungan dengan pelanggan. Modul ini juga membantu perusahaan mengelola dan melacak informasi pelanggan seperti riwayat komunikasi, panggilan, pertemuan, data transaksi yang mereka lakukan, durasi kontrak, dan lain-lain. Dengan adanya modul ini perusahaan tidak menuntut pada terjualnya sebuah produk namun bertujuan untuk berfokus pada interaksi bisnis yang dilakukan antara pihak provider dengan customer perusahaan [3].

C. Konsep Dasar ZohoCRM

ZohoCRM merupakan sebuah software ERP yang bersifat open source yang berbasis web dan sangat mudah untuk digunakan dan diintegrasikan. ZohoCRM hanya tersedia dalam bentuk website yang bisa diakses kapanpun tanpa mengharuskan penggunanya memiliki server dikarenakan aplikasi ini mengedepankan fleksibilitas dan juga ZohoCRM memiliki beberapa modular diantaranya: Inventory, Sales, Invoicing dan fokus ZohoCRM yaitu pada Customer Relationship Management yang bisa dikatakan sebagai simbol kekuatan ZohoCRM [4].

D. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari kinerja produk yang dihasilkan dari sebuah perusahaan yang dipikirkan oleh konsumen sebelumnya, jika konsumen merasa sesuai dengan yang diharapkan maka akan menghasilkan perasaan senang jika produk yang dihasilkan justru sebaliknya maka pelanggan akan merasa kecewa dan jika pelanggan merasa senang maka perusahaan akan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dalam sebuah perusahaan [5].

E. Indikator Kepuasan Pelanggan

Dalam setiap transaksi yang terjadi dalam perusahaan ada aspek yang perlu diperhatikan salah satunya Indikator Kepuasan Pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci sukses dari sebuah produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Kepuasan pelanggan tidak muncul begitu saja, namun ditandai dengan adanya 5 indikator, yaitu [6]: 1). Kualitas produk yang dihasilkan; 2). Kualitas pelayanan yang diberikan pelanggan; 3). Harga produk; 4). Kemudahan mengakses produk; dan 5). Mengiklankan Produk

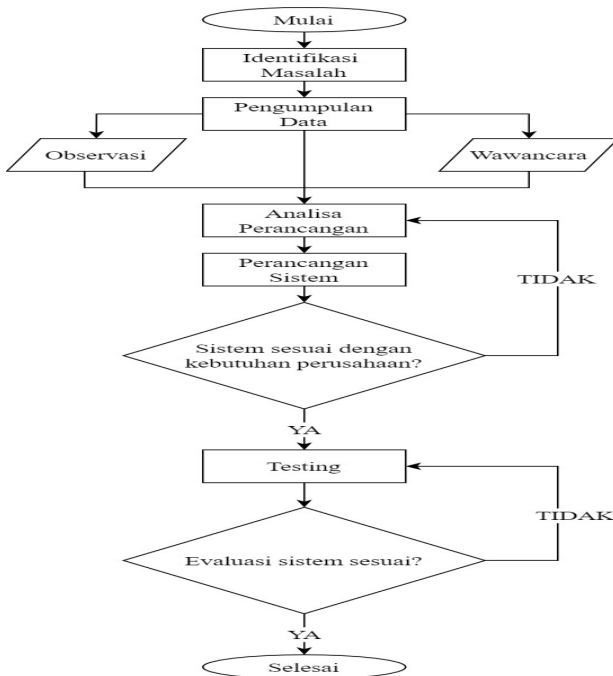
F. Customer Relationship Management dengan ZohoCRM

Customer Relationship Management (CRM) merupakan sebuah modul yang terdepan dan berhasil

dibuat oleh ZohoCRM serta dilakukan sebuah perusahaan jika ingin meningkatkan profit perusahaan dan memiliki pelanggan perusahaan yang setia dikarenakan CRM ini dapat melihat semua prospek atau peluang yang dapat mengelolanya dari satu tahap ke tahap lain. Dengan memanfaatkan teknologi aplikasi bisnis ini maka pihak internal perusahaan yaitu penjual dan manajer terbantu dalam memberikan akses informasi lalu meningkatkan penjualan dengan mudah hingga menjadikannya lebih efisien [7].

G. Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran adalah cara berpikir yang digunakan oleh peneliti yang berupa tahapan-tahapan dalam proses pengembangan sistem dalam penelitian ini. Peneliti memakai flowchart sebagai alur pembuatan kerangka pemikiran dan dapat dilihat pada Gambar 1.



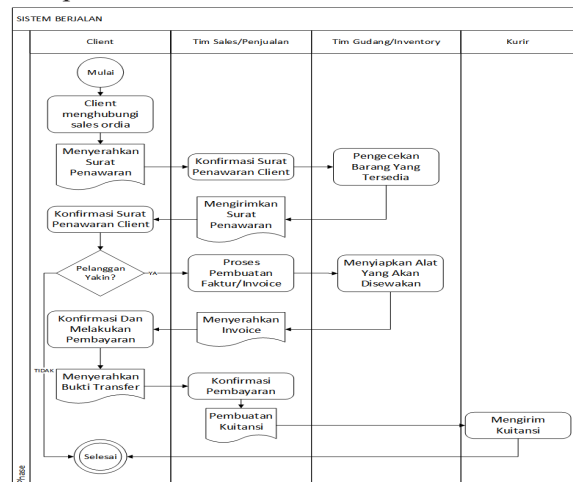
Gambar 1. Kerangka berpikir

II. HASIL DAN PEMBAHASAN

Ordia merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penyiaran atau broadcasting dan penyewaan alat/barang penyiaran beserta tenaga/crew yang membantu proses penyiaran, alat yang disewakan berupa kamera, lensa, support camera (tripod, dolly, cable camera), switcher, monitor, LED monitor, HDSDI monitor, audio monitor speaker, alat recording dan sebagainya. Ordia berdiri sejak tahun 2005 hingga sekarang yang sudah menyewakan berbagai macam barang/alat dari berbagai brand, selain itu sasaran dari perusahaan ini adalah orang-orang yang membutuhkan alat/barang bahkan jasa

dalam membantu penyiaran program acara client yang bersifat pribadi atau komersil. Ordia beralamat di Jl. Cempaka Putih Utara No.2, RT.11/RW.6, Cemp. Baru, Kec. Kemayoran, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10640.

Analisis sistem yang sedang berjalan adalah kegiatan menganalisis aktifitas yang terjadi pada sistem yang berjalan pada perusahaan. Analisis sistem yang sedang berjalan pada Perusahaan Ordia dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Analisa sistem yang berjalan

SWOT yang dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman secara internal dan external yang dimiliki oleh perusahaan Ordia. Analisis SWOT dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Analisis SWOT

Analisis SWOT	
Kekuatan (Strength)	1. Memiliki alat <i>broadcast</i> yang berkualitas dalam segi <i>brand</i> . 2. Reputasi perusahaan yang baik. 3. Harga yang sangat bersaing. 4. SDM perusahaan yang berpengalaman.
Kelemahan (Weakness)	1. <i>Jobdesc</i> pegawai yang belum terstruktur. 2. SDM yang minim. 3. Ketersediaan alat terbatas
Peluang (Opportunity)	1. Menjalin kerja sama dengan stasiun televisi sebagai <i>vendor</i> penyedia alat tetap. 2. Menjadi <i>vendor</i> alat <i>broadcast</i> di acara pribadi, tidak hanya untuk keperluan perusahaan stasiun televisi.
Ancaman (Threat)	1. Perang harga yang selalu terjadi antar <i>vendor</i> . 2. Pelanggan memilih <i>vendor</i> lain. 3. <i>Vendor</i> lain memiliki alat yang lebih <i>up to date</i> . 4. Masalah pengolahan data pelanggan, perusahaan belum menggunakan <i>software Customer Relationship Management (CRM)</i> sehingga tidak dapat memaksimalkan penjualan dan hubungan dengan pelanggan.

Berdasarkan hasil dari Analisis SWOT yang ada maka strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah:

Strategi ST: Perusahaan harus lebih selektif dalam memilih brand pada sebuah barang yang akan disewakan agar harga yang ditawarkan kepada pelanggan tidak begitu mahal dan memicu terjadinya peperangan harga; Perusahaan harus bisa mengisi kekurangan barang yang dibutuhkan oleh pelanggan dan pasar; dan Perusahaan harus lebih meningkatkan value SDM nya dalam mengelola data pelanggan menggunakan teknologi

Strategi WT: Menyediakan wadah untuk mendata barang yang sangat dibutuhkan oleh pelanggan; Menyediakan barang-barang baru untuk disewakan; dan Membuka lowongan pekerjaan baru untuk mengisi divisi-divisi perusahaan yang dibutuhkan dalam meningkatkan kinerja perusahaan

Strategi WO: Menghadirkan potongan atau diskon untuk perusahaan atau individu yang sering bertransaksi dengan Ordia; dan Menjalani kerja sama dengan brand penyedia barang atau alat penyiaran

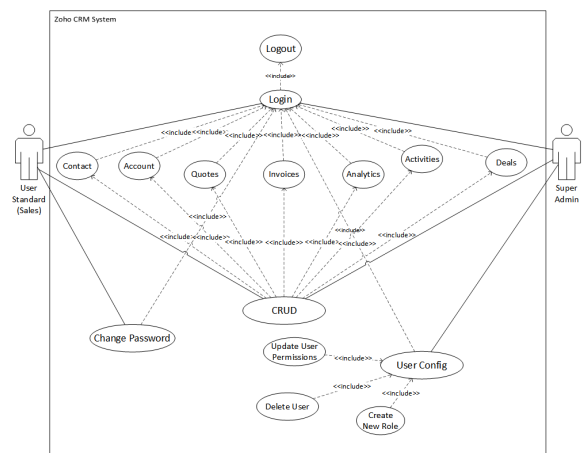
Strategi SO: Menghadirkan iklan secara digital untuk menarik pelanggan; Menampilkan testimoni-testimoni dari setiap penjualan; dan Membuat sebuah wadah atau forum yang berisikan pelanggan atau calon pelanggan.

Penelitian ini menggunakan analisis kebutuhan yang digunakan dalam membangun sistem ini. Analisis kebutuhan yang digunakan dalam membangun aplikasi ini ada dua (2), yaitu Analisis kebutuhan fungsional dan non-fungsional.

Analisis sistem perancangan adalah aktivitas menganalisis kegiatan-kegiatan yang dimiliki oleh sistem yang akan dirancang. Berdasarkan hasil analisis dari sistem yang sedang berjalan maka fungsi utama dari Perancangan Customer Relationship Management (CRM) Menggunakan ZohoCRM Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan yaitu: 1). Memudahkan pihak perusahaan dalam melakukan pembuatan serta akses penawaran, faktur, kwitansi, dan mengetahui status penawaran dari setiap penawaran yang diajukan; 2). Memanfaatkan database sebagai penyimpanan dalam sistem ini yang mampu transparansi data dan menghindari redundansi data; 3). Memudahkan pengecekan ketersediaan barang; 4). Dengan terkumpulnya semua data transaksi, sehingga memudahkan perusahaan dalam pengambilan keputusan; dan 5). Penggunaan web untuk memudahkan setiap perusahaan dalam melakukan aktivitas penjualan hingga manajemen hubungan pelanggan

Peneliti melakukan perancangan sistem dengan menggunakan Unified Modelling Language (UML). UML merupakan sebuah bahasa untuk memvisualisasi dari sistem perangkat lunak lainnya. Diagram UML yang digunakan oleh peneliti terdiri dari use case diagram, activity diagram, sequence diagram

Use Case Diagram merupakan gambaran dari beberapa atau semua aktor, use case, dan interaksi diantaranya yang memperkenalkan suatu sistem. Berdasarkan sistem baru yang akan dirancang oleh peneliti maka peneliti memuat use case diagram sistem zohocrm yang digunakan pada Perusahaan Ordia yang diidentifikasi berdasarkan aktor yaitu, pengguna standard yaitu sales dan admin. Kegiatan pada sistem ini dapat dilihat pada use case diagram yang digambarkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Use case diagram

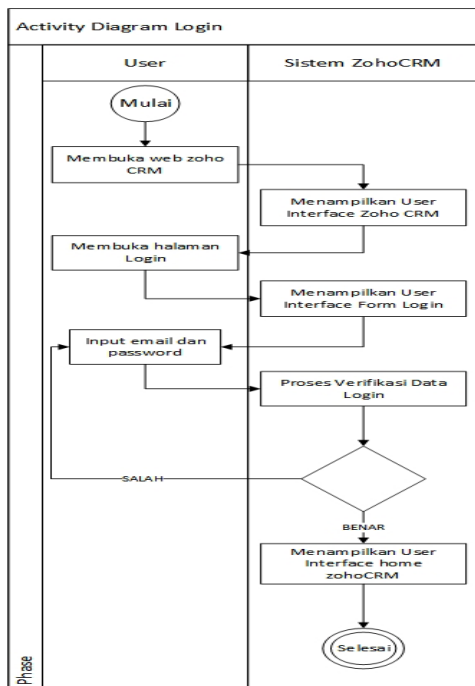
Berikut adalah activity diagram yang dibuat berdasarkan use case diagram yang telah dibuat. Penggambaran activity diagram pada sistem ini berdasarkan user yang terlibat dalam pengoperasian sistem, yaitu sales, dan admin.

Activity Diagram login dibuat berdasarkan aktivitas login yang dapat dilakukan oleh sales, dan admin perusahaan. Berikut adalah activity diagram login yang dapat dilihat pada Gambar 4.

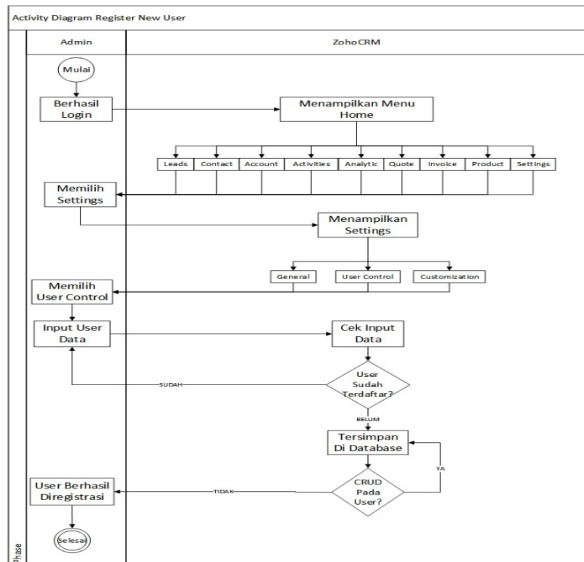
Activity Diagram Register New User dibuat berdasarkan aktivitas yang dilakukan admin dalam proses pembuatan user baru. Berikut adalah activity diagram register new user yang dapat dilihat pada Gambar 5.

Pada Gambar 6 merupakan activity diagram yang menggambarkan proses registrasi user baru pada sistem ZohoCRM yang hanya dapat dilakukan oleh admin perusahaan.

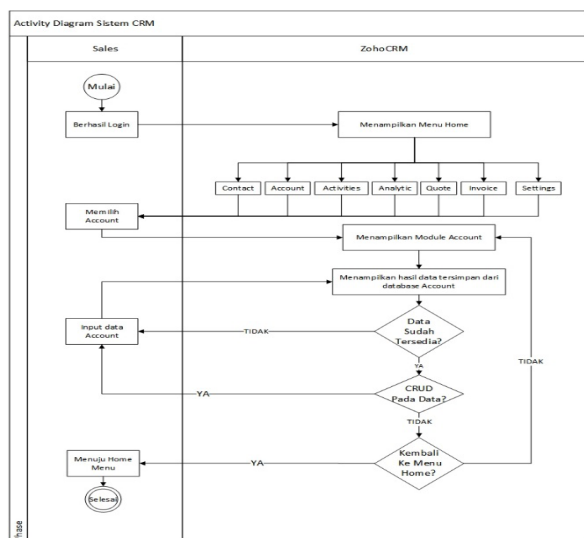
Activity Diagram sistem proses bisnis Customer Relationship Management (CRM) dibuat berdasarkan aktivitas yang dapat dilakukan sales perusahaan setelah login ke dalam sistem. Berikut adalah activity



Gambar 4. Activity diagram login



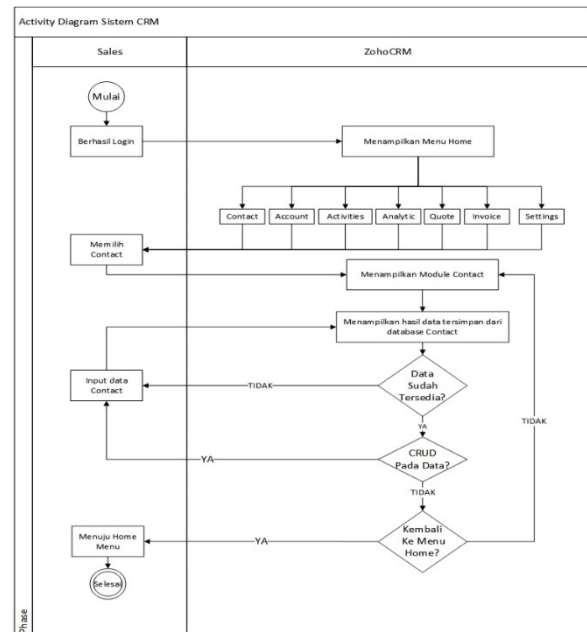
Gambar 5. Activity diagram register new user



Gambar 6. Proses bisnis CRM module account

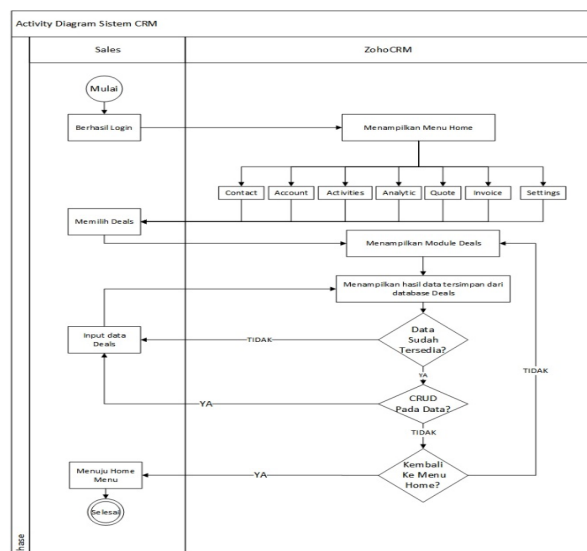
diagram sistem proses bisnis CRM pada Gambar 6.

Pada Gambar 7 merupakan activity diagram proses bisnis CRM dari awal setelah pengguna berhasil login dan berada ditampilan awal yaitu Home Menu sehingga menampilkan beberapa modul yang salah satunya dan biasa diawali pada bagian modul Account yang berfungsi untuk mendata seluruh perusahaan yang pernah atau akan melakukan transaksi dengan perusahaan Ordia dan dapat digunakan oleh setiap pengguna yang memiliki hak akses.



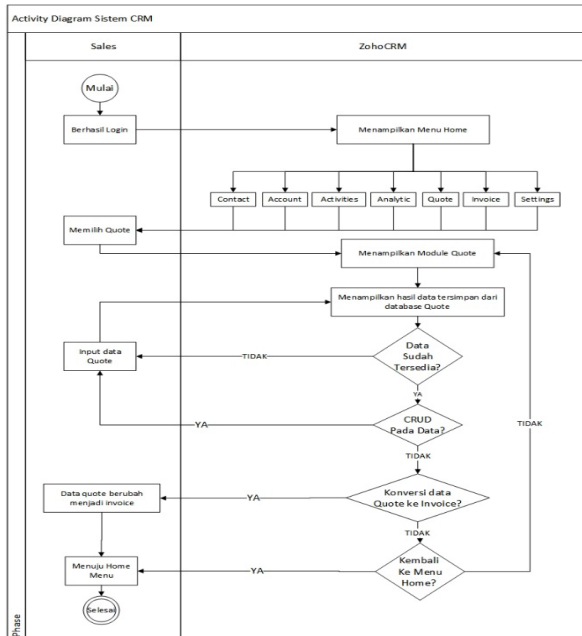
Gambar 7 Proses bisnis CRM module contact

Pada Gambar 8 merupakan activity diagram proses bisnis CRM pada bagian modul Contact yang berfungsi untuk mendata seluruh kontak pribadi yang pernah atau akan melakukan transaksi dengan perusahaan Ordia dan dapat digunakan oleh setiap pengguna yang memiliki hak akses.



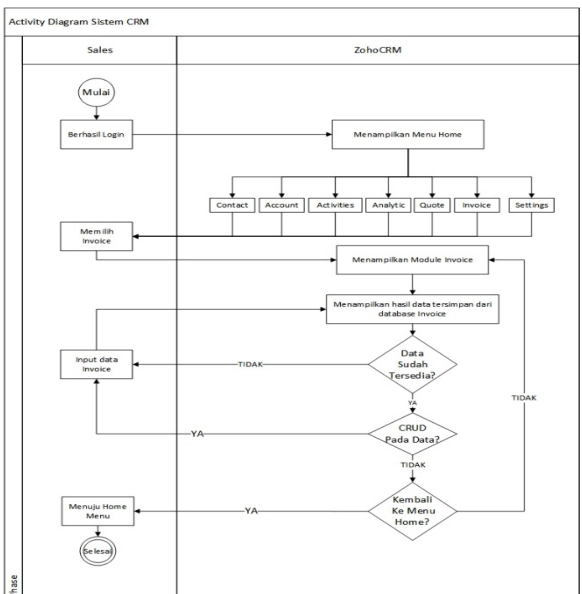
Gambar 8. Proses bisnis CRM module deals

Pada Gambar 9 merupakan activity diagram proses bisnis CRM pada bagian modul Deals yang berfungsi untuk mendata seluruh transaksi atau berfungsi sebagai mengawali setiap transaksi yang terjadi dan sampai ditahapan mana transaksi yang sedang berlangsung sehingga mampu membantu pihak perusahaan bagaimana untuk menyikapi setiap tahapan dalam proses transaksi.



Gambar 9. Proses bisnis CRM module quote

Pada Gambar 10 merupakan activity diagram proses bisnis CRM pada bagian modul Quote yang berfungsi untuk mendata seluruh penawaran yang terjadi terkait dengan pembukaan penawaran yang ada sebelumnya. Pada modul ini biasa berisikan penawaran/negosiasi pada transaksi yang terjadi dan jika setelah selesai terjadinya negosiasi biasanya



Gambar 10. Proses bisnis CRM modul invoice

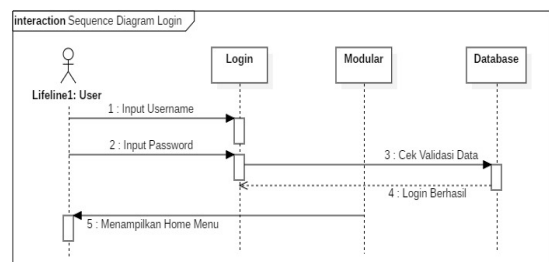
memiliki kesepakatan harga atau tidak sama sekali, jika terjadi kesepakatan maka dilanjutkan pada modul selanjutnya yaitu Invoice yang dapat dilakukan juga oleh pengguna yang memiliki hak akses.

Pada Gambar 11 merupakan activity diagram proses bisnis CRM pada bagian modul Invoice yang berfungsi untuk mendata faktur yang terjadi ketika proses transaksi akan selesai dan biasa diawali selalu dari pembukaan transaksi (deals) atau penawaran negosiasi (quote) lalu setelah selesai proses faktur atau invoice maka data penjualan akan otomatis tersimpan di database lalu akan diolah dan digunakan oleh perusahaan.

Keseluruhan pada gambar Proses Bisnis CRM merupakan activity diagram yang menggambarkan alur proses sistem CRM terstruktur. Saat sales memilih account,contact,deals,quote,invoice maka sistem akan menampilkan modul yang dipilih. Saat sales melakukan input data pada modul maka data tersebut dapat dilakukan Create, Read, Update, dan View (CRUD) dan otomatis tersimpan di database. Proses penyimpanan data ke database memiliki alur yang sama, tetapi jika pada modul quote dan sales memilih ubah data ke invoice maka data quote akan otomatis berubah dan tersimpan pada modul invoice.

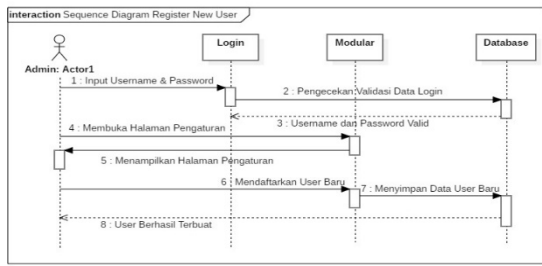
Berikut adalah sequence diagram yang dibuat berdasarkan use case diagram yang telah dibuat. Penggambaran sequence diagram pada sistem ini berdasarkan user yang terlibat dalam mengoperasikan sistem, yaitu sales.

Sequence diagram login user menggambarkan interaksi antar objek berdasarkan urutan yang terjadi pada sistem saat proses login user. Sequence diagram untuk login user dapat dilihat pada Gambar 11.

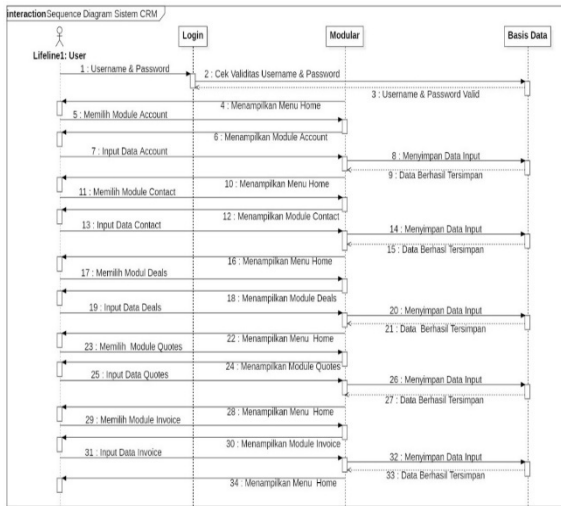


Gambar 11. Sequence diagram login

Sequence diagram register new user menggambarkan interaksi antar objek berdasarkan urutan yang terjadi pada sistem saat proses registrasi pengguna baru. Sequence diagram new user dapat dilihat pada Gambar 12. Sequence diagram sistem CRM menggambarkan interaksi antar objek berdasarkan urutan yang terjadi pada sistem saat proses perancangan sistem CRM. Sequence diagram sistem CRM dapat dilihat pada Gambar 13.



Gambar 12. Sequence diagram register new user



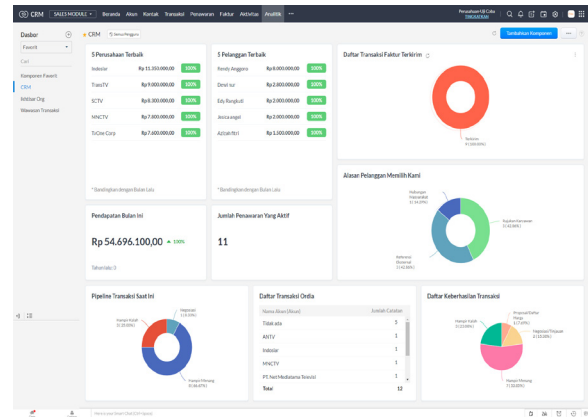
Gambar 13. Sequence diagram sistem CRM

Perancangan basisdata menggunakan Entity Relationship Diagram (ERD) adalah suatu model untuk menjelaskan mengenai hubungan antara data dalam basisdata berdasarkan objek-objek dasar data yang memiliki hubungan antar relasi. Perancangan Customer Relationship Management (CRM) Menggunakan ZohoCRM Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan memiliki beberapa entitas.

Tahap ini merupakan hasil dari Perancangan Sistem Customer Relationship Management (CRM) Menggunakan ZohoCRM Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan yang terdiri dari halaman login, halaman home, halaman accounts, halaman contacts, halaman deals, halaman quotes, halaman invoice, halaman analytics, halaman activities, halaman setup.

Pada modul analitik, sistem sudah dirancang untuk menampilkan data-data yang dihasilkan berdasarkan transaksi yang terjadi lalu dimanfaatkan perusahaan dalam meningkatkan informasi perusahaan serta meningkatkan kepuasan pelanggan dan dapat dilihat pada Gambar 14.

Berdasarkan Gambar 14, sistem menampilkan data yang sekiranya dibutuhkan perusahaan untuk meningkatkan perusahaan dan kepuasan pelanggan, data dapat dihasilkan berdasarkan kebutuhan perusahaan dan juga dengan adanya diagram pada Gambar 14 kita dapat mengambil beberapa



Gambar 15. Hasil perancangan CRM

kesimpulan salah satunya yaitu transaksi banyak terjadi diawali dari banyaknya rujukan karyawan perusahaan atau pribadi dan referensi pihak eksternal perusahaan untuk bertransaksi dan mempercayai Ordia sebagai vendor alat broadcasting-nya. Pada Gambar 14 juga kita dapat lihat 5 pelanggan terbaik dan 5 perusahaan terbaik yang melakukan transaksi paling banyak bulan terakhir yang nantinya data tersebut dapat diolah oleh pihak internal perusahaan dalam mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara menghadirkan promo atau voucher potongan beberapa persen untuk pengguna dan perusahaan terbaik bulan ini.

Fetching data atau pengambilan data pada ZohoCRM melibatkan banyak modular, seperti; kontak, akun, penawaran, faktur, transaksi kemudian modular yang dilibatkan tersebut dilakukan input data sesuai dengan kejadian transaksi yang terjadi pada perusahaan. Setelah itu modular analitik mengambil data dari input yang berhasil masuk kepada modular-modular sebelumnya dan menghasilkan data yang berguna bagi pihak perusahaan untuk keperluan bisnis atau penjualan, dengan harapan setiap data yang masuk dapat diolah menjadi informasi berguna bagi perusahaan yang

III. SIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah: 1). Setelah dilakukan perancangan sistem ZohoCRM, pemilik perusahaan dapat mengajukan permintaan untuk dilakukan implementasi sistem kepada perusahaan nya dan dapat melakukan pengecekan terkait transaksi yang terjadi diperusahaan kapanpun dan dimanapun; 2). Dengan menggunakan sistem yang berhasil dirancang, pemilik perusahaan dapat membuat dan mendata setiap transaksi yang terjadi pada perusahaannya serta melakukan pembukuan; dan 3). Menggunakan modul analitik yang disediakan oleh ZohoCRM, pemilik

perusahaan mampu mengetahui informasi yang dapat dikembangkan atau diolah oleh perusahaan nya dari hasil setiap aktivitas atau data transaksi yang terjadi pada perusahaanya sehingga informasi yang berhasil diolah dapat dinikmati selain pihak perusahaan yaitu calon pelanggan dan pelanggan perusahaan

V. DAFTAR RUJUKAN

- [1] Harmony, "Pengertian Lengkap CRM (Customer Relationship Management)," 10 June 2020. [Online]. Available: <https://www.harmony.co.id/blog/pengertian-lengkap-crm-customer-relationship-management>.
- [2] K. Anindita, "Apa itu ERP Software dan apa kegunaannya bagi bisnis anda?," Hashmicro, 10 February 2021. [Online]. Available: <https://www.hashmicro.com/id/blog/apa-itu-erp-software/>. [Accessed 13 February 2021].
- [3] D. Adiatma and R. Akbar, "Penerapan Enterprise Resource Planning (ERP) dan Pengelolaan Hubungan Dengan Pelanggan Untuk Sistem Informasi Penjualan Pada Toko Soviah," TEKNOSI, vol. 2, no. 2, p. 86, 2016.
- [4] Zoho Corporation, "Mengapa memilih Zoho CRM?," Zoho Corporation, Februari 2011. [Online]. Available: <https://www.zoho.com/id/campaigns/?src=top-header&ireft=CRM>. [Accessed 21 March 2021].
- [5] S. Priharto, "Indikator Kepuasan Pelanggan: Pengertian, Jenis, dan Fungsinya Bagi Bisnis," Accurate, 3 August 2020. [Online]. Available: <https://accurate.id/marketing-manajemen/indikator-kepuasan-pelanggan/>. [Accessed 18 February 2021].
- [6] A. Warsito, "Indikator Kepuasan Pelanggan dan Metode untuk Mengukurnya," Glints.com, 11 May 2020. [Online]. Available: <https://glints.com/id/lowongan/faktor-kepuasan-pelanggan-dan-metodenya/#.YQWN7I4zaUk>. [Accessed 1 August 2021].
- [7] Zoho Corporation, "What is CRM?," Zoho Corporation, February 2011. [Online]. Available: <https://www.zoho.com/crm/what-is-crm.html>. [Accessed 21 March 2021].
- [8] Linden, Maura A Van Der, Testing Code Security, Florida: Auerbach, 2007.
- [9] L. Setiyani, Rekayasa Perangkat Lunak [Software Engineering], Karawang: Jatayu Catra Internusa, 2018.
- [10] Yani Subaktilah, Nita Kuswardani, Sih Yuwanti, "ANALISIS SWOT: FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL PADA PENGEMBANGAN USAHA GULA MERAH TEBU (Studi Kasus di UKM Bumi Asih, Kabupaten Bondowoso)," Jurnal Agroteknologi, vol. 2, p. 109, 2018.
- [11] R. D. Permatasari, N. A. Fajrin and A. Munif, "Rancang Bangun API untuk Odoo ERP pada Modul CRM (Customer Relationship Management)," Jurnal Teknik ITS, vol. 8, no. 2, pp. 1-6, 2019.
- [12] B. Maryanto, "Aplikasi Customer Relationship Management Pada Software Open-ERP," Media Informatika, vol. 15, no. 3, pp. 1-9, 2016.
- [13] D. Adiatma and R. Akbar, "Penerapan Enterprise Resource Planning (ERP) Dan Pengelolaan Hubungan Dengan Pelanggan Untuk Sistem Informasi Penjualan Pada Toko Soviah," TEKNOSI, vol. 2, no. 2, pp. 1-12, 2016.
- [14] T. A. Mudzakir and A. Bakar, "Desain dan Implementasi Customer Relationship Management Berbasis Web (Studi Kasus : Toko Baju Ladya)," Systematics, vol. 2, no. 1, pp. 1-11, 2020.
- [15] A. Terminanto, R. Hidayat and H. N. A., "Implementation of enterprise resource planning using Odoo," IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering, pp. 1-8, 2017.
- [16] S. Rabiah, "Penggunaan metode Research And Development Dalam Penelitian Bahasa Indonesia Di Perguruan Tinggi," Bahasa Indonesia Di Perguruan Tinggi, pp. 1-7, 2015.
- [17] Get App, "ZohoCRM vs Odoo Comparison," GetApp, [Online]. Available: <https://www.getapp.com/customer-management-software/a/zoho-crm/compare/odoo-crm/>. [Accessed 29 July 2021].