

ABSTRAK

Persaingan bisnis bisa berarti persaingan merebut hati pelanggan. Pemenangnya bukan yang paling kuat atau yang paling besar, tetapi yang bisa memuaskan hati pelanggan. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat ini, perusahaan perlu menyadari bahwa keputusan pelanggan untuk membeli barang itu di dasarkan pada kualitas produk, harga yang bersaing, dan kualitas pelayanan yang baik.

Dengan semakin ketatnya persaingan antar perusahaan dalam mendapatkan pelanggan, banyak perusahaan yang berlomba-lomba menarik pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, tetapi layanan yang tersedia kurang berfokus pada kebutuhan pelanggan secara personal. Hal ini mengakibatkan usaha yang mereka lakukan tidak mendapatkan hasil yang optimal. Oleh karena itu diperlukan suatu strategi yang dalam menjalankan proses bisnis yang mengoptimalkan pemasaran, penjualan, dan pelayanan yang dikenal dengan *customer relationship management (CRM)*.

Sistem ini dibuat secara terkomputerisasi sehingga lebih cepat dalam melakukan penginputan data keluhan dan data akan tersimpan kedalam database tersebut. Sistem berbasis web yang menggunakan bahasa pemograman PHP & MySQL sebagai basis datanya. Sedangkan dalam melakukan perancangan sistemnya menggunakan metode Waterfall.

Kata Kunci: *pelanggan, penjualan dan pemasaran*