



**PENERAPAN APLIKASI DGTAL CRM  
DENGAN METODE PIECES  
(STUDI KASUS: PERUSAHAAN KONSTRUKSI DAN ENGINEERING  
PT MAXXTEC TEKNOLOGI INDONESIA)**

**ASEP SUHENDI  
41815120046**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI**

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2022**



**PENERAPAN APLIKASI DGTAL CRM  
DENGAN METODE PIECES  
(STUDI KASUS: PERUSAHAAN KONSTRUKSI DAN ENGINEERING  
PT MAXXTEC TEKNOLOGI INDONESIA)**

*Artikel Ilmiah Tugas Akhir*

Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Komputer

**MERCU BUANA**

Oleh:

**ASEP SUHENDI  
41815120046**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Asep Suhendi  
NIM : 41815120046  
Judul Tugas Akhir : Penerapan Aplikasi DGtal CRM dengan Metode  
PIECES (Studi Kasus: Perusahaan Konstruksi dan  
Engineering PT Maxxtec Teknologi Indonesi)

Menyatakan bahwa laporan jurnal ini adalah hasil karya nama yang tercantum diatas dan bukan plagiat (tidak *copy paste* sumber lain). Apabila ternyata ditemukan di dalam Tugas Akhir ini terdapat unsur plagiat, maka nama diatas siap untuk mendapatkan sanksi akademik yang terkait dengan hal tersebut.

Jakarta, 20 Maret 2022

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Asep Suhendi

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

Sebagai mahasiswa Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Asep Suhendi  
NIM : 41815120046  
Judul Tugas Akhir : Penerapan Aplikasi DGTal CRM dengan Metode PIECES (Studi Kasus: Perusahaan Konstruksi dan Engineering PT Maxxtec Teknologi Indonesia)

Dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul diatas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya.

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan di lingkungan Universitas Mercu Buana, saya memberikan izin kepada Peneliti di Lab Riset Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Mercu Buana untuk menggunakan dan mengembangkan hasil riset yang ada dalam tugas akhir untuk kepentingan riset dan publikasi selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Maret 2022



Asep Suhendi

**BAB 1**  
**LEMBAR PENGESAHAN**

Nama Mahasiswa : Asep Suhendi  
NIM : 41815120046  
Judul Tugas Akhir : Penerapan Aplikasi DGtal CRM dengan Metode  
PIECES (Studi Kasus: Perusahaan Konstruksi dan  
Engineering PT Maxxtec Teknologi Indonesi)

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disidangkan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 21 Februari 2022

Menyetujui,



(Ratna Mutu Manikam, S.Kom., M.T)  
Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Mengetahui,



(Yunita Sarika Sari, S.Kom., M.Kom)  
Sek. Prodi Sistem Informasi



(Ratna Mutu Manikam, S.Kom., M.T)  
Ka.Prodi Sistem Informasi

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan ke hadirat Allah SAW, atas rahmat, barokah, dan ridho Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Tugas Akhir ini. Penyusunan Tugas Akhir ini selain merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan pendidikan Tingkat Sarjana pada Fakultas Komputer Jurusan Sistem Informasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip , MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ratna Mutu Manikan S.Kom , M.T selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi dan Dosen Pembimbing Tugas Akhir.
3. Seluruh Dosen dan karyawan Universitas Mercu Buana.
4. Orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberi do'a dan restunya.
5. Seluruh teman-teman Eggy, dan Teddy yang telah meluangkan waktunya untuk membantu saya sampai sejauh ini.
6. Serta semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu sehingga mengantarkan penulis untuk menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi semua pihak yang berkepentingan. Dan semoga Allah SWT membalas semua amal dan kebaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Amin

Jakarta, 21 Februari 2022

Penulis

**PENERAPAN APLIKASI DIGITAL CRM  
DENGAN METODE PIECES  
STUDI KASUS: PERUSAHAAN KONSTRUKSI DAN ENGINEERING  
PT MAXXTEC TEKNOLOGI INDONESIA**

Asep Suhendi

<sup>12</sup>Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Mercubuana  
Jl. Raya, RT.4/RW.1, Meruya Sel., Kec. Kembangan, Jakarta,  
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11650, Telp. 021 5840816/Fax. 021 5840813  
E-mail: [humas@mercubuana.ac.id](mailto:humas@mercubuana.ac.id)

**Abstrak**—Di zaman yang modern ini, ada banyak sekali perusahaan yang sudah menerapkan strategi digital marketing dan e-business dalam peningkatan mutu dan kualitas bisnis mereka. Itu semua tidak luput dari pengaruh teknologi yang tentunya sangat membantu sekali, terutama dalam hal interaksi antara pelanggan dan penjual. Para pengusaha juga sudah merubah pola pikirnya dari hanya sekedar faktor keuntungan ke arah faktor-faktor potensial, seperti kepentingan pelanggan dan tingkat kepuasan pelanggan menjadi faktor utama yang harus diperhatikan oleh pengusaha. Penelitian dengan hasil rancangan berbasis Manajemen Hubungan Pelanggan khususnya pada industri konstruksi PT Maxxtec Teknologi Indonesia yang bertujuan memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan produk yang tidak memakan waktu lama, merancang aplikasi penjualan berbasis web dengan penerapan sistem Manajemen Hubungan Pelanggan dan mengimplementasikan metode Manajemen Hubungan Pelanggan pada sistem yang dibuat dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Dari hasil penelitian dan beberapa informasi yang didapat, maka dibuatlah rancangan sebagai awal dari tahap implementasi sistem. Rancangan berupa gambaran awal aplikasi yang akan dibuat dengan menyesuaikan kebutuhan pengusaha. Beberapa tampilan dibuat minimalis dan responsive dengan menggunakan CSS dan Framework Bootstrap agar pengusaha mudah manage data pelanggan dengan tepat. Setelah rancangan dan penelitian dilaksanakan hasil yang diperoleh adalah berupa aplikasi online yang membantu pengusaha melayani pelanggan dengan cepat dan dapat melihat perkembangan pemasaran produknya. Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan dapat memudahkan produsen dalam meningkatkan kualitas produk serta mengetahui produk yang paling diminati pelanggan.

**Abstract**—In this modern era, there are many companies that have implemented digital marketing and e-business strategies in improving the quality and quality of their business. This is all due to the influence of technology, which is of course very helpful, especially in terms of interactions between customers and sellers. Entrepreneurs have also changed their mindset from just a profit factor to potential factors, such as customer interests and customer satisfaction levels, which are the main factors that must be considered by entrepreneurs. Research with the results of a design based on Customer Relationship Management, especially in the construction industry of PT Maxxtec Teknologi Indonesia, which aims to facilitate customers in ordering



products that do not take a long time, designing web-based sales applications with the application of the Customer Relationship Management system and implementing the Customer Relationship Management method in the system. made in order to improve the quality of service to customers. From the research results and some information obtained, a design is made as the beginning of the system implementation stage. The design is in the form of an initial description of the application that will be made according to the needs of the entrepreneur. Some views are made minimalist and responsive using CSS and the Bootstrap Framework so that entrepreneurs can easily manage customer data appropriately. After the design and research is carried out the results obtained are in the form of an online application that helps entrepreneurs serve customers quickly and can see the development of their product marketing. Customer Relationship Management Information Systems can make it easier for manufacturers to improve product quality and find out which products are most in demand by customers.

**Keywords**— CRM, Construction, Digital Marketing, PIECES, Framework

## 1 Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi saat ini diharapkan dapat mempermudah dan mengembangkan potensi industri Menengah ke atas yang sedang berkembang. Dengan adanya kemajuan teknologi informasi diharapkan dapat mempermudah pelanggan dan pengusaha agar saling berkomunikasi melalui aplikasi Manajemen Hubungan Pelanggan. Para pengusaha juga sudah merubah pola pikirnya dari hanya sekedar faktor keuntungan ke arah faktor-faktor potensial, seperti kepentingan pelanggan dan tingkat kepuasan pelanggan menjadi faktor utama yang harus diperhatikan oleh pengusaha. Penelitian dengan hasil rancangan berbasis Manajemen Hubungan Pelanggan khususnya pada industri konstruksi PT Maxxtec Teknologi Indonesia yang bertujuan memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan produk yang tidak memakan waktu lama, merancang aplikasi penjualan berbasis web dengan dengan penerapan sistem Manajemen Hubungan Pelanggan dan mengimplementasikan metode Manajemen Hubungan Pelanggan pada sistem yang dibuat dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

Faktor penting lainnya yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis adalah tingkat value yang mampu diberikan kepada pelanggan dan cara memperlakukan pelanggan dari hari ke hari. (D. Kurniawan, 2009). Selain itu pengusaha dapat menjalin hubungan baik dengan para pelanggan melalui fitur Live Chat. Dengan begitu

Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan dapat memudahkan produsen dalam meningkatkan kualitas produk serta mengetahui produk yang paling diminati pelanggan.

Saat ini industri konstruksi sudah semakin berkembang, terlebih pada jenis usaha konstruksi dan mechanical engineering, seperti jenis usaha pembuatan mesin Boiler, Thermal Oil Heater, Burner dan sejenisnya. Perkembangan usaha tersebut sudah menyebarluas di berbagai kota bahkan sampai ke luar negeri, termasuk di Kota Jakarta. Di Kota Jakarta sendiri belum banyak yang memproduksi dan menyediakan kebutuhan industri Boiler. Untuk menunjang dan membantu kegiatan sehari-hari, salah satu pengusaha Konstruksi di Jakarta yang bernama PT Maxxtec Teknologi Indonesia memproduksi beberapa produk yaitu Boiler berkapasitas 2 MW, Thermal Oil Heater, Heat Exchanger, serta bahan bakar pelumas untuk kebutuhan industri dari berbagai macam jenis usaha, baik dalam negeri maupun luar negeri.

Dalam pengembangan aplikasi ini kami menggunakan metode analisa PIECES. Menurut Wukil Ragil (2010:17), metode PIECES adalah metode analisis sebagai dasar untuk memperoleh pokok-pokok permasalahan yang lebih spesifik. Dalam menganalisis sebuah sistem, biasanya akan dilakukan terhadap beberapa aspek antara lain adalah kinerja, informasi, ekonomi, keamanan aplikasi, efisiensi dan pelayanan pelanggan. Analisis ini disebut dengan PIECES Analysis (Performance, Information, Economy, Control, Efficiency and Service).



## 2 Landasan Teori

### 2.1 Teori CRM

CRM adalah sebuah pendekatan baru dalam mengelola hubungan korporasi dengan pelanggan pada level bisnis sehingga dapat memaksimalkan komunikasi dan pemasaran melalui pengelolaan berbagai kontak yang berbeda. Pendekatan ini memungkinkan untuk mempertahankan pelanggan dan memberikan nilai tambah secara terus-menerus kepada pelanggan.

CRM (Customer Relationship Management) mengombinasikan kebijakan, proses dan strategi yang diterapkan perusahaan menjadi satu kesatuan. Penggunaan CRM yaitu untuk melakukan interaksi dengan pelanggan dan juga untuk menelusuri informasi pelanggan. CRM adalah sebuah pendekatan baru untuk mengelola hubungan antara korporasi dengan pelanggan bisnis. Dengan hubungan ini, harapannya terdapat komunikasi dan pemasaran melalui pengelolaan berbagai kontak yang berbeda. Pendekatan ini dilakukan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan kepada perusahaan dan juga nilai tambah yang terus menerus. Saat ini, implementasi CRM hampir selalu menggunakan teknologi informasi untuk menarik pelanggan baru yang menguntungkan hingga mereka memiliki keterikatan pada perusahaan.

Terdapat 3 tataran yang dapat dikaji terkait dengan penerapan sistem CRM:

Strategis	Pandangan ‘top-down’ tentang CRM sebagai strategi bisnis paling penting yang mengutamakan konsumen dan bertujuan memikat dan mempertahankan konsumen yang menguntungkan.
Operasional	Pandangan tentang CRM yang berfokus pada proyek-proyek otomatisasi seperti otomatisasi layanan, otomatisasi armada penjualan, dan otomatisasi pemasaran.
Analitis	Pandangan ‘bottom up’ tentang CRM yang

	terfokus pada kegiatan penggalian data konsumen untuk tujuan-tujuan strategis dan taktis.
--	-------------------------------------------------------------------------------------------

Tabel 2.1 Tataran CRM

Tujuan CRM adalah untuk meningkatkan penghasilan dari kepuasan pelanggan. Ini bermula dari janji perusahaan untuk mengerti apa dan bagaimana cara yang diinginkan pelanggan dalam berinteraksi, semua ini ditujukan untuk menapai kesetiaan pelanggan dan lingkungan yang menguntungkan. Hal ini disebabkan karena tidak semua pelanggan diciptakan sama (Kalakota Ravi, 2001).

Tujuan CRM agar dapat mengatur interaksi dengan pelanggan secara terus-menerus. Hal ini berguna untuk membangun nilai kepuasan, serta keuntungan dari hubungan pelanggan (Berson Alex, 2000).



Gambar 2.1 Model dasar sistem CRM

Terdapat empat dimensi dari CRM yang bertujuan untuk membangun perusahaan yang lebih mendalam perihal konsumen dan meningkatkan nilai konsumen dari perusahaan. Dimensi sistem CRM dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Identifikasi pelanggan (customer identification), dimana sebagai perusahaan harus bisa mengidentifikasi pelanggan agar bisa diperlakukan sesuai yang diharapkan serta bisa menjadi ikatan yang saling menguntungkan.
- 2) Membangun daya tarik terhadap pelanggan (customer attraction), hal ini bisa berbentuk bagaimana cara perusahaan dalam memberikan suguhan keunggulan perusahaan sehingga pelanggan atau calon konsumen tertarik untuk datang dan tertarik dengan produk yang ditawarkan.
- 3) Mempertahankan pelanggan yang ada (customer retention), pelanggan yang sudah menjadi bagian dari perusahaan

dijaga keharmonisannya dengan memberikan fasilitas serta daya tarik tersendiri. Supaya pelanggan tetap memilih produk perusahaan walau banyak saingan di luar perusahaan.

- 4) Pengembangan pelanggan (customer development), bisa dimaksudkan dengan memfasilitasi pelanggan yang bisa memberikan calon pelanggan baru di perusahaan dan juga bisa berbentuk ajakan tawaran yang dilakukan pelanggan sendiri ke orang lain di sekitarnya.

### 3 Metodologi Penelitian

#### 3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian untuk aplikasi Manajemen Hubungan Pelanggan mengambil studi kasus di Perusahaan Konstruksi PT Maxxtec Teknologi Indonesia yang beralamat di Villa Kelapa Dua, Jl. Janur 1 No.15A, Kel. Kelapa Dua, Kec. Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11550.

#### 3.2 Sarana Pendukung

Dalam melakukan penelitian, penulis menggunakan beberapa sarana pendukung dalam tercapainya laporan penelitian ini diantaranya:

- 1) Domain dan Hosting

Aplikasi yang dikerjakan oleh penulis ini menggunakan web hosting sehingga pengguna dapat menggunakannya melalui Browser yang tersedia.

- 2) Social Media

Penulis memanfaatkan social media untuk tetap berkomunikasi tidak hanya dari aplikasi, namun bisa melalui berbagai macam social media, seperti Instagram, Facebook, LinkedIn, dan tentunya Mailchimp agar pelanggan dapat menerima newsletter dari perusahaan.

- 3) Komputer

Peran komputer dalam penulisan dan perancangan Aplikasi Manajemen Hubungan Pelanggan ini sangat diperlukan sekali. Terutama untuk berkomunikasi, melakukan coding, testing aplikasi, dan lain-lain.

#### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Jenis penelitian pada Tugas Akhir ini adalah mengambil teknik penelitian lapangan (field research), yaitu suatu penelitian yang

meneliti objek di lapangan untuk mendapatkan sebuah gambaran yang jelas serta data yang akurat. Sehingga untuk mendapatkan gambaran dan data-data yang diperlukan yang diperlukan tersebut, penulis melakukan penelitian terhadap perusahaan PT Maxxtec Teknologi Indonesia. Adapun data-data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer, adalah data yang diambil dari sumber data primer atau secara langsung di lapangan. Adapun data primer yang diteliti adalah:
  - a) Data tentang profil perusahaan PT Maxxtec Teknologi Indonesia.
  - b) Data tentang bentuk Manajemen Hubungan Pelanggan berbasis website di PT Maxxtec Teknologi Indonesia.
  - c) Data tentang penerapan aplikasi Manajemen Hubungan Pelanggan berbasis website di PT Maxxtec Teknologi Indonesia.
2. Data Sekunder, adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Adapun data sekunder yang diteliti adalah:
  - a) Data tentang penerapan Manajemen Hubungan Pelanggan, yang meliputi pengertian Manajemen Hubungan Pelanggan, hubungan dengan menggunakan teknologi internet, dan tentang website.

Data tentang gambaran umum PT Maxxtec Teknologi Indonesia, yaitu data geografis dan data produk apa saja yang ditawarkan oleh PT Maxxtec Teknologi Indonesia.

#### 3.4 Diagram Alir Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Lexy J. Moleong mengungkapkan bahwa “Pelaksanaan penelitian ada empat tahap yaitu: (1) tahap sebelum ke lapangan, (2) tahap pekerjaan lapangan, (3) tahap analisis data, (4) tahap penulisan laporan. Seperti pada diagram alur penelitian di bawah ini:



Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian

Adapun penjelasan dari setiap tahapan adalah sebagai berikut:

- 1) Tahap 1 Pra Lapangan: meliputi kegiatan penentuan fokus, penjajakan alat peneliti yang mencakup observasi lapangan dan permohonan izin kepada perusahaan yang akan diteliti, konsultasi fokus penelitian, dan penyusunan usulan penelitian.
- 2) Tahap 2 Pekerjaan Lapangan: meliputi dalam pengumpulan bahan-bahan yang berkaitan dengan perilaku bisnis yang dilakukan oleh perusahaan terhadap pelanggannya. Data tersebut diperoleh dengan observasi, wawancara dan dokumentasi dengan cara melihat penelitian dari semua rangkaian kegiatan pengumpulan data sampai pemberian makna data. Setelah itu melakukan konsultasi hasil penelitian dengan dosen pembimbing untuk mendapatkan

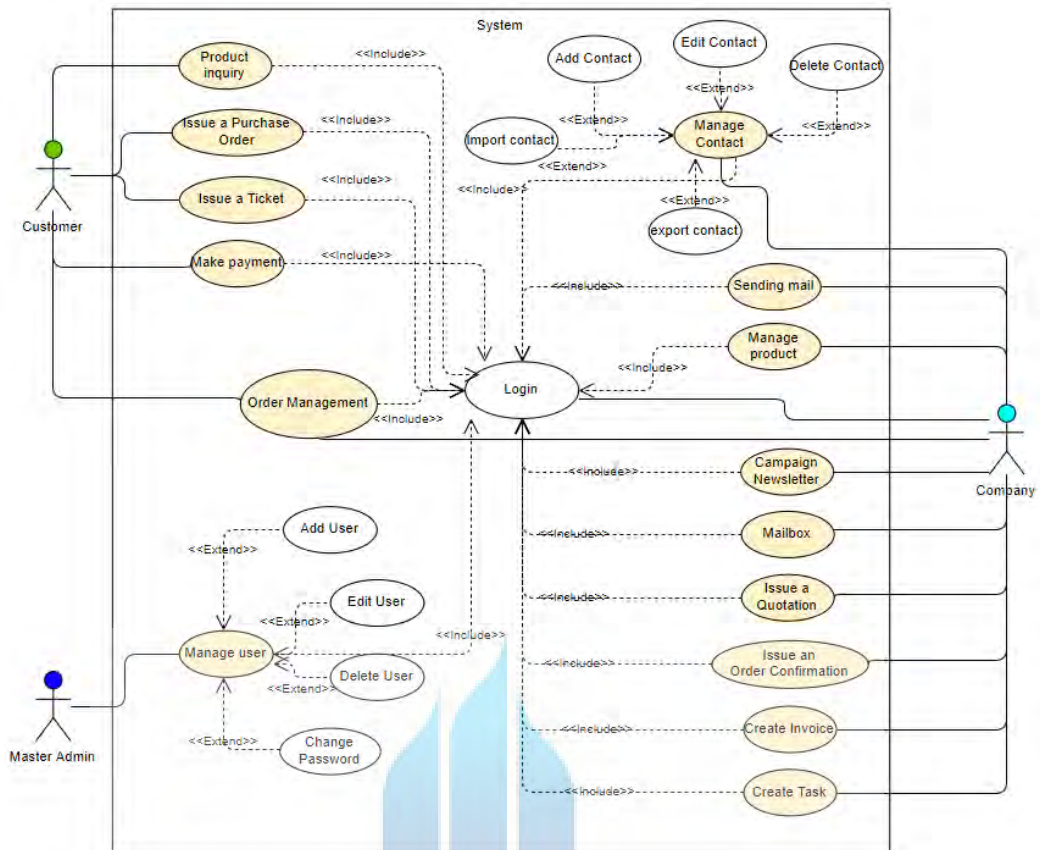
- dan turun langsung ke PT Maxxtec Teknologi Indonesia.
- 3) Tahap 3 Pengumpulan dan Analisis Data: meliputi analisis data baik yang diperoleh melalui observasi, dokumen maupun wawancara mendalam dengan pemilik perusahaan PT Maxxtec Teknologi Indonesia. Kemudian dilakukan penafsiran data sesuai dengan konteks permasalahan yang diteliti selanjutnya melakukan pengecekan keabsahan data dengan cara mengecek sumber data yang didapat dan metode perolehan data sehingga data benar-benar valid.
  - 4) Tahap 4 Penulisan Laporan: meliputi kegiatan penyusunan hasil

perbaikan saran-saran demi kesempurnaan Tugas Akhir yang kemudian ditindaklanjuti hasil bimbingan tersebut dengan penulisan Tugas Akhir yang sempurna.

#### 4 Hasil dan Pembahasan

Hasil pengembangan sistem aplikasi DGtal CRM ini digambarkan ke dalam bentuk Unified Modeling Language (UML) dan User Interface (UI) design.

Pada Use Case Diagram menggambarkan aktifitas yang dapat dilakukan oleh pengguna sistem dalam aplikasi, diantaranya mengelola data pelanggan, menambah/edit/menghapus kontak, membuat penawaran harga, membuat Invoice, manajemen tugas, email, serta melakukan kampanye produk.



Gambar 4.1 Use Case Diagram



**Halaman LOGIN**

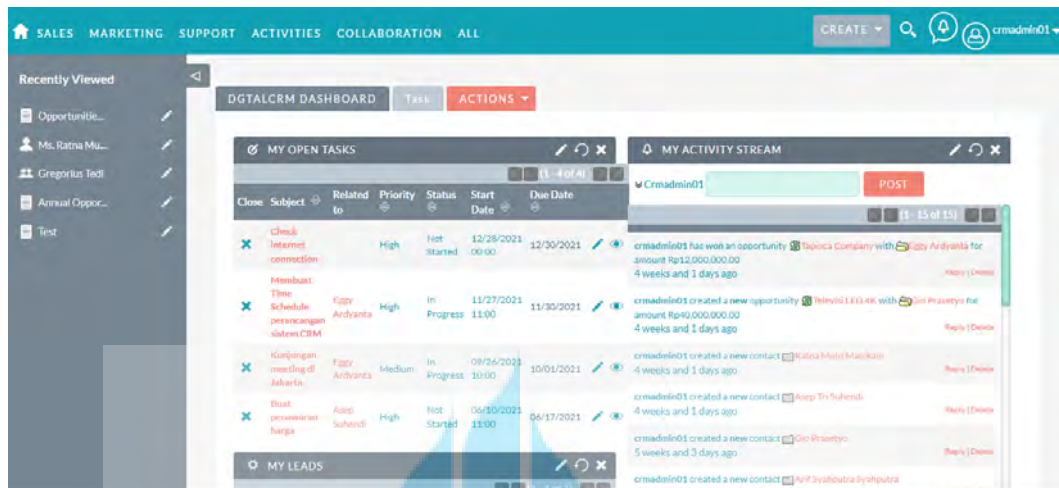
Untuk halaman login menggunakan Username dan Password yg telah terdaftar, dan untuk login aplikasi bisa diakses di [www.dgtalcrm.com](http://www.dgtalcrm.com)



Gambar 4.2 Halaman Login Aplikasi

### Halaman Dashboard

Tampilan ini menunjukkan preview dari fitur-fitur yang ada di dalam aplikasi, seperti contohnya contact list, task, meetings, opportunities, leads, dsb. Sehingga memudahkan user untuk melihat statusnya tanpa harus membuka menu dari tiap fitur.



Gambar 4.3 Halaman Dashboard

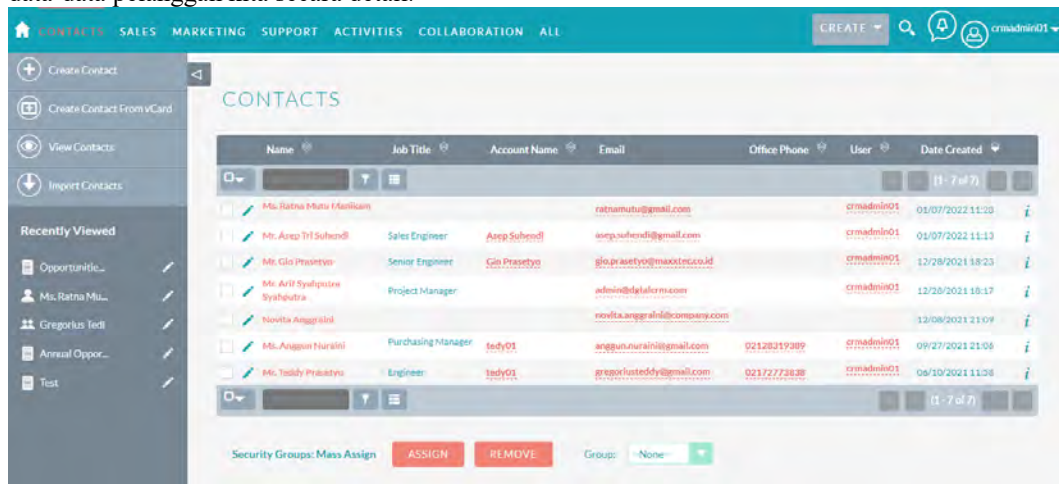
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

### Halaman Kontak

Ini adalah daftar kontak pelanggan ataupun calon pelanggan yang nantinya akan digunakan sebagai database pelanggan untuk mengirimkan E-mail atau Newsletter. Serta dapat menyimpan



data-data pelanggan kita secara detail.



Gambar 4.4 Halaman Manajemen Data Pelanggan (Kontak)

## 5 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Secara umum proses bisnis yang terjadi pada perusahaan PT Maxxtec Teknologi Indonesia sudah memenuhi kriteria dengan penerapan aplikasi DGtal CRM ini dimana fitur utamanya adalah manajemen data pelanggan sudah dapat diterapkan dengan baik mengingat selama ini untuk mengelola data pelanggan masih mengalami kesulitan karena dilakukan secara manual menggunakan banyak device sehingga tidak ada sistem yang mengatur data pelanggan dalam satu wadah.
2. Perancangan aplikasi ini bertujuan untuk mempermudah manajemen pada PT Maxxtec Teknologi Indonesia dalam mengelola data pelanggan serta memudahkan untuk melakukan kampanye produk kepada pelanggan lama atau calon pelanggan baru.

Adapun saran yang perlu diperhatikan dalam perancangan aplikasi ini adalah:

1. Meningkatkan design tampilan agar lebih rapih dan terstruktur serta lebih *user friendly*.

## Referensi

- [1] E. Rosinta and D. Hasibuan, "Implementasi Customer Relationship Management ( CRM ) Pada Aplikasi Penjualan Berbasis Web PT . Buana Telekomindo," vol. VII, no. 1, pp. 8–14, 2018.
- [2] F. A. Amalina Ayu Amalina, I. Aknuranda, and M. C. Saputra, "Pengembangan Sistem Informasi E-CRM Berbasis Website pada Dinikoe Keramik," *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput. Univ. Brawijaya*, vol. 2, no. 11, 2018.
- [3] I. Deasy Permatasari, S.Si, MT dan Firdiawati, S.Kom, Program Studi Sistem Informasi, Universitas Komputer, Bandung 40132, "Membangun Customer Relationship Management (Crm) Berbasis Website Pada Testtube Clothing and Digital Printing," pp. 1–9, 2014.
- [4] N. Agunta, A. Mulyanto, and S. Suhada, "Penerapan Customer Relationship Management ( CRM ) Berbasis Web Mobile pada Coffee Toffee," *Pros. Semin. Nas. Tek. Electro (FORTEI 2017)*, pp. 251–258, 2017.
- [5] S. Anardani and A. R. Putera, "Analisa Perancangan Sistem Informasi Penjualan E-Crm Pada Toko Sepatu Manies Madiun," *Semin. Nas. Unisla*, pp. 115–120, 2018, [Online]. Available: [www.tokomaniesgroup.com](http://www.tokomaniesgroup.com).
- [6] I. A. Dyantina Ovi, Mira Afrina, "Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN)," *J. Sist. Inf.*, vol. 4, no. 1, pp. 516–529,

- 2012.
- [7] I. Supandi, F. Yusuf, and F. F, "Implementasi Costumer Relationship Management (CRM) Pada Sistem Informasi Penjualan Ban Di Toko Lingga Ban Berbasis Web," *Nuansa Inform.*, vol. 12, no. 1, pp. 20–28, 2018, doi: 10.25134/nuansa.v12i1.1345.
- [8] I. D. A. E. Yuliani and S. M. Kuway, "SISTEM INFORMASI PEMESANAN DENGAN PENERAPAN KONSEP ELECTRONIC CUSTOMER RELATION MANAGEMENT BERBASIS WEB," *CCIT J.*, vol. 10, no. 1, pp. 24–34, Feb. 2017, doi: 10.33050/ccit.v10i1.508.
- [9] A. A. Rahman, A. Supaidi, I. Aslamiah, and A. Ibrahim, "IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PELAYANAN PELANGGAN (CORPORATE) DIVISI BGES PADA PT TELKOM WITEL SUMSEL," *JRMSI - J. Ris. Manaj. Sains Indones.*, vol. 9, no. 1, pp. 72–78, Apr. 2018, doi: 10.21009/JRMSI.009.1.05.
- [10] F. I. Komputer and U. B. Darma, "Bina Darma Conference on Computer Sciencee-ISSN : PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT ( CRM ) BERBASIS WEB PADA SISTEM INFORMASI PENJUALAN AROFA MOSLEM WEAR MENGGUNAKAN METODE RATIONAL UNIFIED PROCESS ( RUP ) Bina Darma Conference on Computer Scient" pp. 806–811.



## CURICULUM VITAE



**Name** : Asep Suhendi  
**Place and date of birth** : Jakarta, 25 Januari 1997  
**Sex** : Laki - laki  
**Nationality** : Indonesia  
**Marital Status** : Belum Menikah  
**ID Number** : 3173052501970007  
**Pasport Number** :  
**Email** : asepsuhendi2508@gmail.com  
**Religion** : Islam  
**Address** : Pesing Garden Blok. III Jakarta  
**Phone Number/Mobile** : 081299882518

## EDUCATION

**Elementary School** : SDN Wijaya Kusuma 08  
**Secondary School** : SMP Al- Mansyuriah  
**Senior High School** : SMK Bina Insan Mandiri Jakarta  
**University** : Universitas Mercubuana Jakarta  
**Degree Awarded** :  
**Faculty** : Ilmu Komputer  
**Title of Thesis** : Aplikasi DGital CRM  
**GPA** :

## SKILLS

**Language** : English **Score TOEIC** : 550

## SKILLS

No. Of Years	Title	Name of Organization

## WORK EXPERIENCE

No. Of Years	Position	Employer
2018 - 2019	Marketing	PT.Dwi Cermat Indonesia
2020 - Now	Marketing	PT. Valbury Asia Futures

No. Of Years	Position	Employer

## ACHIEVEMENT

No. Of Years	Position	Employer

## ACTIVITY ( National / International )

Sports : -  
Various

