



## Perancangan dan Implementasi Sistem Informasi *Customer Relationship Management* (Crm) Berbasis Web pada Cv Anugerah Interindo

Ilham Sholahuddin<sup>1\*</sup>, Farizi Ilham, S.Kom.,M.Kom.<sup>2</sup>, Muhamad Farhan<sup>3</sup>, Muhammad Fathan Antony<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup>Program Studi Teknik Informatika, Universitas Pamulang, Indonesia

Email: [ilhamsholahuddin161@gmail.com](mailto:ilhamsholahuddin161@gmail.com)<sup>1</sup>, [dosen02954@unpam.ac.id](mailto:dosen02954@unpam.ac.id)<sup>2</sup>, [haam964@gmail.com](mailto:haam964@gmail.com)<sup>3</sup>, [fathanantoni203@gmail.com](mailto:fathanantoni203@gmail.com)<sup>4</sup>

\*Penulis korespondensi: [ilhamsholahuddin161@gmail.com](mailto:ilhamsholahuddin161@gmail.com)

**Abstract.** CV Anugerah Interindo is a company engaged in interior design, providing various products such as curtains, upholstery fabrics, and wallpaper. Currently, the company does not have a system to record and manage customer data in a structured manner. As a result, customer data management and interaction history are still handled manually, leading to difficulties in recording, searching for customer information, and monitoring the sales process. The purpose of this internship project is to design a web-based Customer Relationship Management (CRM) application to help the company manage customer data and sales processes more effectively. The development method used is the SDLC Waterfall model, which includes requirement analysis, design development, implementation using Laravel as the framework and MySQL as the database, testing, and maintenance. Data collection was conducted through observations and interviews with the company's operational manager. The project scope includes eight main features: customer contact management, a Kanban-based sales pipeline, activity management and follow-up scheduling, customer interaction history, quotation management, sales reports, and data export to Excel. The expected result is the development of a CRM system capable of storing and managing customer data, facilitating interaction recording, and helping monitor the progress of the sales process in a more structured manner.

**Keywords:** Customer Management; Customer Relationship Management; Information Systems; Interior Design Company; Sales Management.

**Abstrak.** CV Anugerah Interindo merupakan perusahaan yang bergerak di bidang desain interior yang menyediakan berbagai produk, seperti tirai, kain pelapis, dan wallpaper. Saat ini, perusahaan belum memiliki sistem yang dapat mencatat dan mengelola data pelanggan secara terstruktur. Akibatnya, pengelolaan data pelanggan serta riwayat interaksi masih dilakukan secara manual, sehingga menyebabkan kesulitan dalam pencatatan, pencarian informasi pelanggan, serta pemantauan proses penjualan. Tujuan Kerja Praktik ini adalah merancang aplikasi Customer Relationship Management (CRM) berbasis web untuk membantu perusahaan dalam mengelola data pelanggan dan proses penjualan secara lebih efektif. Metode pengembangan yang digunakan adalah Software Development Life Cycle (SDLC) model Waterfall, yang meliputi tahap analisis kebutuhan, pembuatan desain, implementasi menggunakan Laravel sebagai framework serta MySQL sebagai basis data, testing, dan pemeliharaan (*maintenance*). Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan manajer operasional perusahaan. Ruang lingkup proyek mencakup tujuh fitur utama, yaitu: manajemen kontak pelanggan; pipeline penjualan berbasis Kanban; manajemen aktivitas dan penjadwalan follow-up; riwayat interaksi pelanggan; manajemen penawaran (quotation); laporan penjualan; dan ekspor data ke Excel. Hasil yang diharapkan adalah terbentuknya sistem CRM yang mampu menyimpan dan mengelola data pelanggan, memudahkan pencatatan interaksi, serta membantu memantau perkembangan proses penjualan secara lebih terstruktur.

**Kata kunci:** Hubungan Pelanggan; Manajemen Pelanggan; Manajemen Penjualan; Perusahaan Desain Interior; Sistem Informasi.

## 1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi mendorong berbagai perusahaan untuk memanfaatkan sistem informasi dalam mendukung kegiatan operasional bisnis agar proses kerja menjadi lebih efektif dan efisien. Sistem informasi tidak hanya berfungsi sebagai media penyedia data, tetapi merupakan kombinasi terorganisir yang digunakan untuk mengumpulkan, mengolah, menyimpan, dan mendistribusikan informasi guna mendukung proses pengambilan keputusan, koordinasi, pengendalian, serta aktivitas manajerial dan operasional dalam sebuah organisasi (Rizki Marten & Brotosaputro, 2025). Salah satu penerapan sistem informasi yang strategis dalam dunia bisnis adalah *Customer Relationship Management (CRM)*. Secara teoretis, CRM didefinisikan sebagai kumpulan strategi, kegiatan, dan teknologi yang mengintegrasikan fungsi penjualan, pemasaran, dan layanan pelanggan untuk membina dan mengelola hubungan dengan pelanggan (Assuary et al., 2023). Penerapan CRM ini berfokus pada upaya sistematis dalam menciptakan dan mempertahankan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Tujuannya tidak sebatas transaksi jual beli, melainkan untuk mengoptimalkan kepuasan, loyalitas pelanggan, serta profitabilitas perusahaan melalui pengelolaan interaksi dan data pelanggan secara terstruktur (Azra Rizkya Umri & Muliani Harahap, 2024).

Beberapa hasil penelitian terdahulu dari berbagai jurnal menunjukkan bahwa penerapan CRM berbasis web terbukti membantu perusahaan dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan data dan kualitas pelayanan bisnis. Penelitian oleh Azra Rizkya Umri & Muliani Harahap (2024) dalam *Journal of Science and Social Research* menjelaskan bahwa penerapan CRM berbasis web pada jasa *wedding organizer* sangat memudahkan pelanggan untuk melihat informasi secara lengkap dan melakukan pemesanan paket pernikahan secara online. Sistem CRM ini diperkuat dengan fasilitas testimoni serta kritik dan saran yang berguna untuk meningkatkan hubungan dan mengevaluasi layanan pelanggan.

Selain itu, penelitian mengenai perancangan sistem CRM berbasis *website* oleh Enggar Maylianda Ayu, Adiyanto, dan Masduki Asbari (2022) pada *IFA Interior* menegaskan bahwa penerapan strategi CRM sangat penting di tengah pasar yang kompetitif untuk memenangkan serta meningkatkan loyalitas pelanggan. Jika sebelumnya upaya untuk mempertahankan pelanggan hanya dilakukan melalui komunikasi tatap muka atau survei langsung ke lokasi pembuatan furniture, implementasi sistem ini mengubah strategi bisnis tersebut menjadi lebih efektif karena memungkinkan pelanggan untuk melihat katalog produk dan berinteraksi dengan store secara online. Pendekatan ini tidak hanya menutupi kelemahan pada strategi bisnis

perusahaan sebelumnya, tetapi juga memberikan kemudahan komunikasi yang bermanfaat bagi pihak IFA *Interior* maupun pelanggannya.

CV Anugerah Interindo merupakan perusahaan yang bergerak di bidang desain interior dengan menyediakan berbagai produk seperti tirai, kain pelapis, dan wallpaper. Dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, perusahaan melakukan berbagai aktivitas yang berkaitan dengan pelanggan, mulai dari konsultasi kebutuhan, penawaran produk, hingga transaksi penjualan. Namun, pengelolaan data pelanggan dan riwayat interaksi pada perusahaan masih dilakukan secara manual sehingga menimbulkan beberapa kendala, seperti kesulitan dalam pencatatan data pelanggan, pencarian riwayat transaksi, serta pemantauan perkembangan proses penjualan. Selain itu, proses penyimpanan data yang belum terintegrasi menyebabkan informasi pelanggan tidak terdokumentasi dengan baik dan berpotensi menimbulkan kesalahan dalam pelayanan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, sebagian besar penelitian CRM berfokus pada bidang penjualan produk secara umum. Penelitian terkait penerapan CRM pada perusahaan desain interior masih terbatas, khususnya dalam pengelolaan data pelanggan, pencatatan riwayat interaksi, dan pemantauan proses penjualan secara terintegrasi berbasis web. Oleh karena itu, diperlukan sebuah sistem CRM yang dapat membantu perusahaan dalam mengelola hubungan pelanggan secara lebih efektif, terstruktur, dan terorganisir sesuai dengan kebutuhan operasional perusahaan desain interior.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web pada CV Anugerah Interindo yang dapat membantu perusahaan dalam mengelola data pelanggan, mencatat riwayat interaksi, serta memantau perkembangan proses penjualan sehingga proses pelayanan pelanggan dan pengelolaan informasi dapat berjalan lebih efektif dan efisien.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Perancangan Sistem**

Perancangan sistem merupakan sebuah proses yang terdiri dari berbagai langkah di mana representasi data, struktur program, rincian prosedur, dan fitur antarmuka diikhtisarkan sebagai rancangan awal sebelum suatu sistem diimplementasikan (Laras Shinta & Yogananti, 2022). Tujuan utama dari tahapan ini adalah untuk memodelkan struktur basis data agar manajemen file menjadi lebih teratur, merancang tampilan pengguna (*user interface*), serta menggambarkan secara logis bagaimana sistem tersebut akan beroperasi dan berinteraksi dengan penggunanya. Dalam pengembangan sebuah aplikasi,

perancangan sistem memiliki peran yang sangat penting dan harus dilakukan secara sistematis karena proses ini mempermudah penerjemahan kebutuhan fungsional serta alur proses bisnis pengguna ke dalam rancangan teknis yang spesifik, sehingga memastikan bahwa perangkat lunak yang dibangun dapat berjalan secara optimal dan selaras dengan kebutuhan perusahaan (Arifin et al., 2026).

### **Sistem Informasi**

Sistem informasi merupakan sebuah kesatuan terorganisir yang memadukan infrastruktur teknologi, seperti perangkat keras (hardware) dan perangkat lunak (software), dengan sumber daya manusia, prosedur atau proses bisnis, serta basis data untuk mengumpulkan, mengolah, menyimpan, dan mendistribusikan data. Secara konseptual, sistem ini bekerja mentransformasikan kumpulan data mentah menjadi sebuah informasi dan pengetahuan digital yang relevan serta bernilai guna bagi penggunanya. Keberadaan sistem informasi di dalam suatu organisasi menjadi sangat vital karena tidak hanya mendukung pengolahan transaksi operasional harian, tetapi juga menjembatani fungsi manajerial, proses koordinasi, pengendalian, serta memfasilitasi pengambilan keputusan yang strategis secara efisien (Alfianto & Lauw Li Hin, 2026).

### ***Customer Relationship Management (CRM)***

*Customer Relationship Management (CRM)* merupakan sebuah strategi bisnis komprehensif sekaligus sistem yang difokuskan pada upaya membangun dan memelihara hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Mayasari et al., 2026). Pendekatan ini pada dasarnya tidak hanya berkaitan dengan infrastruktur teknologi, tetapi juga mencakup pengelolaan proses bisnis, budaya perusahaan, serta strategi komunikasi untuk meningkatkan kepuasan, retensi, dan loyalitas pelanggan secara sistematis (Aulia & Cuhenda, 2025). Sebagai sebuah sistem informasi terpadu, CRM memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi, memperoleh, dan mempertahankan pelanggan melalui koordinasi di berbagai saluran dan departemen guna memaksimalkan nilai dari setiap interaksi. Lebih dari sekadar pemanfaatan teknologi, pendekatan bisnis ini berfokus pada penciptaan serta penyampaian nilai tambah yang unggul agar perusahaan dapat memahami dan memengaruhi perilaku pelanggan secara mendalam (Wardhana, 2024).

### ***Unified Modeling Language (UML)***

*Unified Modeling Language (UML)* adalah sebuah bahasa pemodelan standar yang digunakan untuk menganalisis, merancang, dan memaparkan secara terperinci apa saja kebutuhan dari sebuah sistem perangkat lunak yang berorientasi objek secara visual (Amelia & Widyatmojo, 2025). Fungsi utama dari UML adalah sebagai alat bantu komunikasi yang

sistematis untuk memvisualisasikan alur program dan perancangan sistem sebelum diimplementasikan (Assuary et al., 2023). Dalam perancangan sistem ini, digunakan beberapa pemodelan diagram yang meliputi *Use Case Diagram* untuk mendeskripsikan skenario interaksi antara pengguna (aktor) dengan sistem, *Activity Diagram* untuk memodelkan alur kerja dan urutan aktivitas proses bisnis di dalam sistem, *Sequence Diagram* untuk merepresentasikan interaksi dan pertukaran pesan antar objek berdasarkan urutan waktu kejadian, serta *Entity Relationship Diagram (ERD)* yang berfungsi untuk memodelkan struktur data dan hubungan logis antar entitas sebagai dasar dalam membangun spesifikasi basis data (*database*) (Nur Satriya & Iskandar, 2024)

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Software Development Life Cycle (SDLC)*, yaitu model yang mendefinisikan urutan fase dan aktivitas yang harus dilaksanakan selama proses pengembangan suatu perangkat lunak. Model pengembangan spesifik yang diaplikasikan dalam penelitian ini adalah model *Waterfall*. Model *waterfall* merupakan sebuah proses desain sekuensial (berurutan) yang umum digunakan dalam pengembangan sistem, di mana kemajuan pengerjaannya dipandang mengalir terus ke bawah layaknya air terjun yang melewati berbagai fase. Keunggulan dan karakteristik utama dari model ini adalah setiap fase pengerjaan baru akan dimulai hanya ketika fase sebelumnya telah benar-benar selesai dilaksanakan (Saravanos & Curinga, 2023).

#### Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah CV Anugerah Interindo yang bergerak di bidang desain interior, khususnya dalam penyediaan dan pemasangan produk seperti tirai (*curtain*), kain pelapis (*fabric*), dan *wallpaper*.

#### Teknik Pengumpulan Data

Dalam upaya mengumpulkan data dan informasi pendukung untuk merancang sistem *Customer Relationship Management (CRM)* yang sesuai dengan kebutuhan pada CV Anugerah Interindo, maka digunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

#### Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung proses bisnis yang berjalan di CV Anugerah Interindo. Kegiatan observasi ini bertujuan untuk mengetahui secara pasti proses pengelolaan data pelanggan, aktivitas penjualan, serta kendala-kendala yang terjadi pada sistem yang sedang berjalan.

## Wawancara

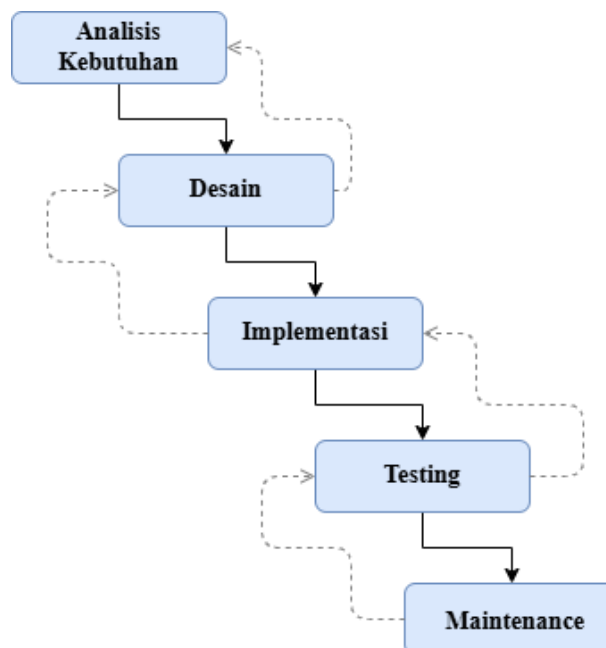
Wawancara dilakukan melalui komunikasi dan tanya jawab secara langsung dengan pihak perusahaan, khususnya dengan manajer operasional CV Anugerah Interindo. Metode ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang komprehensif berkaitan dengan kebutuhan fungsional sistem, permasalahan riil yang dihadapi perusahaan, serta fitur-fitur yang dibutuhkan dalam pengembangan sistem *Customer Relationship Management* (CRM).

## Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan cara mengkaji dan mengumpulkan berbagai referensi literatur seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, dan hasil penelitian terdahulu. Fokus kajian ini mencakup teori mengenai sistem informasi, konsep *Customer Relationship Management* (CRM), metode pengembangan sistem SDLC Waterfall, serta teknologi dan bahasa pemrograman yang digunakan dalam proses pengembangan sistem.

## Metode Pengembangan Sistem *Waterfall*

Pengembangan sistem informasi dalam penelitian ini menggunakan tahapan-tahapan dari model *Waterfall* yang pelaksanaannya dilakukan secara berurutan.



**Gambar 1.** Model *Waterfall* Diadaptasi dari Saravanos & Curinga (2023)

### Analisis Kebutuhan (*Requirements Analysis*)

Pada tahap awal ini, layanan, batasan, dan tujuan dari sistem ditetapkan melalui konsultasi secara intensif dengan pengguna sistem. Kebutuhan-kebutuhan tersebut kemudian didefinisikan secara terperinci untuk dijadikan sebagai spesifikasi dasar sistem (Saravanos & Curinga, 2023).

### **Desain (*Design*)**

Proses desain sistem berfungsi untuk mengalokasikan kebutuhan pengguna ke dalam arsitektur sistem secara keseluruhan. Pada tahap ini, pengembang mengidentifikasi dan mendeskripsikan gambaran serta abstraksi fundamental dari sistem perangkat lunak beserta hubungan antar komponennya (Saravanos & Curinga, 2023).

### **Implementasi (*Implementation*)**

Selama tahap ini, perancangan perangkat lunak yang telah dibuat direalisasikan melalui penulisan kode (coding) menjadi sekumpulan program atau unit program. Tahap ini juga mencakup pengujian unit untuk memverifikasi bahwa masing-masing bagian telah memenuhi spesifikasi yang disyaratkan (Saravanos & Curinga, 2023).

### **Testing**

Unit-unit program yang sebelumnya terpisah kemudian diintegrasikan dan diuji secara menyeluruh sebagai satu sistem yang lengkap. Tujuan utama tahap ini adalah untuk memastikan bahwa seluruh perangkat lunak berjalan sesuai kebutuhan tanpa ada error sebelum diserahkan kepada pelanggan atau pengguna (Saravanos & Curinga, 2023).

### **Maintenance**

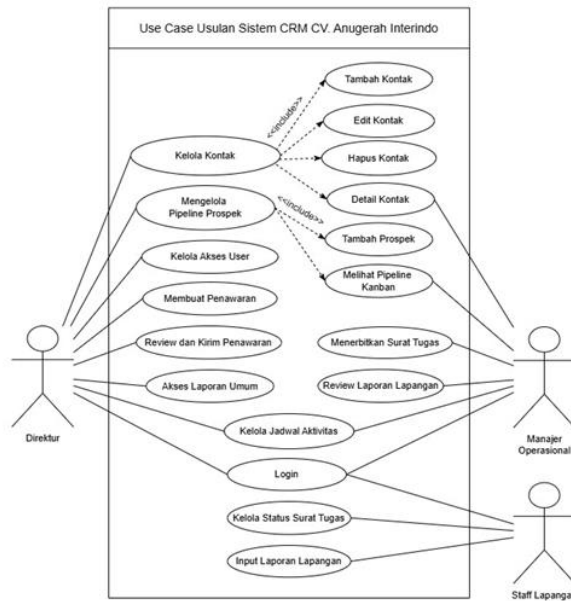
Tahap ini merupakan tahap pemeliharaan ketika sistem telah diinstal dan digunakan secara praktis oleh perusahaan. Proses ini mencakup perbaikan kesalahan (bug) yang luput dari tahap pengujian sebelumnya, peningkatan kualitas unit sistem, serta penambahan layanan atau fitur baru seiring dengan berkembangnya kebutuhan perusahaan (Saravanos & Curinga, 2023).

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Sistem Berjalan**

Berdasarkan hasil observasi pada CV Anugerah Interindo, proses pengelolaan data pelanggan dan penjualan masih dilakukan secara manual menggunakan *Microsoft Excel* dan media sosial. Kondisi tersebut menyebabkan pencatatan data, pencarian informasi pelanggan, serta pemantauan proses penjualan belum berjalan secara optimal. Berikut merupakan *Activity Diagram* sistem yang sedang berjalan pada CV Anugerah Interindo.

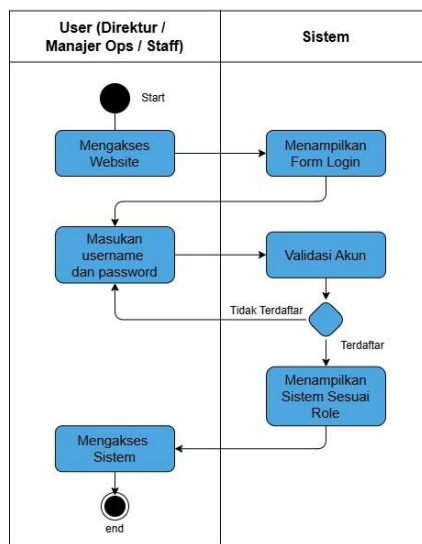




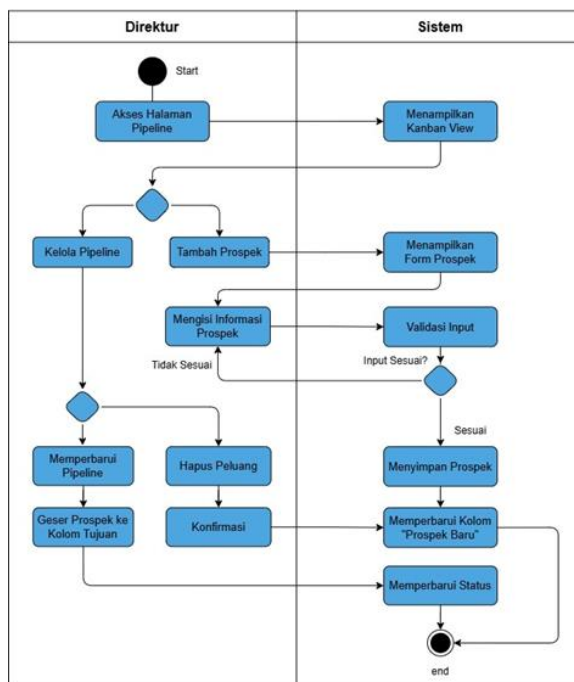
**Gambar 4.** Use Case Diagram

**Activity Diagram**

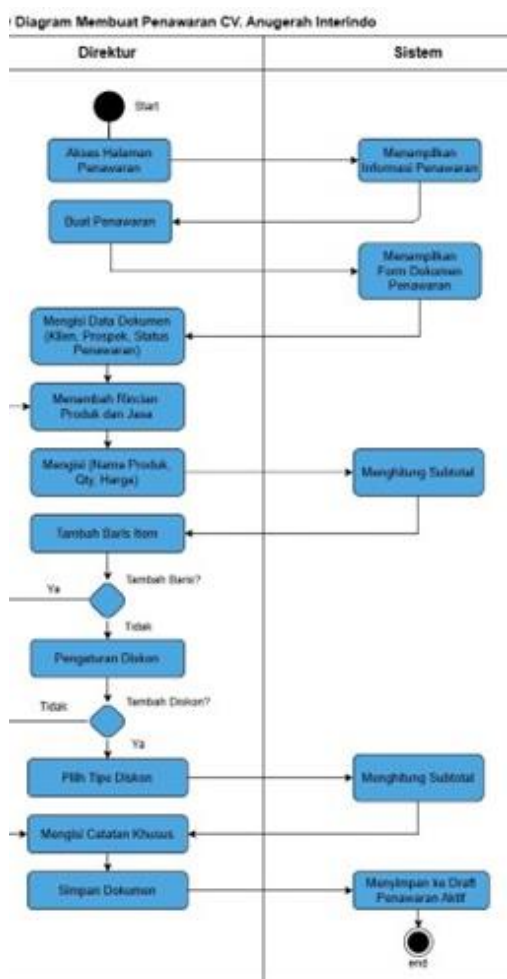
Activity diagram merupakan salah satu jenis pemodelan perilaku di dalam UML yang digunakan untuk mendeskripsikan aspek dinamis dari suatu sistem dengan menggambarkan aliran kontrol dari satu aktivitas ke aktivitas lainnya secara runtut, layaknya sebuah diagram alir (*flowchart*) (Singh Ajit, 2024).



**Gambar 5.** Activity Diagram Login



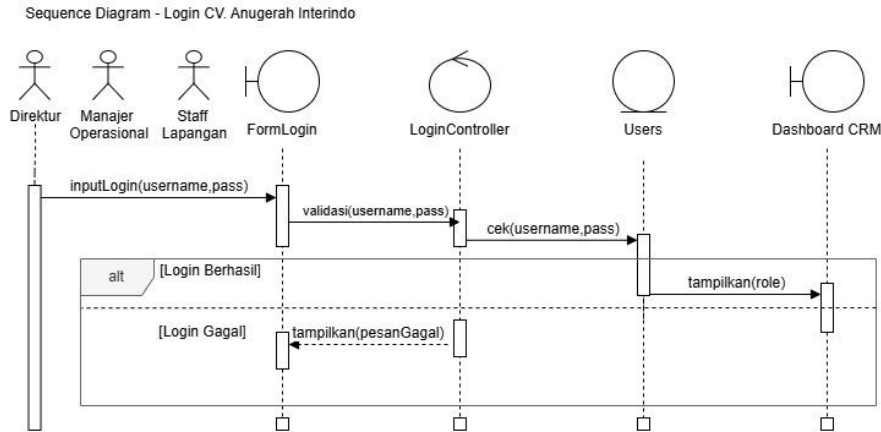
Gambar 6. Activity Diagram Kelola Pipeline



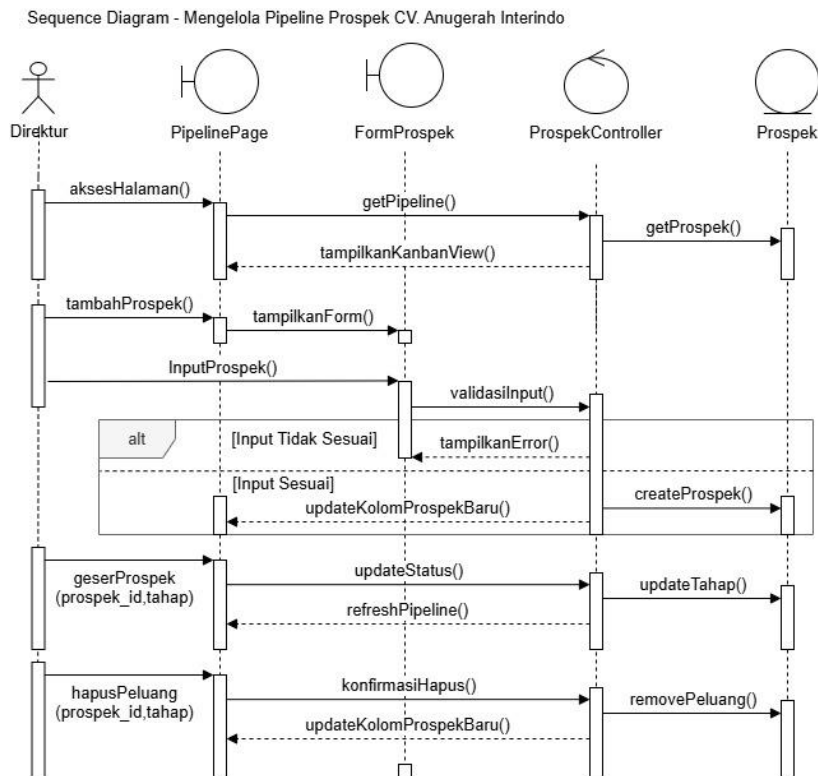
Gambar 7. Activity Diagram Membuat Penawaran

## Sequence Diagram

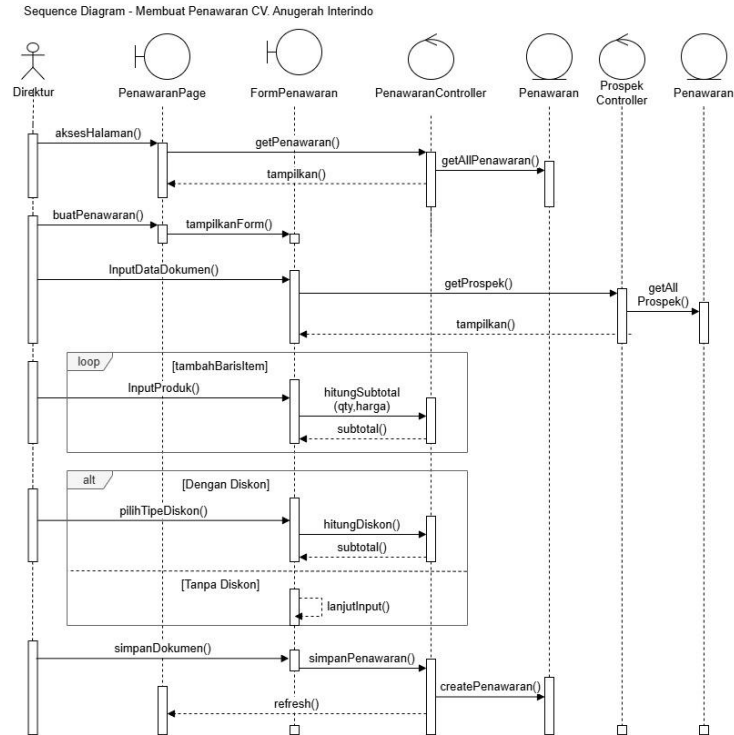
*Sequence diagram* merupakan salah satu jenis diagram interaksi yang berfungsi untuk menangkap dan menggambarkan urutan waktu dari aliran pesan atau komunikasi antar objek di dalam sistem (Singh Ajit, 2024).



**Gambar 8.** *Sequence Diagram Login*



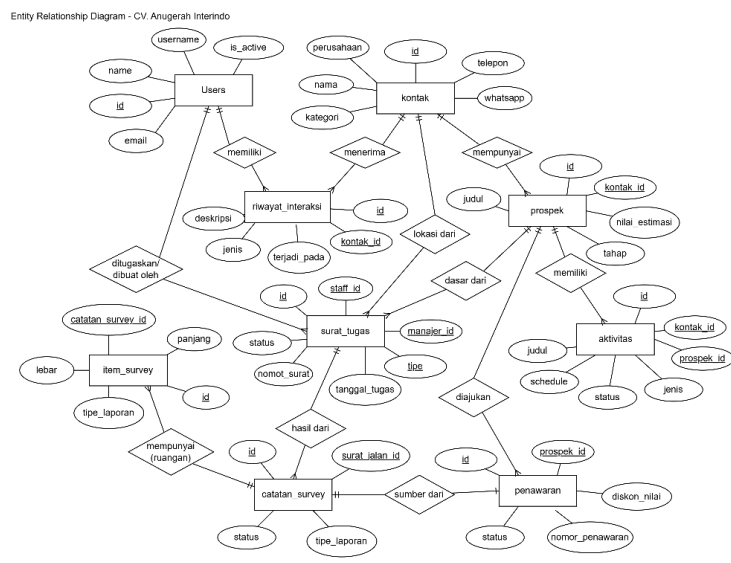
**Gambar 9.** *Sequence Diagram Kelola Pipeline*



**Gambar 10.** Sequence Diagram Membuat Penawaran

**Entity Relationship Diagram (ERD)**

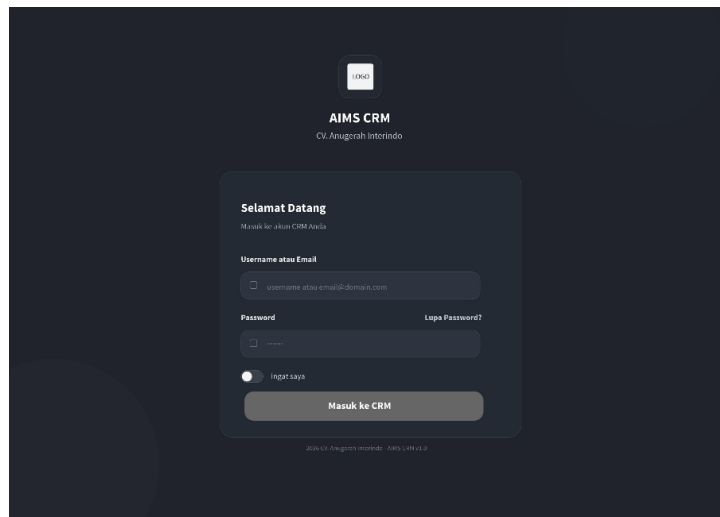
Sebagai alat bantu utama dalam perancangan arsitektur basis data, *Entity Relationship Diagram* (ERD) berfungsi untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai relasi logis antarentitas di dalam sistem. Pemodelan konseptual ini tidak hanya memvisualisasikan bagaimana sekumpulan data saling terhubung dan berelasi berdasarkan atributnya, tetapi juga sangat membantu pengembang dalam merancang struktur basis data yang efisien sekaligus menjamin integritas data yang dikelola (Oktafiyani et al., 2025).



**Gambar 11.** ERD Sistem CRM CV. Anugerah Interindo

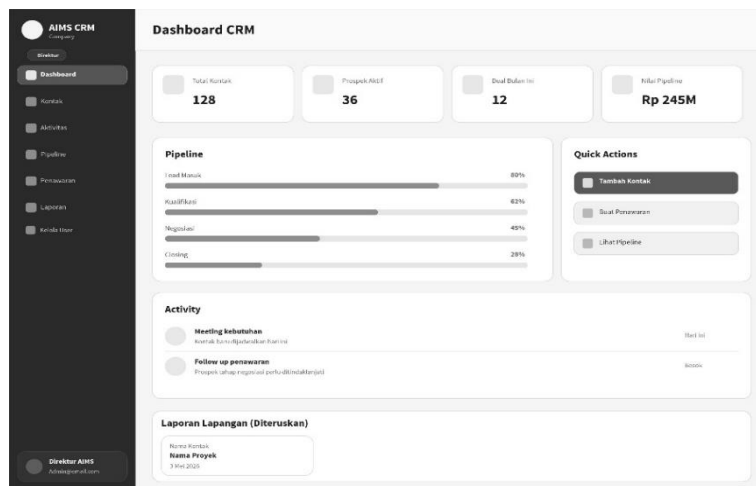
## Desain User Interface

Desain *User Interface* (antarmuka pengguna) merupakan tahapan perancangan komponen visual yang berfungsi sebagai media interaksi utama antara pengguna dengan sistem. Perancangan antarmuka ini dirancang secara khusus dengan sangat mempertimbangkan aspek kemudahan penggunaan (*user-friendly*) serta efektivitas operasional, dengan tujuan untuk meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan (Oktafiyani et al., 2025).



**Gambar 12.** Desain Halaman Login

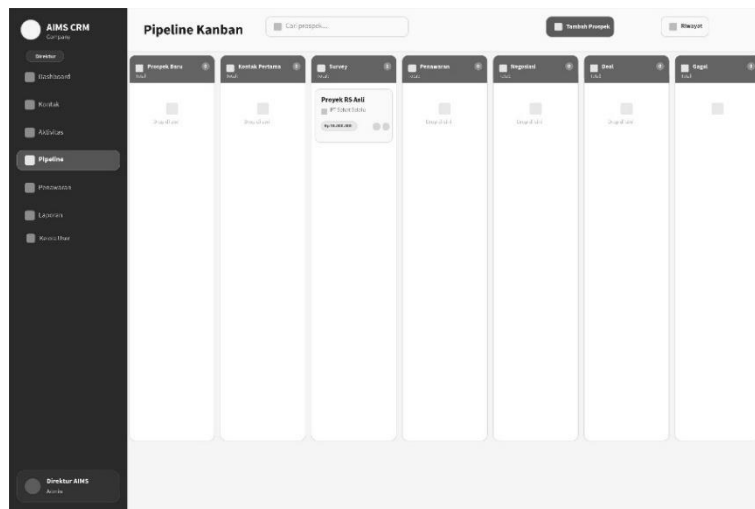
Gambar 12 menunjukkan desain halaman login yang digunakan sebagai media autentikasi pengguna sebelum mengakses sistem CRM. Pada halaman ini tersedia form input berupa username atau email dan password yang berfungsi untuk memverifikasi hak akses pengguna ke dalam sistem.



**Gambar 13.** Desain Halaman Dashboard

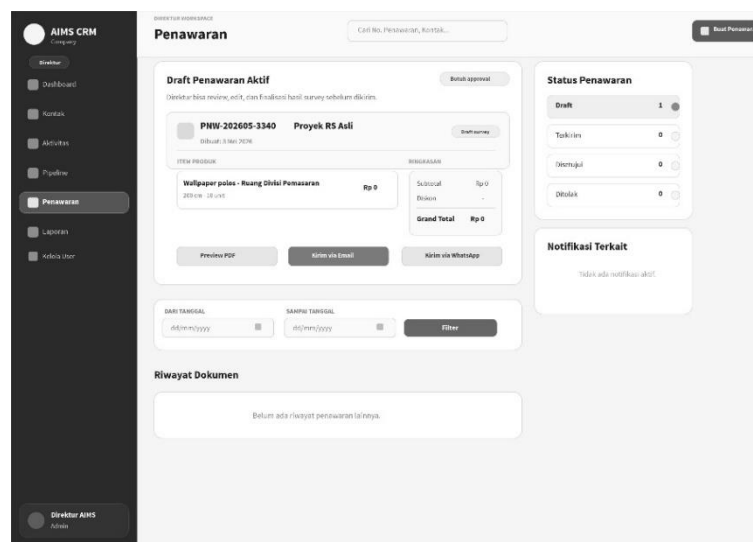
Gambar 13 menunjukkan desain halaman dashboard direktur yang berfungsi sebagai pusat informasi utama dalam sistem CRM. Halaman dashboard menampilkan ringkasan data penting seperti total kontak, prospek aktif, jumlah deal, serta nilai pipeline yang dapat

membantu pengguna dalam memantau perkembangan hubungan pelanggan dan aktivitas bisnis secara lebih efektif.



**Gambar 14.** Desain Halaman Pipeline Kanban

Gambar 14 menunjukkan desain halaman pipeline kanban yang digunakan untuk memvisualisasikan alur proses prospek pelanggan dalam sistem CRM. Pada halaman ini, data prospek ditampilkan dalam beberapa tahapan seperti prospek baru, kontak pertama, survei, penawaran, negosiasi, hingga deal dan gagal. Desain ini bertujuan untuk mempermudah pengguna dalam memantau perkembangan setiap prospek secara terstruktur.



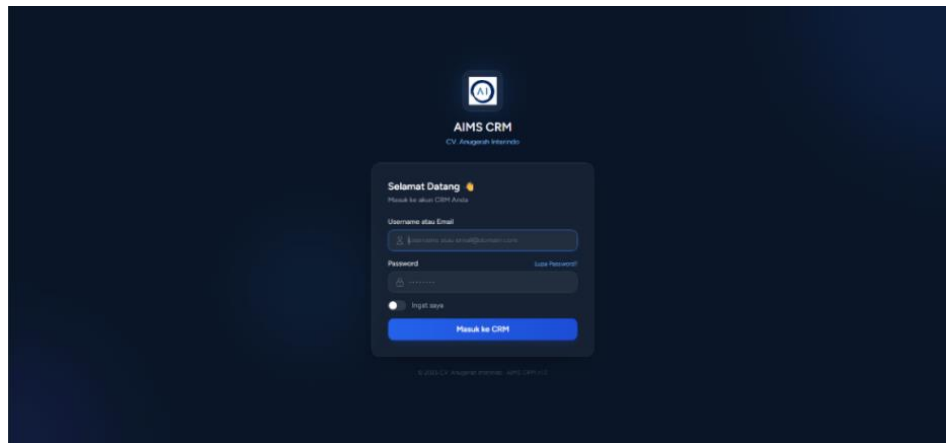
**Gambar 15.** Desain Halaman Penawaran

Gambar 15 menunjukkan desain halaman penawaran yang digunakan untuk mengelola dokumen penawaran kepada pelanggan. Halaman ini menyediakan informasi terkait draft penawaran aktif, status penawaran, riwayat dokumen, serta fitur pengiriman penawaran.

## Implementasi Sistem CRM Berbasis Web

Tahap implementasi merupakan proses realisasi dan penerjemahan dari model perancangan (seperti UML, basis data, dan desain *user interface*) ke dalam bentuk aplikasi yang nyata dan fungsional. Pada tahap ini, sistem CRM dibangun secara terintegrasi menggunakan *framework* Laravel pada sisi *back-end* dan *front-end*, serta MySQL sebagai *database*.

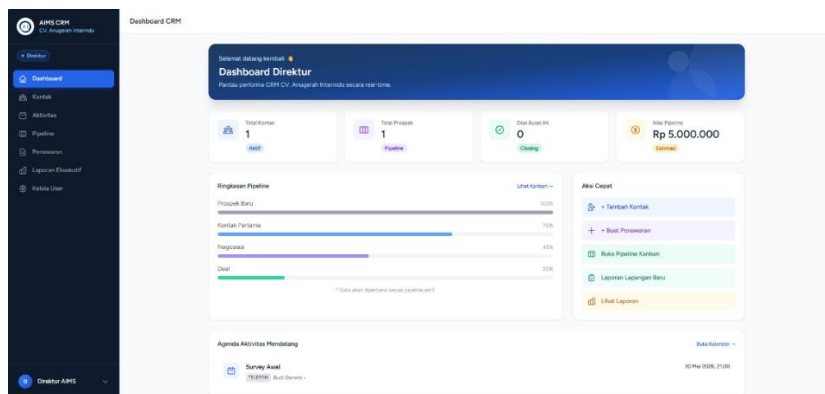
### Halaman Autentikasi



**Gambar 16.** Halaman Login

Halaman *Login* Merupakan antarmuka awal yang berfungsi sebagai gerbang keamanan sistem, di mana pengguna harus memasukkan kredensial otentikasi mereka untuk dapat mengakses fitur sesuai dengan peran masing-masing.

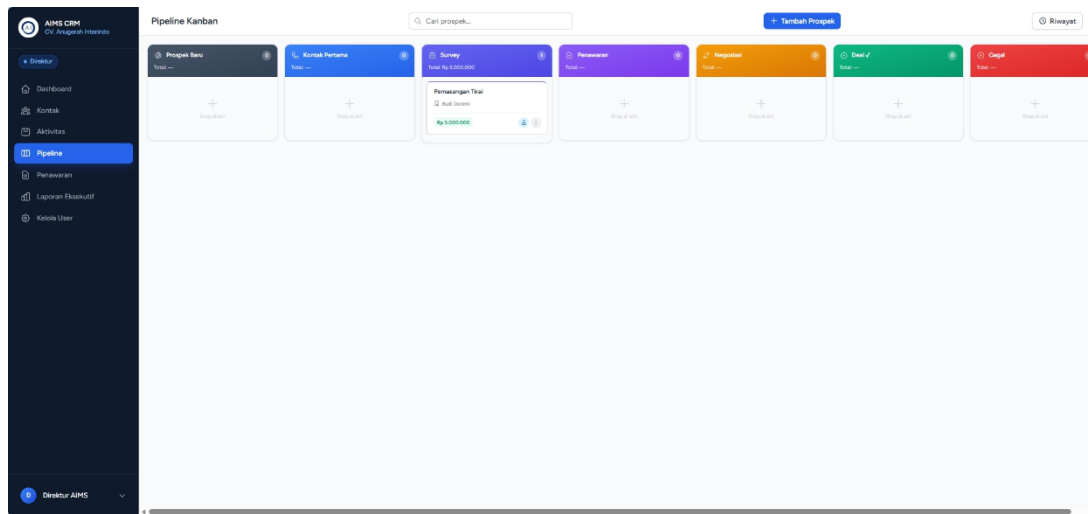
### Dashboard Direktur



**Gambar 17.** Halaman *Dashboard* Direktur

Halaman *Dashboard* Direktur digunakan untuk menampilkan ringkasan analitik dan informasi penting guna memudahkan monitoring bisnis. Sistem juga menyediakan fitur Manajemen Kontak untuk mengelola data pelanggan, Aktivitas untuk penjadwalan proyek dan tindak lanjut klien, Pipeline berbasis kanban untuk memantau tahapan penjualan. Serta, tersedia halaman Penawaran untuk mengelola dokumen penawaran harga, halaman Laporan untuk menampilkan rekap aktivitas bisnis, dan halaman Kelola *User* untuk mengatur akun serta hak akses pengguna seperti manajer dan staf.

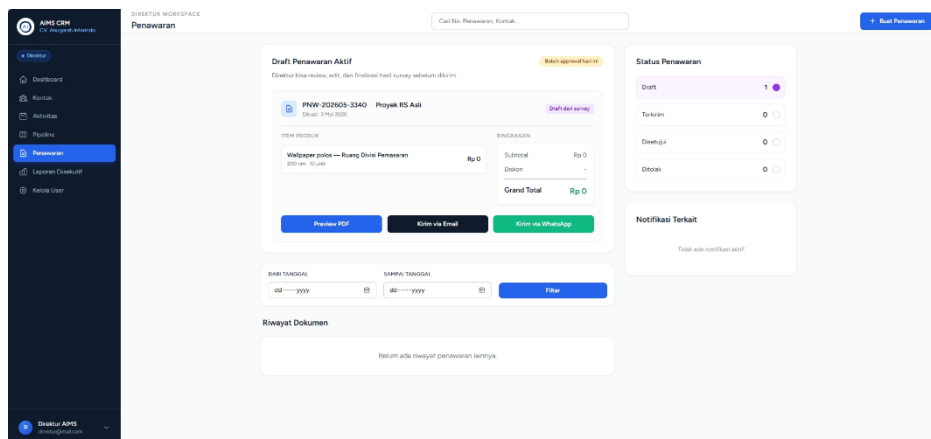
## Halaman Pipeline



Gambar 18. Halaman Pipeline Kanban

Halaman Pipeline Kanban digunakan untuk memantau dan mengelola perkembangan prospek pelanggan pada setiap tahapan penjualan secara visual. Tampilan berbasis kanban memudahkan pengguna dalam melihat status prospek, mulai dari prospek baru, kontak pertama, survei, penawaran, negosiasi, hingga deal atau gagal. Melalui halaman ini, pengguna dapat mengatur perpindahan prospek antar tahapan dengan lebih terstruktur sehingga proses monitoring, tindak lanjut, dan pengambilan keputusan penjualan dapat dilakukan secara lebih efektif dan efisien.

## Halaman Penawaran



Gambar 20. Halaman Penawaran

Halaman Penawaran digunakan untuk membuat, mengelola, dan memantau dokumen penawaran kepada pelanggan. Pada halaman ini, pengguna dapat melihat detail penawaran aktif seperti nomor penawaran, nama proyek, informasi pelanggan, rincian biaya, serta total harga yang diajukan. Sistem juga menyediakan fitur untuk melihat pratinjau dokumen dalam bentuk PDF serta mengirim penawaran melalui email atau WhatsApp secara langsung. Selain itu, tersedia informasi status penawaran, seperti draft,

terkirim, disetujui, atau ditolak, sehingga memudahkan proses monitoring tindak lanjut penawaran kepada pelanggan secara lebih terstruktur dan efisien.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil perancangan dan implementasi, sistem *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web yang dikembangkan pada CV Anugerah Interindo telah berhasil mengatasi permasalahan pengelolaan data pelanggan dan pemantauan proses penjualan yang sebelumnya masih mengandalkan pencatatan manual dengan excel. Sistem ini mampu mengintegrasikan seluruh fungsi vital mulai dari manajemen kontak pelanggan, visualisasi tahapan prospek melalui papan kanban, penjadwalan aktivitas tindak lanjut, hingga penyusunan dokumen penawaran dan rekapitulasi laporan penjualan dalam satu platform terpusat. Keberadaan sistem ini mendukung efisiensi kerja dan akurasi data dalam pengambilan keputusan manajerial. Hasil ini menunjukkan bahwa penerapan CRM berbasis web dapat menjadi solusi strategis bagi perusahaan desain interior seperti CV Anugerah Interindo dalam mendukung operasional perusahaan.

Meskipun sistem yang dikembangkan telah membantu proses bisnis perusahaan, implementasinya masih terbatas pada kebutuhan internal dan belum terintegrasi dengan sistem akuntansi, manajemen inventaris, maupun portal pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk melakukan pelatihan dan sosialisasi secara berkala serta menerapkan pemeliharaan sistem guna menjaga keamanan dan stabilitas data. Untuk pengembangan selanjutnya, sistem dapat diperluas dengan penambahan fitur analisis prediktif, notifikasi otomatis, dan aplikasi mobile guna mendukung mobilitas tim lapangan. Selain itu, perlu dilakukan evaluasi setelah implementasi menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur tingkat penerimaan pengguna serta dampak sistem terhadap produktivitas dan retensi pelanggan.

## DAFTAR REFERENSI

- Alfianto, & Lauw Li Hin. (2026). Implementasi sistem CRM meningkatkan kepuasan customer pada divisi Business Center Bina Nusantara. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik (JMIA)*, 3(2), 1–4. <https://doi.org/10.61722/jmia.v3i2.9287>
- Amelia, I., & Widyatmojo, G. (2025). Perancangan sistem informasi customer relationship management berbasis website pada PT Bumi Tekno Indonesia perwakilan Kota Tegal. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 9(3), 3716–3720. <https://doi.org/10.36040/jati.v9i3.13356>

- Arifin, J. S., Priyatna, B., Nurapriani, F., & Hananto, A. L. (2026). Penerapan E-CRM berbasis web menggunakan metode RAD pada Showroom Wali Sanga Motor. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 8(2), 307–317. <https://doi.org/10.35746/jtim.v8i2.986>
- Assuary, M. F., Marfalino, H., & Surmayanti. (2023). Perancangan sistem informasi customer relationship management (CRM) penjualan pupuk dan pestisida pada Toko Berlian Tani. *Jurnal Teknik Dan Teknologi Tepat Guna*, 2(2), 85–99. <https://doi.org/10.62357/j-t3g.v2i2.236>
- Aulia, R., & Cuhenda, C. (2025). Perancangan aplikasi customer relationship management (CRM) untuk PT Wahana Satu Propertindo. *Jurnal Informatika Dan Teknologi Pendidikan*, 5(1), 67–76. <https://doi.org/10.59395/jitp.v5i1.130>
- Ayu, E. M., Adiyanto, & Asbari, M. (2022). Rancang bangun sistem informasi customer relationship management (CRM) berbasis web pada IFA Interior. *Insan Pembangunan Sistem Informasi Dan Komputer (IPSIKOM)*, 9(2). <https://doi.org/10.58217/ipsikom.v9i2.203>
- Azra Rizkya Umri, T., & Muliani Harahap, A. (2024). Sistem informasi pemesanan Nita Wedding Organizer dengan penerapan customer relationship management berbasis web. *Journal of Science and Social Research*, 7(2). <https://doi.org/10.54314/jssr.v7i2.1875>
- Laras Shinta, S., & Yogananti, A. F. (2022). Perancangan desain user interface fitur customer relationship management (CRM) pada aplikasi Krealogi. *Jurnal Citrakara*, 4(3), 315–332. <https://publikasi.dinus.ac.id/index.php/citrakara/article/view/7591>
- Mayasari, P., Rusito, R., & Wahyuning, S. (2026). Design of a web-based CRM information system for customer management and transaction history at Sumber Rejeki Store, Gubug District, Grobogan Regency. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*, 5(2), 346–362. <https://doi.org/10.51903/dwkd3k90>
- Nur Satriya, S., & Iskandar, R. (2024). Pengembangan aplikasi customer relationship management (CRM) berbasis mobile “AORA” untuk pengajuan calon pelanggan baru Fiber Networks Indonesia (Fibernet). *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 8(6), 12562–12567. <https://doi.org/10.36040/jati.v8i6.12015>
- Oktafiyani, F., Irawan, Y., & Fithri, D. L. (2025). Implementasi customer relationship management pada sistem informasi pemesanan sewa-beli produk Feno.Florist menggunakan upsell and cross-sell rate sebagai indikator penawaran promo. *JEKIN: Jurnal Teknik Informatika*, 5(1), 234–247. <https://doi.org/10.58794/jekin.v5i1.1291>
- Rizki Marten, M., & Brotosaputro, G. (2025). *6th Seminar Nasional Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi (SENAFTI)*, 4(2). <https://senafti.budiluhur.ac.id/senafti/article/view/1585>
- Saravanos, A., & Curinga, M. X. (2023). Simulating the software development lifecycle: The waterfall model. *Applied System Innovation*, 6(6). <https://doi.org/10.3390/asi6060108>
- Singh, A. (2024). *Object oriented modeling and design using UML* (3rd ed.). Ajit Singh.
- Wardhana, A. (2024). *Customer relationship management in the digital edge*. In M. Pradana (Ed.), *Eureka Media Aksara*. Eureka Media Aksara.