

## IMPLEMENTASI APLIKASI PEMASARAN KAIN TENUN IKAT KHAS KAMANASA MENGGUNAKAN METODE CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA KAMPUNG TENUN KAMANASA BERBASIS WEB

Nelson Sani<sup>1</sup>, Alexsius Endy Budianto<sup>2</sup>, Moh. Ahsan<sup>3</sup>

Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Kanjuruhan Malang<sup>1,2,3</sup>  
nelson1127sani@gmail.com

**Abstrak.** Tujuan penelitian ini adalah untuk membuat dan mengimplementasikan aplikasi pemasaran kain tenun ikat khas Kamanasa berbasis Web. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Customer Relationship Management (CRM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan memanfaatkan CRM, akan mempermudah Galeri Tenun untuk mengetahui apa yang diharapkan dan diperlukan pelanggannya sehingga akan terciptanya hubungan bisnis yang erat dan terbuka serta komunikasi dua arah yang baik. Berhubung dengan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk membuat sebuah program loyalitas yang dapat membantu Galeri Tenun dalam menambah jumlah pelanggan, meningkatkan kepuasan dan menjaga agar pelanggan tidak tergiur dengan berbagai tawaran yang diberikan kompetitor lain.

**Kata Kunci:** Aplikasi Pemasaran Kain Tenun Berbasis Web

### PENDAHULUAN

Persaingan bisnis di Indonesia sekarang sudah semakin meningkat, sehingga banyak pengusaha atau penjual mencari cara untuk mempertahankan atau memperoleh pelanggan yang baru. Jika diamati, sesungguhnya inti persaingan saat ini lebih pada bagaimana perusahaan menyadari betul siapa target *marketing* yang menjadi sasarannya, seberapa tinggi kualitas produknya, dan bagaimana memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan. Oleh karena itu, seiring berkembangnya teknologi informasi, maka perlu diterapkan suatu strategi yang lebih baik dengan cara mengimplementasikan suatu produk teknologi komunikasi informasi yang dapat membantu usaha ini menjadi lebih efektif dalam meningkatkan layanan *marketing* serta dapat menunjang pengambilan keputusan yang lebih baik bagi pemilik usaha. Cara untuk mempromosikan dan menjual kain tenun ikat khas Kamanasa yang sedang berjalan saat ini masih dilakukan secara manual yaitu dengan menggunakan brosur dan ikut serta dalam kegiatan pameran budaya. Namun, cara manual tersebut kurang efektif dan memiliki beberapa kekurangan seperti membutuhkan waktu, biaya dan tenaga baik bagi pelanggan yang ingin membeli kain tenun maupun untuk pembuatan dan penyebaran brosur.

Dengan adanya pengimplementasian aplikasi pemasaran kain tenun ikat khas Kamanasa menggunakan metode *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis website guna untuk menjalin hubungan dengan pelanggan khususnya seperti mencari informasi data tentang kain tenun ikat, misalnya harga, berat kain kualitas kain, jenis kain dan lain sebagainya. Salah satu keunggulan dalam peningkatan layanan adalah dengan penerapan konsep Manajemen Hubungan Pelanggan atau *Customer Relationship Management* (CRM).

*Customer Relationship Management* (CRM) merupakan sebuah filosofi bisnis yang menggambarkan suatu strategi penempatan client sebagai pusat proses, aktivitas dan budaya.

Dari uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengangkat masalah tersebut menjadi laporan Tugas Akhir dengan judul “IMPLEMENTASI APLIKASI PEMASARAN KAIN TENUN IKAT KHAS KHAMANASA MENGGUNAKAN METODE *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) PADA KAMPUNG TENUN KAMANASA BERBASIS WEB”.

### **Customer Relationship Management**

Utaminingsih (2015) menyatakan bahwa sejak awal tahun 1990 mulai berkembanglah apa yang dinamakan *Customer Relationship Management* (CRM). *Customer Relationship Management* (CRM) menjembatani antara perkembangan teknologi yang pesat dan perubahan ekosistem bisnis enterprise. Indonesia sebagian besar termasuk *small and medium size enterprise* (SMEs). *Small and medium size enterprise* (SMEs) juga dapat mengambil manfaat dari peranan CRM untuk mengembangkan bisnis.

Setiawan dan Saputra (2015) menyatakan bahwa *Customer Relationship Management* merupakan strategi yang diimplementasikan secara luas untuk mengatur hubungan antara perusahaan dengan pelanggan, dan calon pelanggan.

*Customer Relationship Management* adalah strategi bisnis yang terdiri dari software dan layanan yang didesain untuk meningkatkan keuntungan (*profit*), pendapatan (*revenue*) dan kepuasan pelanggan (*customer satisfactin*). Caranya adalah dengan membantu berbagai bentuk perusahaan untuk mengidentifikasi pelanggannya dengan tepat, memperoleh lebih banyak pelanggan dengan lebih cepat, dan mempertahankan kesetiaan pelanggannya (Hidayat, 2014).

### **Komponen CRM**

Kerangka komponen CRM diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu sebagai berikut:

a). Operasional CRM

CRM operasional berkaitan dengan fungsi bisnis suatu perusahaan yang meliputi servis pelanggan, manajemen pesanan, *invoice/billing*, manajemen dan optimasi penjualan.

b). Analitikal CRM

Analitikal CRM adalah suatu aktifitas yang meliputi menyimpan, memindahkan, memproses, mengartikan dan melaporkan data konsumen atau pengguna yang kemudian menganalisa apa yang mereka perlukan.

c). Kolaborasi CRM

Kolaborasi CRM adalah aktifitas untuk menggabungkan semua komunikasi yang diperlukan, koordinasi dan kolaborasi antara *vendors* dan *customer*.

### **Fase-fase CRM**

Terdapat tiga fase dalam CRM dalam mengelola daur hidup pelanggan, yaitu:

a). *Aquire*

Pada tahap ini perusahaan akan mendapatkan pelanggan baru dengan melakukan penjualan, pemasaran secara langsung dan pemenuhan kebutuhan pelanggan.

b). *Enhance*

Merupakan tahapan dimana perusahaan berusaha untuk menjalin hubungan dengan pelanggan melalui pemberian pelayanan yang baik terhadap pelanggannya.

c). *Retain*

Pada tahap ini dapat membantu perusahaan secara proaktif dan memberikan reward kepada pelanggan yang paling loyal.

### **METODE PENELITIAN**

Metodologi merupakan proses mulai dari mempersiapkan bahan penelitian, peralatan, Alokasi waktu rencana penelitian. Metode penelitian menggambarkan tahapan proses, metode dan *tools* (alat bantu) yang digunakan dalam melakukan penelitian agar penelitian dapat berjalan dengan baik dan tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. Pada tahapan ini terdapat beberapa tahapan, seperti identifikasi masalah dan pengumpulan data yang terdiri dari: studi pustaka, observasi, wawancara dan dokumentasi.

### **Peralatan Penelitian**

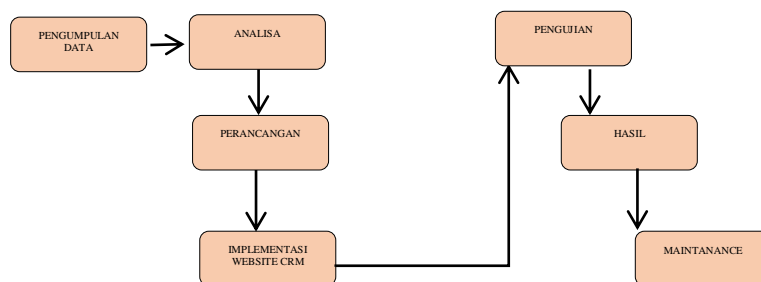
Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah seperangkat komputer yang dilengkapi perangkat lunak pendukung.

- a) Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan komputer dengan spesifikasi

- *Computer : Laptop / PC*
  - *Procesor : Core i3*
  - *Ram : 2 Giga*
  - *Printer Epson L120*
- b) Spesifikasi software yang dibutuhkan diantaranya adalah sebagai berikut :
- *Sistem operasi : Windows 7*
  - *DBMS : MySQL*
  - *Bahasa Pemrograman : PHP*
  - *Web Browser : Mozilla Firefox*
  - *Tools : Dreamweaver, Coreldraw dan Flash.*
  - Dan beberapa perangkat lunak pendukung lainnya.

### Prosedur penelitian

Prosedur Penelitian adalah serangkaian kegiatan yang dilaksanakan oleh seorang peneliti secara teratur dan sistematis untuk mencapai tujuan-tujuan penelitian yang dimulai dari permulaan pengumpulan data sampai dengan kesimpulan. Prosedur penelitian ini diterapkan sebagai petunjuk penelitian dalam pelaksanaan penelitian agar dapat mencapai hasil yang diharapkan. Alur prosedur penelitian terdapat pada Gambar 3.1 berikut:



**Gambar 1** Prosedur Penelitian

Berdasarkan langkah diagram alir tersebut, berikut ini merupakan penjelasan secara detail tentang tiap-tiap langkah tersebut:

a). Pengumpulan Data

Pada tahapan ini dilakukan pengumpulan data-data atau informasi yang terkait dalam penelitian. Pengumpulan data dan informasi dilakukan dengan cara melakukan observasi, wawancara, dan studi pustaka.

b). Analisa

Pada tahap ini dilakukan pengolahan data menjadi informasi terkait data kain tenun ikat khas Kamanasa sehingga karakteristik tersebut bisa dipahami dan bermanfaat untuk solusi permasalahan, terutama masalah yang berkaitan dengan penelitian mengenai pemasaran kain tenun ikat khas Kamanasa.

c). Perancangan

Pada tahap ini dibuat berdasarkan analisis kebutuhan yang akan dilakukan, dan digunakan untuk membangun sebuah sistem dalam layanan pemasaran kain tenun ikat untuk mendapatkan gambaran dengan jelas tentang apa yang dikerjakan pada analisa sistem, maka dilanjutkan dengan memikirkan bagaimana membentuk sistem tersebut.

d). Implementasi *Website Customer Relationship Management (CRM)*.

Implementasi sistem informasi motif tenunan provinsi NTT ini menggunakan bahasa pemrograman PHP dan di hubungan dengan *relation database managemen sistem MySQL*. Untuk membangun *interface* yang sesuai dengan *database*. Pada tahap ini dilakukan Implementasi *Website* pada *Customer Relationship Management (CRM)* yang bertujuan untuk memudahkan pelanggan dan Galeri Tenun dalam membangun relasi antara kedua belah pihak agar tidak terjadi kesenjangan serta memudahkan informasi yang terkait dengan pemasaran

kain tenun ikat. Dengan diterapkan aplikasi ini pelanggan diharapkan akan lebih mengetahui informasi secara sinkron terhadap kain tenun ikat dan dapat mempermudah dalam hal pemesanan kain tenun ikat pada Galeri Tenun Ikat Khas Kamanasa.

e). Pengujian

Pada tahap ini dilakukan pengujian kembali pada aplikasi jika program *error* maka akan kembali pada perancangan sistem yang akan dibuat.

f). Hasil

Hasil dari penelitian ini adalah suatu penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam layanan pemasaran kain tenun ikat Khas Kamanasa berbasis Web ini mampu meningkatkan jangkauan pemasaran Kain tenun ikat dan memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk mendapatkan informasi mengenai kain tenun ikat. Jika hasil sudah sesuai dengan yang diharapkan maka tahap ini dinyatakan berhasil.

g). *Maintanance*

Pada tahap ini dilakukan *Maintanance* pada aplikasi dan bertujuan agar sistem yang sudah ada dapat berjalan dengan baik sehingga sesuai dengan standar fungsional dan kualitas sistem.

### Analisis dan Perancangan Sistem

*Website* Kain Tenun Kamanasa adalah suatu layanan sajian informasi yang menggunakan konsep *hyperlink* (tautan), yang dibuat untuk membantu masyarakat agar bisa melihat dan mengakses langsung pada jaringan melalui *browsing* di internet, untuk melakukan pemesanan atau mengakses informasi tentang kain tenun khas Kamanasa. *Website* ini memerlukan koneksi internet, karena informasi yang diakses dikirim melalui *database mysql* yang *admin-nya* langsung dari pengelola galeri kain tenun ikat Kamanasa.

Untuk melihat informasi maupun melakukan pemesanan kain tenun ikat khas Kamanasa dapat melalui *browsing* di internet. Sedangkan untuk mengupdate informasi admin akan berinteraksi dengan halaman website update informasi.

*Website* ini dibuat dengan *Blog* atau *Blogger* yang sederhana sehingga dapat memudahkan user untuk mengakses di internet.

Pengguna dapat mengakses informasi kain tenun ikat khas Kamanasa menggunakan internet. Pengguna dapat menentukan informasi yang telah dipilih dan sistem akan melakukan proses sesuai dengan hasil yang dipilih oleh pengguna.

Layanan *website* diimplementasikan pada laptop atau PC untuk mengupdate informasi maupun melihat daftar pemesanan kain tenun. Semua perangkat harus terhubung dengan internet. *Web service* menghubungkan antara aplikasi *mobile* dan web.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Implementasi

*Website* pemasaran kain tenun ikat khas Kamanasa dibuat untuk menghasilkan sebuah web yang mampu memasarkan kain tenun dan memberikan informasi mengenai kain tenun yang berada di kampung tenun kamanasa. *Website* ini memberikan kemudahan pada masyarakat untuk mengakses informasi kain tenun ikat khas kamanasa.

Tahap implementasi merupakan tahapan setelah melakukan analisis dan perancangan sistem, dimana pada *Website* ini untuk mengetahui atau mengakses melalui *browsing*. Proses implementasi *Website* pemasaran kain tenun ikat khas Kamanasa dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut:



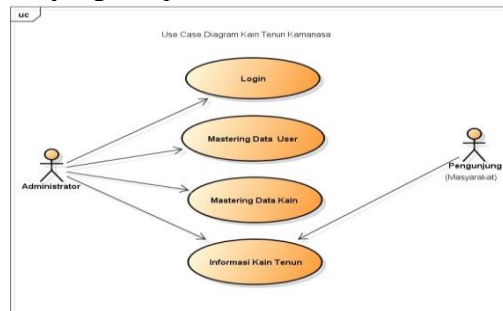
Gambar 2. Implentasi Aplikasi *Website* Kamanasa

Implementasi aplikasi pada gambar 2 terdiri dari 3 komponen, admin mengelola data informasi, pemasaran dan data pelanggan disimpan di *server website*, masyarakat atau pengunjung sebagai pengguna dapat mengakses informasi tentang pemasaran kain tenun ikat khas Kamanasa melalui situs *website*.

### Use Case Diagram

#### Use case diagram Utama

Pada gambar *use case* aplikasi ini, pengguna langsung berinteraksi dengan sistem. Pengguna bebas melihat informasi melalui *browsing*. Pada menu pilihan informasi kain tenun yang disajikan yaitu informasi profil kampung tenun Kamanasa. Menu informasi digunakan untuk melihat informasi yang berkaitan dengan kain tenun. Untuk aktor admin akan melakukan kelola data informasi dan pemesanan melalui *website*. Untuk lebih jelasnya penjelasan situs *website* dapat dilihat *use case* yang ada pada Gambar berikut ini:



Gambar 3. Use case diagram Kain Tenun Kamanasa

### Graphical User Interface (GUI)

#### Halaman Login

Desain *user interface* halaman login digambarkan seperti gambar Tampilan Halaman Login dibawah ini.

The screenshot shows a login form with a header bar labeled 'KAMANASA'. Below the header, there are two input fields: 'USERNAME' and 'PASSWORD'. At the bottom of the form is a button labeled 'LOGIN'.

Gambar 4. Tampilan Halaman Login

#### Halaman Utama

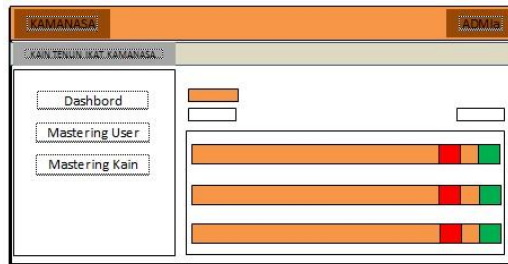
Desain *user interface* halaman utama (*Dashbord*) digambarkan seperti gambar 4 Tampilan Halaman Utama 1 dibawah ini.

The screenshot shows the main dashboard page. It has a header bar with 'KAMANASA' on the left and 'ADMIN' on the right. Below the header, there is a navigation menu with three items: 'Dashboard', 'Mastering User', and 'Mastering Kain'.

Gambar 5. Tampilan Halaman Utama

#### Halaman Data Mastering User

Desain *user interface* halaman data *user* digambarkan seperti gambar Tampilan Halaman Data *user* dibawah ini.



Gambar 6. Tampilan Halaman Data user

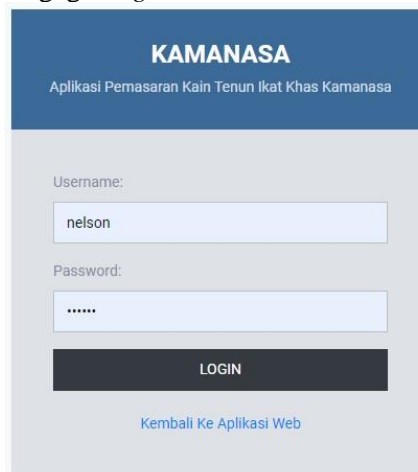
### Tahap Pemrograman

Pada tahap proses pemrograman dilakukan kode program sesuai hasil tahapan desain produk. Tahapan pemrograman mengimplementasikan hasil rancangan kedalam baris kode dan tampilan sistem yang berjalan sesuai dengan fungsinya. Untuk kode program dapat dilihat pada lampiran 4

### Hasil Pengujian Pertama dan Revisi Produk

#### a). Login

Halaman *login* merupakan halaman yang pertama kali tampil pada saat *user* mengakses sistem ini dan *user* diwajibkan untuk mengisi *username* dan *password* untuk masuk ke *homepage* sesuai dengan hak akses user tersebut dan apabila *username* dan *password* yang dimasukkan salah, maka sistem akan menampilkan pesan gagal *login*.



Gambar 7. Halaman Login

#### b). Halaman Informasi Kain Tenun

Halaman ini digunakan untuk melihat informasi kain tenun. Di halaman ini tersedia motif-motif beserta deskripsi dan juga nomor *handphone* jika pelanggan ingin pesan kain tenun.

### PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang implementasi *Customer Relationship Management* pada *website* pemasaran kain tenun ikat khas Kamanasa pada kampung tenun Kamanasa dapat disimpulkan bahwa *website* kain tenun Kamanasa merupakan *website* yang dapat memberikan atau menyajikan informasi mengenai pemasaran kain tenun ikat Kamanasa. Pemasaran kain tenun ikat khas Kamanasa dengan memanfaatkan *Customer Relationship Management* dalam *website* kain tenun ikat ini telah meningkatkan jangkauan pemasaran kain tenun ikat dan memberikan kemudahan kepada konsumen untuk mendapatkan informasi mengenai kain tenun ikat khas Kamanasa.

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis dapat mengemukakan saran yang dapat membantu mengimplementasikan sistem ini, oleh sebab itu penulis mengharapkan pengembangan aplikasi yang lebih baik dalam penelitian-penelitian selanjutnya. Penerapan *website* kain tenun Kamanasa ini hanya dapat melakukan pemasaran kain tenun, cek informasi kain tenun, cek produk kain tenun, dan mengakses informasi produk yang ada pada kampung



tenun Kamanasa. Melihat hal ini maka penulis menyarankan ada penambahan informasi layanan pemasaran sehingga dapat menyempurnakan website yang telah dibuat sebelumnya dengan menambahkan fitur-fitur seperti tombol konfirmasi pembelian dan keranjang belanja. Untuk mengikat pengunjung, kampung tenun Kamanasa bisa melakukan kontrak bulanan untuk pelanggan yang setia dengan cara membangun kerjasama antara pengunjung dan produsen.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Carissa A. O. Srikandi AF dan Kumadji. 2014. Penerapan Costumer Relationship Management (CRM) sebagai Upaya untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 15. (1). Hal 10-19.
- Connolly, Thomas dan Carolyn Begg. (2015). *Sistem Basis Data: Pendekatan Praktis untuk Desain, implementasi dan manajemen*. Edisi Keenam. Boston: Pearson Education.
- D. Kurniawan, "Penerapan Aplikasi CRM (Customer Relationship Management) Berbasis Web Dalam Bidang Jasa," 2009. [Online]. Available: <http://wiechan.blog.binusian.org/files/2009/06/penerapan-crm-basis-web-dalam-bidang-jasa1.doc>.
- Dy Antina, Afrina dkk. 2012. Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN. *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, Vol. 4, No. 2, Oktober 2012. Hal 516-529
- Hakim S., Rachmad. 2010. *Buku Pintar Windows 7*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Hasugian, L. (2014, Agustus 13). Pengetian Aplikasi. Retrieved from lesmardin1988:<https://lesmardin1988.wordpress.com/2014/08/13/pengertian-aplikasi/>
- Hidayat R. 2014. Sistem Informasi Ekspedisi Barang dengan Metode E-CRM untuk Meningkatkan Pelayanan Pelanggan. *Jurnal Sisfotek Global*. Vol 4. (2). Hal 15-22.
- I. Gautama, "Relationship Marketing Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Customer Relationship Management untuk Memenangkan Persaingan Bisnis," 2011. [Online]. Available: <http://journal.uui.ac.id/index.php/Snati/article/viewFile/1350/1131>.
- Indrajani. 2015. "Database Design". Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Kamus Umum Bahasa Indonesia. 2015. Jakarta [ID]: Pustaka Sinar Harapan.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2014). *Principle of Marketing* . 14 Edition. England : Pearson Education, Inc
- Ladjamudin, bin Al-Bahra. 2013. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- M. Samsudin, Analisa 2015. Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Website *Jurnal Sistem Dan Informatika* Vol. 10, No. 1, Nopember 2015
- Mamulak RMN. 2015. Rancang Bangun Sistem Informasi Motif-Motif Tenunan Daerah Nusa Tenggara Timur Menggunakan Pendekatan Unified. *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Hal 399-405.
- Martin ID dan Zaman BA. 2013. Tenun Ikat Sumba sebagai Inspirasi Motif dengan Teknik Block Print. *Jurnal Tingkat Sarjana Bidang Seni Rupa dan Desain*. Vol 5. (1). Hal 1-6.

- Meriyanti, Novi Safriadi, Tursina Rancang Bangun E-Commerce.
- Natalia Magdalena R. Mamulak 2015. Rancang Bangun Sistem Informasi Motif-Motif Tenunan Daerah Nusa Tenggara Timur Menggunakan Pendekatan Unified Process, Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi 2015 (Sentika 2015) ISSN: 2089-9815 Yogyakarta, 28 Maret 2015.
- Nurchayono F. 2012. Pembangunan Aplikasi Penjualan dan Stok Barang pada Nuansa Elektronik Pacitan. *Journal Speed-Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*. Vol 4. (3). Hal 15-19.
- Nugroho, Bunafit. 2013. *Dasar Pemograman Web PHP – MySQL dengan Dreamweaver*. Yogyakarta : Gava Media
- Noni Rahmawati, Herry Mulyono 2016. Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Web, *Jurnal Manajemen Sistem Informasi* Vol 1 No. 2, Desember 2016 ISSN : 2540-8011.
- Sadeli, Muhammad. 2014. *Dreamweaver CS6 Untuk Orang Awam*. Palembang: Maxikom.
- Safaat HN. 2013. *Aplikasi Berbasis Android*. Bandung [ID]: Informatika.
- Saputra, Agus. 2013. *Membangun Aplikasi Toko Online dengan PHP dan SQL Server*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sari, H. K. (2013). Efektivitas Loyalty Program dalam Customer Relationship Management terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kegiatan Divisi Retensi dalam Pelaksanaan Loyalty Program @ School Community pada PT Indosat Tbk. Kantor Cabang Malang). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2).
- Satyaputra A dan Aritonang ME. 2012. *Beginning Android Programming with ADT Bundle*. Jakarta [ID]: PT Elex Media Komputindo.
- Sibero, Alexander F.K. 2014. *Web Programming Power Pack*. Yogyakarta : Mediakom.
- Setiawan D dan Saputra EH. 2015. Penerapan Customer Relationship Management Berbasis Website pada UD Toyoriz Busindo. *Jurnal Ilmiah DASI*. Vol. 16. (1). Hal 34-39.
- T. Efrain, "Sistem Pendukung Keputusan dan Sistem Cerdas," Yogyakarta , ANDI, 2005.
- Tunggal, Amin Widjaja. 2008. *Dasar-dasar Customer Relationship Management*. Jakarta: Penerbit Harvarindo.
- Utaminingsih L. 2015. Aplikasi Mobile Customer Relationship Management untuk Small and Medium Size Interprizez (SMEs). *Jurnal Telematika*. Vol. 12. (2). Hal 99-106.
- U. Tenun Songket Sambas Sahidah *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi (JUSTIN)* Vol. 1, No. 1, (2016).
- W. L. Jeffery, *Metode Desain dan Analisis Sistem*. Indianapolis, Yogyakarta: ANDI, 2004.
- Waspodo, Bayu. 2015. Sistem Informasi Pelayanan Izin Mendirikan Bangunan Dan Peruntukan Penggunaan Tanah Pada Badan Penanaman Modal Dan Pelayanan Perizinan Kabupaten Sumedang. *Jurnal Sistem Informasi* Vol.8 No.2-Oktober 2015. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.



Wijayanti, Teti and . I. Azhari, "Pengembangan Customer Relationship Management Berbasis Web pada Griya Muslim Flora," 2009. [Online]. Available: <http://is.uad.ac.id/jusi/files/02-JUSI-Vol-1-No-1-Pengembangan-E-CRM-Berbasis-Web-pada-Griya-Muslim-Flora.pdf>.