PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) PADA KOPI KETJE

Oleh:

GILANG PERMATA

1511050134

ABSTRAK

Kedai Kopi saat ini sedang berkembang pesat di Lampung. Kopi Ketje harus mampu bersaing dengan kedai lain yang berpotensi sama. Selama ini proses pemasaran Kopi Ketje hanya menggunak Sosial Media Instagram, Proses Jual Beli masih menggunakan cara konvensional, Transaksi Jual Beli dilakukan di Lokasi Penjualan Kopi Ketje. Belum adanya timbal balik berupa masukan atau kritik dan saran secara positif kepada pihak Kopi Ketje. Cara tersebut dianggap kurang efektif sehingga pelanggan tidak bisa memberi tanggapan langsung kepada pihak kopi Ketje. Untuk itu, maka penting dibuatkan sebuah Interface sebagai media yang memberikan fasilitas layanan optimal kepada Pelanggan.

Customer Relationship Management (CRM) solusi yang dibangun pada kopi Ketje dilengkapi sistem informasi Jual Beli memberikan kemudahan proses Penjualan secara online dan hasil analisa tingkat kepuasan Pelanggan menjadikan kopi Ketje lebih baik dalam memberikan pelayanan kepada Pelanggan. Metode yang digunakan penelitian ini adalah SDLC (System Develoment Life Cycle) Waterfall. Sehingga pelanggan dapat secara otomatisasi memberikan komplain ketika merasa tidak puas dan Kopi Ketje secara otomatis memberika timbal balik berupa permohonan maaf atau ucapan terima kasih.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management, Online, Waterfall, Kopi Ketje.*