



## RANCANG BANGUN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) SEBAGAI STRATEGI MARKETING PADA CV. DUTA DESA BARU TOUR & TRAVEL BERBASIS WEB

Anggi Muhammad Fajri<sup>1</sup>, Silfia Andini<sup>2</sup>, Fajrul Islami<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup> Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang

<sup>2</sup> Manajemen Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang

Corresponding Author: [1.anggimuhammadfajri2@gmail.com](mailto:1.anggimuhammadfajri2@gmail.com)

### Article Info

#### Article history:

Received: Mar 09, 2026

Revised: Apr 14, 2026

Accepted: Apr 16, 2026

Published: Jun 01, 2026

#### Keywords:

Customer Relationship Management  
Sistem Informasi  
Strategi Marketing  
Pemesanan Travel  
Berbasis Web

### ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang pesat mendorong perusahaan jasa untuk memanfaatkan sistem informasi guna meningkatkan kualitas pelayanan dan efektivitas strategi pemasaran. CV. Duta Desa Baru Tour & Travel masih menghadapi beberapa permasalahan, seperti proses pemesanan tiket yang masih dilakukan secara manual, pengelolaan data pelanggan yang belum terintegrasi dengan baik, serta hubungan perusahaan dengan pelanggan yang belum dikelola secara optimal. Kondisi tersebut menyebabkan pelayanan menjadi kurang efisien, potensi kesalahan pencatatan data meningkat, serta menyulitkan perusahaan dalam melakukan evaluasi dan pengambilan keputusan pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membangun sistem Customer Relationship Management (CRM) berbasis web sebagai strategi marketing untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Metode yang digunakan meliputi analisis sistem yang sedang berjalan, perancangan sistem menggunakan Unified Modeling Language (UML), serta implementasi sistem berbasis web dengan database terintegrasi. Sistem CRM yang dibangun mampu mengelola data pelanggan, pemesanan tiket, interaksi pelanggan, serta menghasilkan laporan secara otomatis dan akurat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem CRM berbasis web dapat meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat proses pelayanan, meningkatkan akurasi pengelolaan data, serta membantu perusahaan dalam memahami kebutuhan pelanggan sehingga strategi pemasaran dapat dilakukan dengan lebih tepat sasaran.



This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY SA 4.0)

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi saat ini memegang peranan penting dalam kemajuan dunia bisnis. Perubahan yang cepat menuntut pelaku usaha untuk meningkatkan kapabilitas serta nilai bisnis melalui pemanfaatan teknologi, sistem informasi, dan pengetahuan yang relevan. Selain itu, kreativitas dan inovasi juga diperlukan agar perusahaan mampu memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif [1]. Dalam pemasaran modern, pelanggan tidak hanya dijadikan sebagai sasaran penjualan, tetapi juga sebagai mitra dalam membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan dapat meningkatkan

loyalitas serta menciptakan kepuasan yang berkelanjutan [1].

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk mendukung hal tersebut adalah Customer Relationship Management (CRM). CRM merupakan strategi yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, mengelola data pelanggan, serta menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan [2]. Tujuan utama dari CRM adalah untuk mendukung pertumbuhan jangka panjang perusahaan dengan memahami perilaku konsumen secara lebih mendalam [3]. Oleh karena itu, CRM menjadi salah satu strategi bisnis yang semakin penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan [4].

CV. Duta Desa Baru Tour & Travel merupakan perusahaan jasa yang bergerak di bidang layanan tour dan travel yang masih menjalankan proses pengelolaan data pelanggan dan pemasaran secara manual. Hal ini menyebabkan beberapa kendala seperti pelayanan yang lambat, data pelanggan yang tidak terdokumentasi dengan baik, serta sulitnya melakukan evaluasi layanan secara akurat. Selain itu, hubungan antara perusahaan dan pelanggan belum terbangun secara optimal sehingga berdampak pada rendahnya tingkat pelanggan yang kembali menggunakan jasa perusahaan.

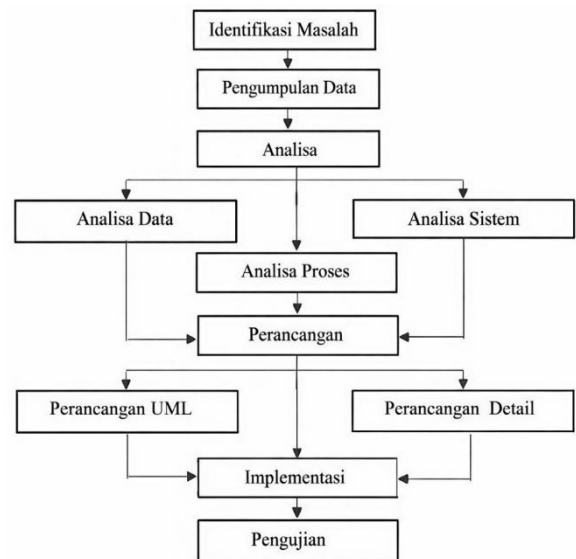
Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan CRM mampu meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Penelitian oleh [5] menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran berbasis CRM mampu meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku usaha dalam meningkatkan daya saing bisnis. Penelitian lainnya oleh [6] menjelaskan bahwa penerapan Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) berbasis website mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendukung peningkatan omset usaha. Selain itu, penelitian oleh [7] menunjukkan bahwa sistem informasi berbasis E-CRM dapat meningkatkan kualitas layanan serta memudahkan pelanggan dalam mengakses informasi dan melakukan pemesanan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membangun sistem Customer Relationship Management (CRM) berbasis web sebagai strategi marketing pada CV. Duta Desa Baru Tour & Travel. Sistem ini diharapkan mampu membantu perusahaan dalam mengelola data pelanggan, meningkatkan kualitas pelayanan, serta memperkuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan daya saing perusahaan.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis kondisi sistem pemasaran dan pelayanan pelanggan yang berjalan serta merancang solusi berupa sistem Customer Relationship Management (CRM) berbasis web pada CV. Duta Desa Baru Tour & Travel. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk memahami permasalahan yang dihadapi perusahaan dalam pengelolaan pelanggan, pemesanan layanan travel, serta strategi pemasaran. Dengan metode ini, peneliti dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai kebutuhan sistem sehingga perancangan aplikasi CRM yang diusulkan dapat mendukung peningkatan kualitas pelayanan pelanggan serta membantu perusahaan dalam menjalankan strategi marketing secara lebih efektif.

Berikut merupakan diagram alur metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yang ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode Penelitian

### 2.1 Metode Pengembangan Sistem

Metode pengembangan aplikasi pada penelitian ini akan menggunakan metode CRM (*Customer Relation Management*). CRM adalah pendekatan yang dipakai untuk memahami lebih dalam tentang kebutuhan dan karakteristik pelanggan dalam menciptakan ikatan yang lebih erat [8]. Selain itu, CRM dapat dimaknai sebagai kombinasi dari fungsi dan strategi yang melibatkan penjualan, pemasaran, dan layanan, yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan serta kepuasan pelanggan [9]. Tujuan CRM secara umum adalah untuk membangun dan menjaga hubungan yang positif dengan konsumen serta meminimalisasi kemungkinan kepelanggan beralih ke produk kompetitor [10]. Sedangkan menurut [11] tujuan dari CRM adalah untuk menciptakan dan mendapatkan nilai ekuitas pelanggan yang optimal, di mana ekuitas pelanggan adalah jumlah total nilai sepanjang hidup setiap pelanggan perusahaan.

Menurut [12] CRM memiliki empat tipe utama yang berfungsi untuk mengelola hubungan serta interaksi perusahaan dengan pelanggan secara lebih efektif. Adapun empat tipe CRM tersebut meliputi:

1. *Strategic* CRM merupakan bagian utama dari strategi bisnis yang berorientasi pada pelanggan, yang dirancang dengan tujuan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan yang memberikan laba signifikan bagi perusahaan.
2. *Operational* CRM menitikberatkan pada pengautomatisasian proses yang berkaitan dengan pelanggan, seperti otomasi tenaga penjual, otomasi pemasaran, dan otomasi pelayanan.

3. *Analytical CRM* mengacu pada kegiatan analisis yang bertujuan untuk memperdalam pemahaman mengenai data pelanggan yang berguna untuk kepentingan strategi dan taktik.
4. *Collaborative CRM* adalah upaya kolaboratif di bidang CRM yang memanfaatkan teknologi komunikasi di seluruh organisasi dengan tujuan untuk mengoptimalkan nilai bagi perusahaan, mitra bisnis, dan pelanggan

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Analisis Sistem yang sedang Berjalan

Analisis sistem yang sedang berjalan dilakukan untuk memahami dan mengevaluasi sistem yang diterapkan pada CV. Duta Desa Baru Tour & Travel, serta mengidentifikasi permasalahan yang terjadi sebagai dasar dalam pengembangan sistem yang lebih baik. Berdasarkan hasil analisis, proses penjualan dan pengelolaan data pada perusahaan masih dilakukan secara konvensional. Transaksi pemesanan tiket dilakukan melalui tatap muka langsung, telepon, atau pesan singkat, sedangkan kegiatan promosi masih mengandalkan rekomendasi dari pelanggan ke pelanggan lainnya.

Permasalahan yang ditemukan pada sistem yang sedang berjalan antara lain sebagai berikut:

1. Proses penjualan tiket masih dilakukan secara langsung atau manual tanpa dukungan sistem terkomputerisasi yang terintegrasi.
2. Pencatatan data pelanggan, pemesanan tiket, serta laporan transaksi masih dilakukan secara manual sehingga berpotensi menimbulkan kesalahan pencatatan dan keterlambatan penyusunan laporan.
3. Proses pemesanan tiket yang dilakukan melalui telepon atau pesan singkat menyebabkan keterbatasan dalam pendataan riwayat transaksi pelanggan.

#### 3.2 Analisis Sistem Baru

Analisis sistem baru dilakukan sebagai solusi terhadap permasalahan pada sistem yang sedang berjalan di CV. Duta Desa Baru Tour & Travel. Sistem yang diusulkan dirancang berbasis web dengan menerapkan konsep Customer Relationship Management (CRM) untuk meningkatkan efisiensi proses pemesanan tiket, pengelolaan data pelanggan, serta kualitas pelayanan.

Pada sistem baru, proses pemesanan tiket dilakukan secara terkomputerisasi melalui website sehingga pelanggan dapat mengakses informasi jadwal, rute, dan harga dengan lebih mudah dan cepat. Seluruh data pelanggan, pemesanan, dan transaksi tersimpan dalam basis data yang terintegrasi sehingga meminimalkan kesalahan pencatatan dan mempermudah pengelolaan data oleh admin.

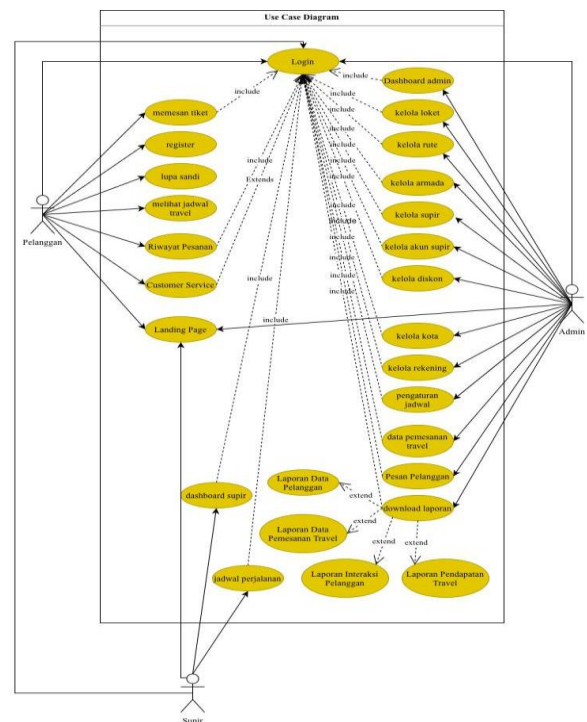
Selain itu, sistem ini dilengkapi dengan fitur CRM seperti pengelolaan data pelanggan serta penyediaan laporan penjualan dan pendapatan secara otomatis. Dengan adanya sistem ini, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan efektivitas operasional, akurasi data, serta membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan.

### 3.3 Perancangan UML

Unified Modeling Language (UML) merupakan metode pemodelan visual yang digunakan untuk merancang dan mendeskripsikan sistem secara terstruktur sehingga mudah dipahami oleh pengembang maupun pihak terkait. UML membantu memvisualisasikan struktur sistem, alur proses, serta interaksi antar komponen melalui berbagai diagram seperti use case, class, activity, sequence diagram. Dengan menggunakan diagram tersebut, proses kerja dan hubungan antar bagian sistem dapat digambarkan secara jelas dan sistematis sehingga memudahkan dalam proses analisis dan pengembangan sistem [13].

#### 3.3.1 Use Case Diagram

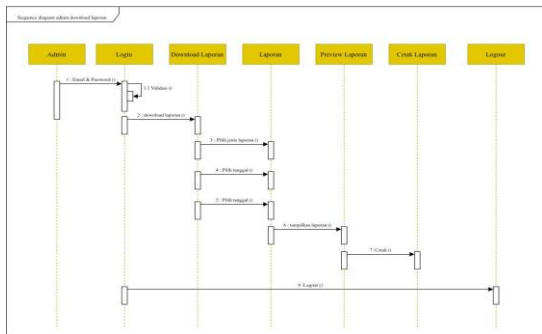
Use case diagram merupakan tahap awal dalam pemodelan sistem yang digunakan untuk menggambarkan kebutuhan fungsional, di mana setiap use case mewakili interaksi antara aktor dan sistem [14]. Diagram ini menjelaskan bagaimana pengguna memanfaatkan sistem serta proses-proses yang dapat dilakukan dalam sistem tersebut. Pada use case diagram sistem informasi penjualan tiket CV. Duta Desa Baru Tour & Travel terdapat tiga aktor yang berinteraksi dengan sistem, yaitu admin, supir, dan pelanggan, seperti ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Use Case Diagram



2. Sequence Diagram Admin Download Laporan  
 Sequence diagram admin download laporan menjelaskan bagaimana admin mendownload laporan, seperti ditunjukkan pada Gambar 8.



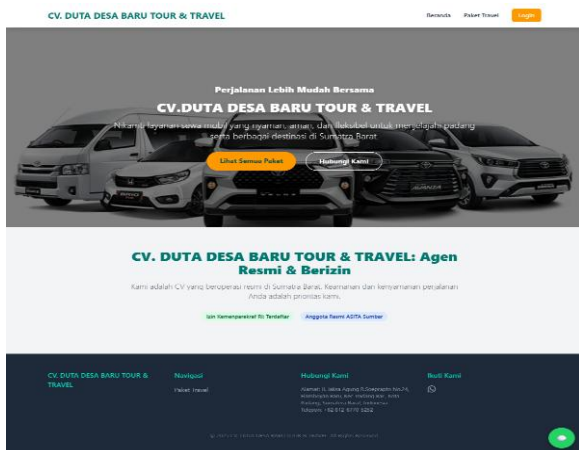
Gambar 8. Sequence diagram admin download laporan

### 3.4 Implementasi

Tahap implementasi dilakukan setelah tahap perencanaan dan perancangan sistem selesai dilaksanakan. Tujuan dari tahap implementasi adalah untuk menerapkan serta menjabarkan rancangan perangkat lunak yang telah dibuat ke dalam bentuk sistem yang dapat dijalankan. Pada tahap ini juga dijelaskan mengenai perangkat lunak pendukung yang digunakan dalam pembangunan sistem serta tampilan program yang dihasilkan.

#### 3.4.1 Landing Page

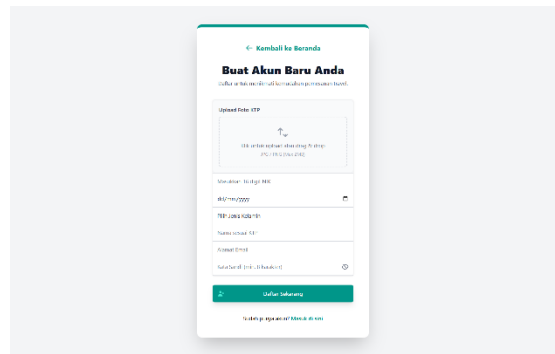
Landing page merupakan halaman awal Sistem yang muncul saat pengguna mengakses sistem dan berfungsi sebagai tampilan utama untuk mengakses fitur yang tersedia, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 9.



Gambar 9. Landing Page

#### 3.4.2 Tampilan Buat Akun Baru

Buat Akun Baru digunakan pengguna baru agar dapat mengakses sistem, setelah mengklik tombol daftar sekarang pada login sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 10.



Gambar 10. Tampilan Buat Akun Baru

#### 3.4.3 Tampilan Login

Tampilan login merupakan autentikasi yang digunakan pengguna untuk masuk ke dalam sistem, dengan mengklik tombol Login pada landing page, kemudian memasukkan email dan password yang telah terdaftar, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 11.

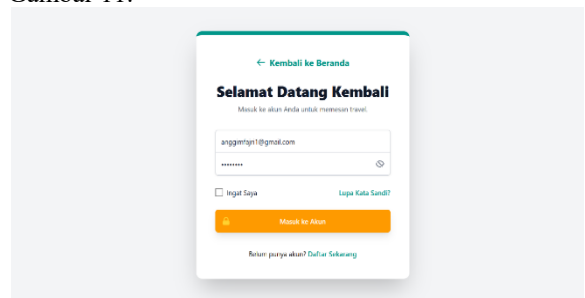
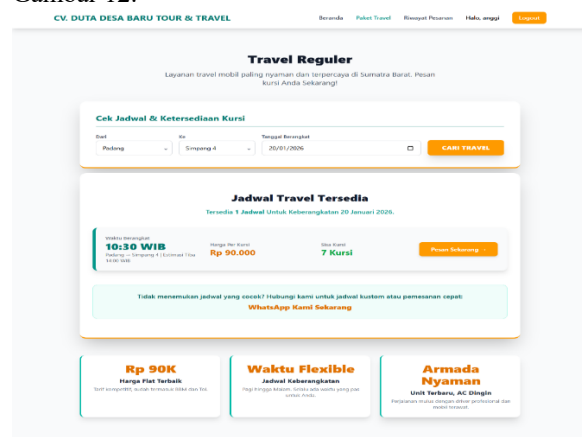


Figure 11. Tampilan Login

#### 3.4.4 Tampilan Paket Travel

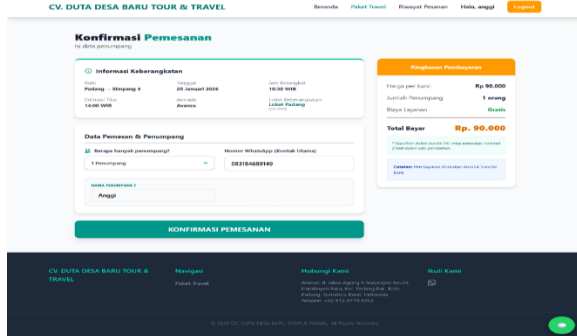
Tampilan paket travel merupakan halaman yang digunakan oleh pelanggan untuk melihat informasi paket perjalanan yang tersedia dan dapat diakses melalui menu paket travel pada sistem, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 12.



Gambar 12. Tampilan Paket Travel

### 3.4.5 Tampilan Konfirmasi Pemesanan

Tampilan konfirmasi pemesanan merupakan halaman yang digunakan oleh pelanggan untuk melakukan konfirmasi pembayaran atas pemesanan travel. Halaman ini dapat diakses dengan mengklik tombol konfirmasi pemesanan pada sistem, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 13.



Gambar 13. Tampilan Konfirmasi Pemesanan

### 3.4.6 Tampilan Detail Pesanan

Tampilan detail pesanan merupakan halaman yang digunakan oleh pelanggan untuk melihat informasi lengkap terkait pemesanan travel yang telah dilakukan. Halaman ini dapat diakses dengan mengklik tombol detail pesanan pada menu riwayat pemesanan, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 14.

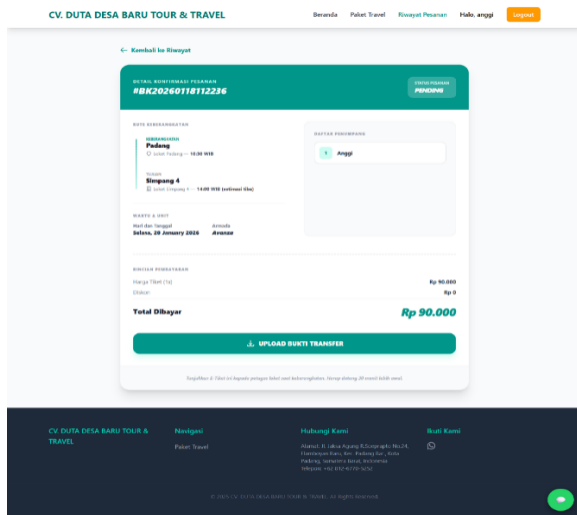


Figure 14. Tampilan Detail Pesanan

### 3.4.7 Tampilan Upload Bukti Transfer

Tampilan upload bukti transfer merupakan halaman yang digunakan oleh pelanggan untuk mengunggah bukti pembayaran atas pemesanan travel. Halaman ini dapat diakses dengan mengklik tombol upload bukti transfer pada sistem, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 15.

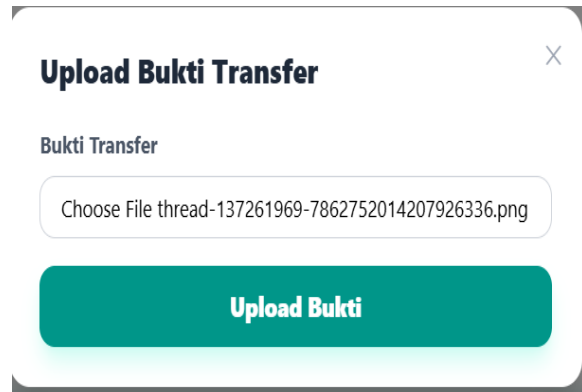


Figure 15. Tampilan Upload Bukti Transfer

### 3.4.8 Tampilan Unduh E-Tiket

Tampilan unduh e-tiket merupakan halaman yang digunakan oleh pelanggan untuk mengunduh e-tiket sebagai bukti pemesanan travel. Halaman ini dapat diakses dengan mengklik tombol unduh e-tiket pada sistem, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.6

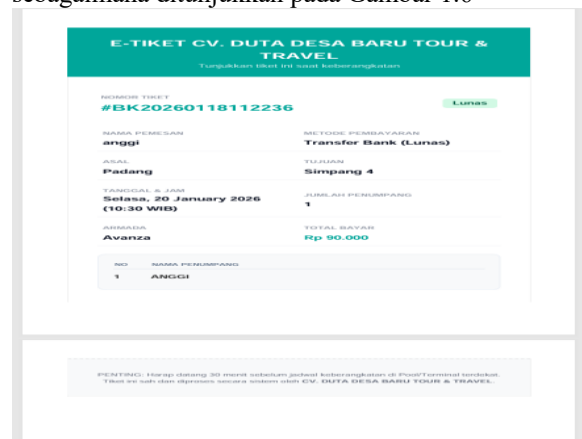


Figure 16. Tampilan Unduh E-Tiket

### 3.4.9 Tampilan Download Laporan

Tampilan download laporan merupakan halaman yang digunakan oleh admin dengan diakses dengan mengklik menu download laporan, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 17.

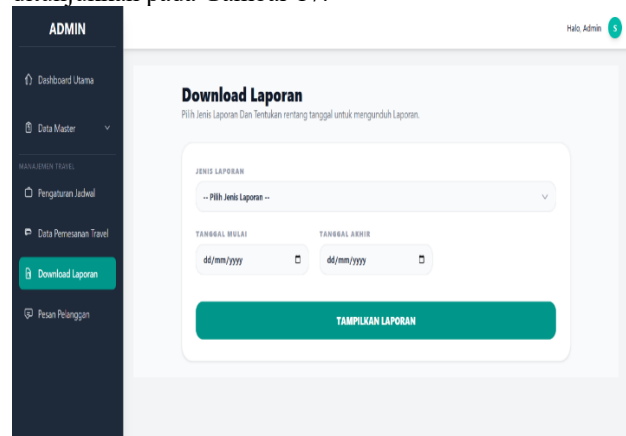


Figure 17. Tampilan Download Laporan

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perancangan aplikasi Customer Relationship Management berbasis web dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL pada CV. Duta Desa Baru Tour & Travel, maka dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu: Perancangan aplikasi Customer Relationship Management (CRM) berbasis web pada CV. Duta Desa Baru Tour & Travel memberikan gambaran sistem yang terstruktur dalam mengelola proses pemesanan tiket dan pelayanan pelanggan secara terintegrasi, sehingga mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan serta membantu pihak perusahaan dalam mengelola data dan layanan pelanggan. Penerapan metode CRM sebagai strategi pemasaran juga dapat digunakan sebagai pendekatan dalam membangun dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan melalui pengelolaan data pelanggan, riwayat transaksi, serta komunikasi yang terarah, sehingga perusahaan memiliki dasar yang jelas dalam menjalankan aktivitas pemasaran dan pelayanan. Selain itu, perancangan database aplikasi CRM yang dilakukan mampu menggambarkan struktur penyimpanan data yang sistematis dan terorganisasi, dengan penyimpanan informasi pelanggan, data pemesanan tiket, serta data layanan secara terpusat, sehingga memudahkan proses pengolahan dan pencarian informasi oleh pihak CV. Duta Desa Baru Tour & Travel.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Syabania, R., & Rosmawani, N. (2021). Perancangan Aplikasi Customer Relationship Management ( Crm ) Pada Penjualan Barang Pre-Order Berbasis Website. *Rekayasa Informatika*, 10(1), 44–49
- [2] Relationship, C., Pelanggan, L., Selection, C., Acquisition, C., Treats, B., & Order, M. (2025). *ANALISIS IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT ( CRM ) DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN STARBUCKS DI KOTA TANGERANG*. 53–66
- [3] Saoloan Sigalingging, M., Manalu, D. R., Sitepu, S., & Artikel, H. (2023). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Pada Toko Tiga Dara Menggunakan Konsep Customer Relationship Management (Crm) Berbasis Web. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*, 3(1), 65–76.<http://ojs.fikom.methodist.net/index.php/methosisfo>
- [4] Patricia Angelina, Paulina Maria Ekasari Wahyuningrum, & Silvester Adinuhgra. (2023). Korelasi PBL Dengan Keterampilan Berpikir Siswa Kelas X Tentang Kesetaraan Gender Di SMAN 4 Palangka Raya. *Sepakat : Jurnal Pastoral Kateketik*, 9(2), 43–51. <https://doi.org/10.58374/sepakat.v9i2.194>
- [5] Farhani, H., Dirgantara, M. A., & Putra, W. P. (2025). PELATIHAN STRATEGI PEMASARAN BERBASIS CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT ( CRM ). 6(1), 89–92.
- [6] Ramadhani, D. P., Syafwan, H., & Latiffani, C. (2022). Penerapan Metode E – CRM Pada Toko Wati Collection. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 9(4), 3503–3518. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v9i4.2839>
- [7] Nurkholis, Lalu Moh., Maspaeni, & Adawiyah, R. (2024). RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI E-TIKET DAN PAKET WISATA DENGAN MENERAPKAN METODE ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM). 6(2), 350–358
- [8] Pangestu, P. R., Voutama, A., Informasi, S., & Karawang, U. S. (2024). Pengaruh Customer Relationship Management ( CRM ) terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kinerja Perusahaan. 3(3), 1279–1289.
- [9] Prawiro, R., Jamhur, A. I., & Ariandi, V. (2024). Penerapan Customer Relationship Managaement ( CRM ) dalam Perancangan Sistem Informasi Penjualan Produk Kebutuhan Pokok pada Toko Budiman Berbasis Web dengan Menggunakan Bahasa Pemrograman PHP dan Database MySQL. 4(2), 1–16.
- [10] Alsabri, Y. U., Zakir, A., & Irwan, D. (2022). Penerapan Customer Relationship Management Pada Sistem Informasi Klinik Kecantikan Berbasis Website (Studi Kasus: Ms Glow Aesthetic Clinic). *Jurnal Media Informatika [Jumin]*, 4(1), 81–89. <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jumin>
- [11] Cahyono, E., & Susanto, H. (2024). Penerapan CRM Dalam Upaya Peningkatan Loyalitas dan Kepuasan Pelanggan. 2(2), 120–127. <https://doi.org/10.56854/jtik.v2i2.246>
- [12] Nugraha, R. (2022). Rancang Bangun Sistem Crm (Customer Relationship Management) Berbasis Web Dengan Pola Mvc. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 9(1), 70–85. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v9i1.1388>
- [13] Pangestu, P. R., Voutama, A., Informasi, S., & Karawang, U. S. (2024). Pengaruh Customer Relationship Management ( CRM ) terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kinerja Perusahaan. 3(3), 1279–1289.
- [14] Andini, S., Rahman, S. N., Informasi, S., & Putra, G. I. (2023). Prosiding Senatkom. 8(1), 60–67. <https://doi.org/10.37034/senatkom.v7i11.30>.
- [15] Priandika, A. T., & Riswanda, D. (2023). Perancangan Sistem Informasi Manajemen Pemesanan Barang Berbasis Online Menggunakan Pendekatan Extreme Programming. *Jurnal Ilmiah Computer Science*, 1(2), 69–76. <https://doi.org/10.58602/jics.v1i2.8>.