Aptekmas
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Volume 7, Nomor 3, (2024)
http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxix
pp 78-83

PELATIHAN PENGGUNAAN APLIKASI E-MARKETING DENGAN KONSEP CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) CV. AKU TEKNOLOGI

Hetty Meileni[1], Yulia Hapsari[2], Ferizka Tiara Devani[3], Risky Firdaus[4], Arya Thomas[5], Rafika Ayu[6]
[1,2,3,4,5,6)] Jurusan Manajemen Informatika, Politeknik Negeri Sriwijaya

Email: yuliahapsari@polsri.ac.id*

Abstract

E-Marketing is a strategy applied by companies to promote products through the internet or online platforms. The implementation of Customer Relationship Management (CRM) aims to help companies improve customer satisfaction and loyalty by enhancing customer experiences, expanding market reach, and increasing profitability. Amid rapid business growth, CRM has become an essential solution. This system enables companies to manage customer information efficiently, record all interactions, and provide more responsive services. As a result, companies can make better decisions and develop more targeted marketing strategies. This community service activity aims to provide training and guidance on using CRM-based E-Marketing applications for CV. Aku Teknologi. The outcome of this activity is an improvement in the knowledge and skills of CV. Aku Teknologi employees in South Sumatra in conducting sales and transactions of IT Security System equipment.

Keywords: *Socialization, Application, CRM, IT Security System, E-Marketing.*

Abstrak

E-Marketing merupakan strategi yang diterapkan perusahaan untuk memasarkan produk melalui internet atau platform online. Penerapan Customer Relationship Management (CRM) bertujuan membantu perusahaan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan memperbaiki pengalaman pelanggan, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan profitabilitas. Dalam perkembangan bisnis yang pesat, CRM menjadi solusi penting. Sistem ini memungkinkan perusahaan mengelola informasi pelanggan secara efisien, mencatat setiap interaksi, dan memberikan layanan yang lebih responsif. Dengan demikian, perusahaan dapat mengambil keputusan yang lebih tepat dan merancang strategi pemasaran yang lebih terarah. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan memberikan pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan aplikasi E-Marketing berbasis CRM untuk CV. Aku Teknologi. Hasil kegiatan ini berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan karyawan CV. Aku Teknologi di Sumatera Selatan dalam melakukan penjualan dan transaksi peralatan IT Security System.

Kata kunci : *Sosialisasi, aplikasi, CRM, IT Security System, E-Marketing.*

1. PENDAHULUAN

Teknologi dan pemasaran dapat saling berhubungan dalam pola yang saling menguntungkan. Tanpa adanya teknologi, pemasaran akan mengalami keterbelakangan dan tidak mampu memenuhi tuntutan zaman[1]. Oleh karena itu, penting untuk memahami peran dan dampak teknologi dalam pemasaran. Pemanfaatan teknologi internet dapat membuka peluang untuk kemajuan bisnis perusahaan, baik dalam promosi, pemasaran produk, maupun penjualan produk secara online[2]. E-Marketing memiliki peran yang signifikan bagi perusahaan, karena dapat memperluas citra merek dan mempermudah

Aptekmas
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Volume 7, Nomor 3, (2024)
http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxix
pp 78-83

penyampaian informasi kepada pelanggan. Bagi pelanggan, e-marketing memudahkan mereka dalam melakukan transaksi online untuk produk yang diinginkan tanpa harus keluar rumah, sehingga menghemat waktu dan tenaga.

Customer Relationship Management (CRM) merupakan alat yang membantu organisasi mencapai tujuan dengan mengintegrasikan konsep dan teknologi CRM ke dalam operasi bisnis mereka. Penerapan CRM bergantung pada jenis bisnis serta sejauh mana organisasi berkeinginan untuk mengimplementasikannya [3]. Manajemen perlu mengidentifikasi potensi masalah yang mungkin muncul selama proses implementasi, baik sebelum maupun sesudah penerapan CRM. Namun, tidak semua organisasi yang menerapkan CRM berhasil. Untuk mencapai implementasi yang sukses, organisasi harus mengevaluasi kesesuaian CRM dengan strategi bisnis mereka secara keseluruhan, menilai kapasitas CRM yang dimiliki, serta memiliki alasan bisnis yang jelas untuk implementasinya. Ketika CRM diterapkan dengan tepat, hal ini dapat meningkatkan kinerja bisnis melalui peningkatan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya mendorong loyalitas pelanggan. Berbagai penelitian yang dipublikasikan dalam jurnal-jurnal menunjukkan dampak positif CRM di industri jasa, seperti perbankan, telekomunikasi, dan manufaktur. Meningkatnya kebutuhan pelanggan menuntut perusahaan untuk memiliki sistem yang mampu memenuhi permintaan sekaligus membangun hubungan jangka panjang. Konsep Customer Relationship Management (CRM) tepat digunakan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan melalui pengelolaan interaksi dan pengalaman pelanggan secara lebih baik.

CV. Aku Teknologi menghadapi masalah pada sistem pemesanan yang masih manual, sehingga penjual dan pembeli harus bertemu langsung untuk menyelesaikan transaksi. Data penjualan juga belum tercatat karena pencatatan dilakukan secara manual. Sistem pemasaran yang masih manual membatasi jangkauan pemasaran dan menghambat kemampuan perusahaan menjangkau pasar yang lebih luas.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan memberikan pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan aplikasi E-Marketing berbasis web dengan konsep CRM untuk menyajikan peralatan IT Security System di CV. Aku Teknologi.

2. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang di atas, masalah yang diidentifikasi dalam program pengabdian kepada masyarakat adalah belum tersedianya aplikasi E-Marketing yang dapat mempermudah proses penjualan dan pembelian terkait IT Security System di CV. Aku Teknologi. Selain itu, karyawan juga belum memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan aplikasi E-Marketing yang menerapkan konsep CRM tersebut.

2.1 Permasalahan

Penggunaan teknologi baru berupa aplikasi e-marketing berbasis Customer Relationship Management (CRM) di CV. Aku Teknologi memiliki dampak terhadap belum terbiasanya karyawan yang ditugaskan untuk memaksimalkan penggunaan fitur-fitur aplikasi serta memberikan masukan yang diperlukan, sehingga hal ini nantinya dapat mempengaruhi efisiensi dan efektivitas dalam pelaksanaan strategi pemasaran serta pelayanan kepada pelanggan

2.2. Rencana Penyelesaian Masalah

Penyelesaian masalah yang dapat di rencanakan terhadap permasalahan yang ada adalah sebagai berikut.

1) Memberikan pelatihan tentang bagaimana menggunakan aplikasi e-Marketing berkonsep CRM.
2) Memberikan pengetahuan dan keterampilan aplikasi pemrograman sehingga CV. Aku Teknologi dapat mengembangkan aplikasi E-marketing secara mandiri
3) Pengabdian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan kemampuan e-

Aptekmas
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Volume 7, Nomor 3, (2024)
http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxix
pp 78-83

marketing CV. Aku Teknologi dengan memanfaatkan teknologi CRM terkini. Aplikasi yang dikembangkan tidak hanya mempermudah manajemen hubungan pelanggan, tetapi juga meningkatkan efektivitas strategi pemasaran melalui teknologi mutakhir, pelatihan, dan dukungan dokumentasi.

3. METODELOGI PELAKSANAAN

Setiap tahapan dalam kegiatan pengabdian ini akan senantiasa dibahas bersama antara tim pelaksana (ketua pelaksana) dengan pihak CV. Aku Teknologi. Secara keseluruhan, kegiatan ini akan dipantau oleh Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Politeknik Negeri Sriwijaya. Untuk mengukur keberhasilan setiap kegiatan yang telah dilaksanakan, evaluasi dilakukan secara bertahap, meliputi beberapa aspek penilaian., antara lain :

1) Pelatihan bagi Pegawai CV.Aku Teknologi. Indikator kinerja dengan melakukan evaluasi meliputi: bagaimana cara pengguna mengoperasikan aplikasi dengan konsep *Customer Relationship Manajement* (CRM) berbasis website dalam menyajikan peralatan IT Security sistem pada CV.Aku Teknologi.
2) Laporan kegiatan. Indikator kinerja dinilai melalui seminar tingkat Lembaga yang mencakup format laporan, isi substansi, serta kerapian tata tulis..

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan pendekatan workshop. Kegiatan dilaksanakan melalui metode ceramah, diskusi, serta praktik. Berikut adalah tahapan-tahapan yang dilaksanakan selama pengabdian masyarakat di CV. Aku Teknologi.

1. Menyampaikan pemahaman terkait izin akses yang diperlukan untuk menggunakan aplikasi.

2. Memfasilitasi sesi diskusi dan tanya jawab mengenai materi yang telah disampaikan.

3. Melaksanakan pelatihan tentang cara mulai menggunakan aplikasi E-Marketing berkonsep CRM antara lain yaitu pembuatan akun administrator, pengisisan data IT Security System, Memantau perkembangan penjualan peralatan IT Security system.

Gambar 1 di bawah ini menampilkan suasana kegiatan sosialisasi terkait penggunaan aplikasi E-Marketing berkonsep CRM berbasis website ini menampilkan informasi data penjualan IT Security system apa saja yang ada di CV.Aku Teknologi dan memantau penjualan peralatan IT Security system yang ada di CV.Aku Teknologi. Gambar 1 dibawah ini sedang menjelaskan diskusi pembuatan aplikasi E-Marketing berkonsep CRM bersama tim.



Gambar 1. Suasana Kegiatan pembuatan aplikasi

Pada suasana kegiatan sosialisasi penggunaan aplikasi E-Marketing berkonsep CRM, sosialisasi ini dilaksanakan di CV.Aku Teknologi. Aplikasi E-Marketing berkonsep CRM Penjelasan langsung kepada pegawai CV. Aku Teknologi dapat dilihat pada Gambar 2 berikut ini.



Gambar 2. Suasana kegiatan Pelatihan

Aptekmas
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Volume 7, Nomor 3, (2024)
http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxix
pp 78-83

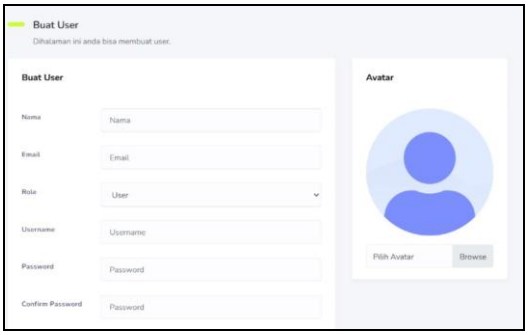
3.1 Tampilan Aplikasi E-Marketing berkonsep CRM

Aplikasi E-Marketing berkonsep CRM diperuntukkan pegawai untuk kemampuan e-marketing CV. Aku Teknologi, dengan memanfaatkan teknologi CRM terkini. Aplikasi yang dikembangkan tidak hanya mempermudah manajemen hubungan pelanggan, tetapi juga meningkatkan efektivitas strategi pemasaran melalui teknologi mutakhir. Gambar 3 merupakan tampilan halaman *login* admin kedalam aplikasi E-Marketing CV. Aku Teknologi, admin harus memiliki hak akses terlebih dahulu agar bisa melakukan pengeloaan data pelanggan, data produk, data transaksi, data poin dan reward serta laporan.



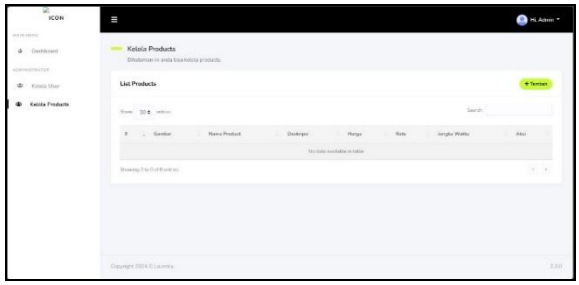
Gambar 3. Tampilan halaman login admin

Apabila admin belum terdaftar, maka dapat melakukan registrasi terlebiih dahulu. Berikut adalah tampilan halaman registrasi yang tercantum pada gambar 4.



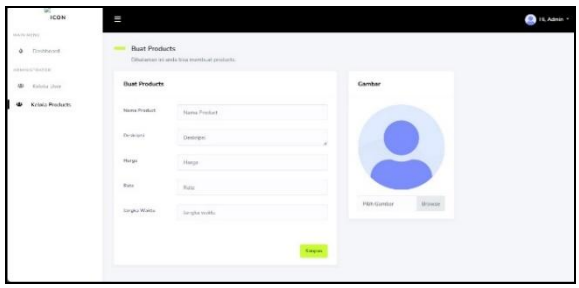
Gambar 4. Tampilan Halaman Registrasi User

Setelah berhasil login ke dalam aplikasi, maka admin dapat melakukan kelola data pelanggan. Gambar 5 menunjukkan tampilan halaman kelola data produk.



Gambar 5. Tampilan halaman kelola data produk

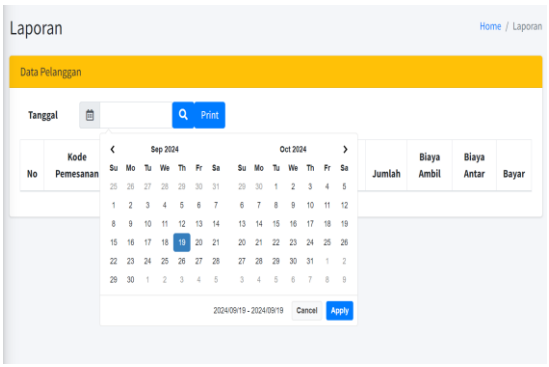
Selain itu, admin juga dapat melakukan pencarian transaksi dengan melakukan input data pemesanan yang dilakukan pembeli dan kemudian melihat total pemesanan yang telah terjadi pada periode transaksi tertentu. Tampilan halaman kelola data transaksi dapat terlihat pada gambar 5. dan juga memperlihatkan bahwa admin dapat melakukan tindak lanjut pada pemesanan yang dilakukan oleh pembeli.



Gambar 6. Tampilan halaman kelola data transaksi

Aplikasi E-Marketing ini juga dapat digunakan oleh CV. Aku Teknologi dengan memberikan hak akses kepada setiap pengguna. CV dapat memasukkan data terkait peralatan-peralatan IT Security system yang tersedia. Melalui integrasi data, informasi tersebut dapat ditampilkan. Tampilan halaman untuk memasukkan data peralatan IT Security system dapat dilihat pada Gambar 6.

Aptekmas
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Volume 7, Nomor 3, (2024)
http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxix
pp 78-83



Gambar 7. Tampilan Laporan

Untuk menampilkan seluruh data peralatan IT Security system, pengguna dapat memilih menu daftar data. Tampilan daftar data yang dipilih dapat dilihat pada Gambar 7. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan pemahaman dan pengetahuan peserta dalam menggunakan aplikasi E-Marketing berkonsep CRM. Pengabdian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan kemampuan e-marketing CV.Aku Teknologi.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan pelatihan yang telah dilakukan terkait sosialisasi penggunaan aplikasi e-marketing berbasis Customer Relationship Management (CRM), dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini memiliki peran signifikan bagi CV. Aku Teknologi dalam memantau penjualan peralatan IT serta memperkuat hubungan dengan pelanggan. Pelatihan berjalan dengan baik, dan CV. Aku Teknologi dapat segera mendorong unit usaha untuk lebih aktif memanfaatkan aplikasi CRM guna mendukung kegiatan pemasaran dan pengelolaan relasi dengan pelanggan. Pemakaian aplikasi secara konsisten dan rutin diharapkan dapat membantu perusahaan mengoptimalkan pengelolaan data penjualan dan relasi pelanggan. Hal ini memungkinkan peningkatan efisiensi operasional sekaligus mendukung pengambilan keputusan strategis. Hasil yang diharapkan dari pelatihan ini adalah meningkatnya pengetahuan dan pemahaman peserta mengenai pentingnya penerapan CRM dalam manajemen relasi pelanggan, serta kemampuan peserta dalam memanfaatkan aplikasi untuk memperkuat kinerja pemasaran.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Sriwijaya atas dukungan dan bantuan pendanaan yang memungkinkan kegiatan pengabdian ini terlaksana dengan baik.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada CV. Aku Teknologi atas partisipasi aktif dan kerja sama selama pelaksanaan kegiatan, baik melalui penyediaan sumber daya maupun koordinasi yang berjalan lancar. Dukungan tersebut sangat membantu kelancaran kegiatan dan berkontribusi signifikan terhadap keberhasilan program pengabdian masyarakat ini.

7. REFERENSI

[1] P. Kotler, H. Kartajaya, and D. H. Hooi, “Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital,” in *Asian Competitors*, 2019. doi: 10.1142/9789813275478_0004.

[2] D. Chaffey and F. Ellis-Chadwick, “Digital Marketing,” 7th ed. Pearson Education, 2019.

[3] D. Peppers and M. Rogers, *Managing Customer Experience and Relationships: A Strategic Framework*, 2nd ed. John Wiley & Sons, 2016.

[4] E. C. Daniel and S. E. Kalu, “E-Marketing and Small Business Success,” *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research*, vol. 3, no. 8, pp. 99-106, 2017.

[5] R. Wahdiniwaty, et al., “Model Potensi Industri Kreatif Skala Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berbasis Sistem Informasi Geografis Di Kabupaten Bandung Barat Dalam

Volume 7, Nomor 3, (2024)
http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxix
pp 78-83

Upaya Meningkatkan Pendapatan," *Jurnal Manajemen Pemasaran*, vol. 13, no. 2, pp. 54-60, Oct. 2019. doi: 10.9744/pemasaran. p-ISSN 1907-235X / e-ISSN 2597-615X.