

## ABSTRAK

### **PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* UNTUK MENDUKUNG *MARKETING CREDIT EXECUTIVE* (STUDI KASUS: PT FIF GROUP)**

*Implementation of Customer Relationship Management to Marketing Credit  
Executive (Case Study: PT FIF Group)*

**MERTI WARSELA**

<sup>1</sup>*Mahasiswa Jurusan Sistem Informasi, Universitas Teknokrat Indonesia  
Bandar Lampung, Telp +62821 81228732, email: mertiwarsela15@gmail.com*

## ABSTRAK

PT. FIF Group merupakan grup perusahaan yang bergerak di bidang pembiayaan konsumen terutama untuk pembiayaan motor dan mobil serta peminjaman dana tunai. Di Kota Bandar Lampung FIF merupakan perusahaan pembiayaan terbesar dengan jumlah nasabah pada tahun 2020 sekitar 283.000 jiwa. Seiring bertambahnya jumlah nasabah yang ada, mengakibatkan adanya permasalahan yaitu bagaimana memperoleh dan memberikan informasi mengenai produk yang ditawarkan dengan cepat. Banyak nasabah yang menyampaikan keluhannya karena keterbatasan sarana dalam memperoleh informasi dan promosi mengenai peminjaman dana serta melakukan pendaftaran peminjaman dana. Sistem yang berjalan pada saat ini proses pendaftaran dan pengajuan berkas dokumen harus datang langsung ke perusahaan.

Pada penelitian ini peneliti ingin memberikan suatu solusi yaitu membuat suatu sistem yang dapat mengelola hubungan antara perusahaan dengan pelanggan untuk menambah tingkat kepuasan pelanggan dan memicu loyalitas pelanggan, salah satu caranya adalah dengan mengaplikasikan konsep *Customer Relationship Management (CRM)*. Adanya sistem ini diharapkan dapat menjadi solusi terhadap masalah yang dihadapi oleh perusahaan serta perusahaan dapat membangun ikatan yang lebih kuat dengan para nasabah yang bertujuan untuk memaksimalkan loyalitas pelanggan. Metode pengembangan sistem pada penelitian ini menggunakan model *Extreme Programming (XP)* dengan perancangan sistem menggunakan *Unified Modeling Language (UML)* dan bahasa pemrograman menggunakan *PHP (Hypertext Preprocessor)*.

Hasil yang telah dicapai pada penelitian ini adalah telah berhasil dikembangkan sistem konsep *Customer Relationship Management (CRM)* untuk Mendukung *Marketing Credit Executive* (Studi Kasus: PT. FIF Group). Berdasarkan hasil pengujian *black box* terhadap sistem memperoleh hasil yang sangat baik untuk digunakan memperoleh hasil 88,44%. Maka dapat disimpulkan bahwa perancangan sistem ini dinyatakan sangat baik untuk digunakan dan layak untuk di implementasikan.

**Kata Kunci:** *CRM, Marketing Credit Executive, PT.FIF Group, Blackbox*