
Pelatihan Customer Relationship Management Jenjang III Bidang Kewirausahaan Industri

¹Abdul Aziz, ²Siti Aisyah, ³Muhammad Habibie, ⁴Arifa Pratami, ⁵Riadi

¹Universitas mikroskil Medan, ²Universitas Potensi Utama, ³Universitas Medan Area,

⁴Universitas Islam Sumatera Utara, ⁵Universitas Prima Indonesia

Email : aisyah10041993@gmail.com

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (Abdimas) ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada Jenjang III Bidang Kewirausahaan Industri di Universitas Potensi Utama. CRM merupakan salah satu strategi penting dalam dunia usaha yang berfokus pada pengelolaan hubungan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan keberlanjutan bisnis. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi ceramah, diskusi, studi kasus, dan simulasi praktik yang dirancang untuk memberikan pemahaman teoritis sekaligus pengalaman praktis kepada peserta. Materi yang diberikan mencakup konsep dasar CRM, strategi membangun hubungan pelanggan, komunikasi bisnis yang efektif, pelayanan prima, penanganan keluhan konsumen, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan pelanggan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam memahami serta menerapkan konsep CRM pada aktivitas kewirausahaan. Selain itu, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama pelatihan dan semakin menyadari pentingnya menjaga hubungan baik dengan pelanggan sebagai faktor penentu keberhasilan usaha. Kegiatan ini memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kompetensi sumber daya manusia yang profesional, kompetitif, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan. Dengan demikian, pelatihan CRM dapat menjadi salah satu upaya strategis dalam mendukung pengembangan kewirausahaan industri yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Customer Relationship Management, Kewirausahaan Industri, Pelayanan Pelanggan, Pengabdian kepada Masyarakat, Kompetensi SDM.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia industri dan kewirausahaan pada era globalisasi dan digitalisasi saat ini mengalami perubahan yang sangat cepat. Persaingan usaha tidak hanya terjadi pada kualitas produk dan harga, tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Dalam kondisi tersebut, Customer Relationship Management (CRM) menjadi salah satu strategi penting yang digunakan perusahaan maupun pelaku kewirausahaan industri untuk mempertahankan pelanggan, meningkatkan kepuasan konsumen, serta menciptakan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Bidang kewirausahaan industri memiliki karakteristik yang menuntut pelaku usaha untuk mampu memahami kebutuhan pasar secara tepat. Produk yang dihasilkan industri tidak lagi cukup hanya memenuhi fungsi dasar, tetapi juga harus mampu memberikan pengalaman pelayanan yang baik kepada pelanggan. Banyak pelaku usaha industri, khususnya pada jenjang pengembangan kompetensi tingkat menengah atau Jenjang III, masih menghadapi berbagai kendala dalam pengelolaan hubungan pelanggan. Permasalahan yang sering muncul antara lain kurangnya kemampuan komunikasi dengan konsumen, rendahnya pemanfaatan teknologi informasi dalam pelayanan pelanggan, kurang optimalnya penanganan keluhan pelanggan, serta belum adanya strategi pelayanan yang terintegrasi. Selain itu, perkembangan teknologi digital telah mengubah pola interaksi antara perusahaan dan pelanggan. Konsumen saat ini lebih kritis, mudah membandingkan produk, dan memiliki akses luas terhadap informasi melalui media digital. Jika pelaku usaha tidak mampu memberikan pelayanan yang

cepat, tepat, dan responsif, maka pelanggan dapat dengan mudah beralih kepada kompetitor. Oleh karena itu, kemampuan dalam menerapkan Customer Relationship Management menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi pelaku kewirausahaan industri agar mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Pelatihan Customer Relationship Management Jenjang III Bidang Kewirausahaan Industri diselenggarakan sebagai upaya meningkatkan kompetensi sumber daya manusia dalam memahami konsep, strategi, dan penerapan CRM secara efektif. Pelatihan ini diharapkan dapat membekali peserta dengan kemampuan membangun hubungan yang harmonis dengan pelanggan, mengelola data pelanggan, meningkatkan kualitas pelayanan, serta menciptakan strategi pemasaran yang berorientasi pada kepuasan konsumen. Dengan adanya pelatihan tersebut, peserta tidak hanya memahami teori CRM, tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam kegiatan usaha industri secara nyata. Di sisi lain, banyak pelaku usaha industri yang masih berorientasi pada penjualan semata tanpa memperhatikan pentingnya menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Padahal, mempertahankan pelanggan lama dinilai lebih efektif dan efisien dibandingkan mencari pelanggan baru. Kurangnya pemahaman mengenai CRM menyebabkan banyak usaha mengalami penurunan loyalitas pelanggan, rendahnya tingkat pembelian ulang, dan menurunnya citra perusahaan di mata konsumen.

Kondisi ini menunjukkan bahwa kompetensi dalam bidang Customer Relationship Management masih perlu ditingkatkan melalui program pelatihan yang sistematis dan terarah. Pelatihan CRM Jenjang III juga memiliki peranan penting dalam mendukung peningkatan daya saing industri nasional. Sumber daya manusia yang memiliki kompetensi CRM mampu menciptakan pelayanan yang profesional, meningkatkan nilai tambah produk, serta memperkuat hubungan bisnis dengan pelanggan maupun mitra usaha. Dengan demikian, pelatihan ini menjadi salah satu langkah strategis dalam menciptakan pelaku kewirausahaan industri yang adaptif, inovatif, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa pelatihan Customer Relationship Management Jenjang III Bidang Kewirausahaan Industri sangat penting untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam mengelola hubungan pelanggan secara efektif. Pelatihan ini diharapkan mampu menjawab tantangan dunia usaha dan industri yang semakin kompetitif, sekaligus menjadi sarana pengembangan kompetensi sumber daya manusia agar lebih profesional dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (Abdimas) pada kegiatan Pelatihan Customer Relationship Management (CRM) Jenjang III Bidang Kewirausahaan Industri dilaksanakan secara sistematis dan terencana agar tujuan pelatihan dapat tercapai secara optimal. Abdimas ini dilaksanakan pada tanggal 14 – 15 November 2025 di Universitas Potensi Utama. Pelatihan ini diikuti oleh mahasiswa, dosen, dan peserta umum lainnya dari luar. Metode ini dirancang untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan peserta dalam memahami serta menerapkan konsep Customer Relationship Management dalam kegiatan kewirausahaan industri. Pelaksanaan kegiatan Abdimas dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan merupakan langkah awal sebelum kegiatan pelatihan dilaksanakan. Pada tahap ini, tim pelaksana melakukan identifikasi kebutuhan peserta terkait pemahaman dan penerapan Customer Relationship Management dalam bidang kewirausahaan industri. Kegiatan identifikasi dilakukan melalui observasi, wawancara, maupun penyebaran kuesioner sederhana kepada calon peserta pelatihan. Selain itu, tim juga melakukan koordinasi dengan pihak mitra atau instansi terkait mengenai waktu pelaksanaan, tempat kegiatan, jumlah peserta, serta fasilitas pendukung pelatihan. Pada tahap ini disusun pula materi pelatihan, modul pembelajaran, media presentasi, dan instrumen evaluasi yang akan digunakan selama kegiatan berlangsung.

2. Tahap Sosialisasi

Tahap sosialisasi dilakukan untuk memberikan informasi kepada peserta mengenai tujuan, manfaat, dan rangkaian kegiatan pelatihan Customer Relationship Management Jenjang III. Sosialisasi bertujuan agar peserta memahami pentingnya CRM dalam meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan dan daya saing usaha industri. Dalam tahap ini, peserta juga diberikan gambaran mengenai kompetensi yang akan dicapai, metode pembelajaran yang digunakan, serta hasil yang diharapkan setelah mengikuti pelatihan.

3. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Pelaksanaan pelatihan dilakukan dengan menggunakan beberapa metode pembelajaran agar peserta lebih mudah memahami materi yang diberikan. Adapun metode yang digunakan meliputi:

a. Metode Ceramah

Metode ceramah digunakan untuk menyampaikan materi dasar mengenai konsep Customer Relationship Management, pentingnya pelayanan pelanggan, strategi membangun loyalitas konsumen, komunikasi bisnis, serta pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan hubungan pelanggan.

b. Metode Diskusi

Metode diskusi dilakukan untuk memberikan kesempatan kepada peserta dalam bertukar pengalaman, menyampaikan pendapat, serta membahas permasalahan yang sering terjadi dalam pelayanan pelanggan pada usaha industri. Diskusi ini bertujuan meningkatkan pemahaman peserta melalui pembelajaran interaktif.

c. Metode Studi Kasus

Peserta diberikan contoh kasus nyata terkait pengelolaan hubungan pelanggan pada dunia usaha dan industri. Melalui metode ini, peserta dilatih untuk menganalisis masalah, mencari solusi, dan menentukan strategi CRM yang tepat sesuai kondisi usaha.

d. Metode Praktik dan Simulasi

Metode praktik dilakukan dengan simulasi pelayanan pelanggan, penanganan keluhan konsumen, komunikasi bisnis, dan penggunaan media digital dalam CRM. Melalui praktik langsung, peserta diharapkan mampu menerapkan teori yang telah dipelajari ke dalam situasi nyata.

e. Pendampingan

Setelah pelatihan berlangsung, peserta diberikan pendampingan oleh tim pelaksana guna membantu penerapan Customer Relationship Management pada kegiatan usaha masing-masing. Pendampingan dilakukan melalui konsultasi dan monitoring perkembangan peserta.

4. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan pelatihan. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta terhadap materi CRM. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui observasi keterampilan peserta saat praktik dan simulasi berlangsung. Tim pelaksana juga memberikan kuesioner kepuasan kepada peserta untuk mengetahui tanggapan terhadap materi, metode pelatihan, dan penyampaian narasumber. Hasil evaluasi digunakan sebagai bahan perbaikan dan pengembangan program pelatihan selanjutnya.

5. Tahap Pelaporan

Tahap terakhir adalah penyusunan laporan kegiatan Abdimas yang berisi seluruh rangkaian pelaksanaan kegiatan, hasil pelatihan, dokumentasi, evaluasi, serta rekomendasi untuk kegiatan berikutnya. Laporan ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban pelaksanaan kegiatan kepada pihak terkait. Dengan metode pelaksanaan tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat diharapkan mampu memberikan manfaat nyata bagi peserta dalam meningkatkan kompetensi Customer Relationship Management Jenjang III Bidang Kewirausahaan Industri

sehingga dapat mendukung peningkatan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan daya saing usaha industri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (Abdimas) berupa Pelatihan Customer Relationship Management (CRM) Jenjang III Bidang Kewirausahaan Industri yang dilaksanakan di Universitas Potensi Utama berjalan dengan baik dan lancar sesuai dengan rencana pelaksanaan kegiatan. Pelatihan ini diikuti oleh peserta yang berasal dari mahasiswa, pelaku usaha kecil, serta peserta pelatihan kewirausahaan industri yang memiliki minat dalam pengembangan kemampuan pelayanan pelanggan dan manajemen hubungan konsumen. Pelaksanaan pelatihan memberikan hasil yang cukup positif terhadap peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep Customer Relationship Management. Sebelum pelatihan dilaksanakan, sebagian besar peserta masih memiliki pemahaman yang terbatas mengenai pentingnya pengelolaan hubungan pelanggan dalam kegiatan usaha industri. Peserta umumnya hanya memahami kegiatan pemasaran sebatas proses penjualan produk tanpa memperhatikan strategi mempertahankan loyalitas pelanggan. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai memahami bahwa Customer Relationship Management merupakan strategi penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen, serta meningkatkan daya saing usaha. Peserta juga memperoleh pengetahuan mengenai teknik komunikasi pelanggan, pelayanan prima, penanganan keluhan konsumen, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan data pelanggan.

Hasil evaluasi melalui pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan. Peserta mampu menjelaskan konsep dasar CRM, memahami tahapan pengelolaan pelanggan, serta mampu menyusun strategi pelayanan pelanggan yang lebih efektif pada bidang kewirausahaan industri. Selain peningkatan pengetahuan, kegiatan pelatihan juga menghasilkan peningkatan keterampilan peserta dalam praktik pelayanan pelanggan. Hal ini terlihat pada kegiatan simulasi dan studi kasus, di mana peserta mampu menerapkan teknik komunikasi yang baik, menyelesaikan permasalahan pelanggan secara profesional, serta memberikan solusi yang tepat terhadap keluhan konsumen. Pelatihan ini juga menghasilkan meningkatnya motivasi peserta untuk mengembangkan usaha yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Peserta mulai memahami bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kualitas pelayanan dan hubungan baik dengan pelanggan. Pelaksanaan Abdimas Pelatihan Customer Relationship Management Jenjang III Bidang Kewirausahaan Industri di Universitas Potensi Utama menunjukkan bahwa kebutuhan terhadap peningkatan kompetensi CRM masih sangat tinggi, khususnya pada bidang kewirausahaan industri. Hal ini terlihat dari antusiasme peserta selama mengikuti kegiatan pelatihan, diskusi, dan praktik simulasi.

Materi mengenai pelayanan pelanggan dan loyalitas konsumen menjadi salah satu topik yang paling banyak mendapat perhatian peserta. Dalam dunia usaha saat ini, pelanggan memiliki peran penting dalam menentukan keberlangsungan bisnis. Oleh karena itu, kemampuan membangun hubungan baik dengan pelanggan menjadi salah satu kompetensi utama yang harus dimiliki pelaku usaha industri. Metode pelatihan yang menggabungkan ceramah, diskusi, studi kasus, dan praktik simulasi dinilai efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta. Metode ceramah membantu peserta memahami konsep dasar CRM, sedangkan metode praktik dan simulasi memberikan pengalaman langsung mengenai cara menghadapi pelanggan secara profesional. Pendekatan tersebut membuat peserta lebih mudah memahami penerapan Customer Relationship Management dalam kondisi nyata. Pada sesi diskusi, beberapa peserta menyampaikan bahwa selama ini mereka mengalami kesulitan dalam mempertahankan pelanggan karena kurang memahami teknik komunikasi dan pelayanan yang baik. Setelah mengikuti pelatihan, peserta memperoleh wawasan baru mengenai pentingnya mendengarkan kebutuhan pelanggan, memberikan respon yang cepat terhadap keluhan, serta menjaga

komunikasi secara berkelanjutan. Pelatihan ini juga memberikan pemahaman mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam Customer Relationship Management. Peserta diperkenalkan pada penggunaan media sosial, aplikasi komunikasi, dan pengelolaan database pelanggan sebagai sarana meningkatkan kualitas pelayanan dan pemasaran usaha. Pemanfaatan teknologi tersebut dinilai sangat relevan dengan perkembangan dunia industri dan perilaku konsumen pada era digital saat ini. Dari hasil evaluasi kegiatan, diketahui bahwa sebagian besar peserta merasa pelatihan ini sangat bermanfaat dalam mendukung pengembangan usaha dan peningkatan kompetensi kerja. Peserta berharap kegiatan serupa dapat dilaksanakan secara berkelanjutan dengan materi yang lebih mendalam dan praktik yang lebih luas. Secara keseluruhan, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini berhasil memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran peserta mengenai pentingnya Customer Relationship Management dalam bidang kewirausahaan industri. Pelatihan ini diharapkan dapat membantu peserta dalam menciptakan pelayanan yang lebih profesional, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta mendukung perkembangan usaha industri yang lebih kompetitif dan berkelanjutan.





Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Abdimas

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (Abdimas) berupa Pelatihan Customer Relationship Management (CRM) Jenjang III Bidang Kewirausahaan Industri di Universitas Potensi Utama, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif bagi peserta. Pelatihan ini mampu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peserta mengenai pentingnya Customer Relationship Management dalam mendukung keberhasilan usaha dan meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan. Melalui kegiatan pelatihan, peserta memperoleh pemahaman mengenai konsep dasar CRM, strategi membangun hubungan pelanggan, teknik komunikasi bisnis, pelayanan prima, penanganan keluhan konsumen, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan hubungan pelanggan. Selain itu, metode pelatihan yang menggunakan ceramah, diskusi, studi kasus, dan simulasi praktik terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan peserta dalam menghadapi berbagai situasi pelayanan pelanggan pada bidang kewirausahaan industri. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta baik dari segi pengetahuan maupun keterampilan praktik setelah mengikuti pelatihan. Peserta juga menunjukkan antusiasme yang tinggi selama kegiatan berlangsung dan menyadari bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Dengan demikian, kegiatan Abdimas ini dapat menjadi salah satu upaya dalam meningkatkan kompetensi sumber daya manusia di bidang kewirausahaan industri agar lebih profesional, kompetitif, dan mampu memberikan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.

SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan Abdimas yang telah dilaksanakan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan, antara lain:

1. Pelatihan Customer Relationship Management perlu dilaksanakan secara berkelanjutan agar peserta dapat terus meningkatkan kompetensi dan keterampilan dalam pengelolaan hubungan pelanggan.
2. Materi pelatihan diharapkan dapat dikembangkan lebih mendalam, khususnya terkait penggunaan teknologi digital dan aplikasi CRM yang sesuai dengan kebutuhan dunia usaha dan industri saat ini.
3. Kegiatan pelatihan selanjutnya sebaiknya memperbanyak sesi praktik dan simulasi agar peserta lebih memahami penerapan Customer Relationship Management secara langsung dalam situasi nyata.
4. Perlu adanya pendampingan lanjutan kepada peserta setelah pelatihan agar implementasi CRM dalam kegiatan usaha dapat berjalan secara optimal dan berkelanjutan.
5. Pihak Universitas Potensi Utama diharapkan dapat terus menjalin kerja sama dengan pelaku usaha, instansi, maupun masyarakat dalam menyelenggarakan program pelatihan

yang mendukung peningkatan kualitas sumber daya manusia di bidang kewirausahaan industri.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriansyah, R., Susanto, A. H., & Srisuk, C. (2025). *Customer relationship management in SMEs: A literature review*. *Universal Journal*, 1(1). <https://doi.org/10.56861/universal.v1i1.42>
- Anshari, M., & Almunawar, M. N. (2012). *Framework of social customer relationship management in e-health services*. arXiv. <https://arxiv.org/abs/1207.6179>
- Guerola-Navarro, V., Gil-Gomez, H., Oltra-Badenes, R., & Soto-Acosta, P. (2024). Customer relationship management and its impact on entrepreneurial marketing: A literature review. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 20, 507–547. <https://doi.org/10.1007/s11365-022-00800-x>
- Hariyanto, M. E., & Soelaiman, L. (2021). Penerapan customer relationship management melalui media sosial terhadap kinerja bisnis: Kompetensi sosial sebagai variabel moderasi. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(3). <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13212>
- Hastuti, I., & Sopingi. (2023). Student business development based on electronic customer relationship management. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 7(4). <https://doi.org/10.29040/ijebאר.v7i4.10726>
- Lasola, M. J. B. (2025). Customer relationship management practices as determinants of business performance: A systematic literature review. *International Journal of Multidisciplinary: Applied Business and Education Research*. <https://doi.org/10.11594/ijmaber.06.08.06>
- Munandar, G. M., Hidayah, M. N. W., Dicasani, A., Pratama, W. C. T., Pamungkas, K. A., & Meilano, Y. K. (2024). Peningkatan pemahaman dan implementasi customer relationship management (CRM) di industri UMKM Kebumen. *JPMNT: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nian Tana*. <https://doi.org/10.59603/jpmnt.v2i3.501>
- Nugraha, Z. S., Muhammad, M. A., & Waspodo, B. (2025). The use of artificial intelligence in enhancing customer relationship management (CRM): A systematic literature review. *Jurnal Sisfokom*, 14(4). <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v14i4.2454>
- Nursaidah, N., Suryaningsih, I. B., & Irawan, B. (2024). Customer relationship management sebagai strategi penciptaan keunggulan bersaing pada sektor UMKM: Sistematis literatur review. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 12(2). <https://doi.org/10.32528/jmbi.v12i02.4121>
- Purnama, K. D., & Manalu, G. (2024). Evolution and challenges of customer relationship management (CRM) implementation in the digital economy: A systematic review. *Journal of Management and Informatics*, 3(1). <https://doi.org/10.51903/jmi.v3i1.40>
- Rabbani, A. P., Alamsyah, A., & Widiyanesti, S. (2021). *An effort to measure customer relationship performance in Indonesia's fintech industry*. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2102.08262>
- Safari, N., Safari, F., Olesen, K., & Shahmehar, F. (2016). *Evaluating electronic customer relationship management performance: Case studies from Persian automotive and computer industry*. arXiv. <https://arxiv.org/abs/1606.00880>
- Sembiring, L. D., Setyawati, A., Indajang, K., Putri, J. A., & Sudirman, A. (2023). The influence of entrepreneurial orientation and customer relationship management on MSME competitiveness. *International Journal of Business, Law, and Education*, 4(2), 1076–1084. <https://doi.org/10.56442/ijble.v4i2.285>
- Shofiudin, M., Wiryawanto, T. M. P., Hawani, Z., & Amin, F. M. (2024). Tren implementasi customer relationship management berbasis artificial intelligence. *JSiI (Jurnal Sistem Informasi)*, 11(1). <https://doi.org/10.30656/jsii.v11i1.8282>
- Wicaksono, E., Fauziah, & Hidayatullah, D. (2021). Implementasi electronic customer relationship management menggunakan metode framework of dynamic berbasis web. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 5(4). <https://doi.org/10.35870/jtik.v5i4.226>