

**PENERAPAN MODEL *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP***

**MANAGEMENT (E-CRM) BERBASIS ODOO DI PT LIMA**

**ROTI DUA IKAN INTERNASIONAL**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh:**

**CHRISTABELA JESSELYN**

**NPM. 20032010116**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI**

**FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**JAWA TIMUR**

**SURABAYA**

**2024**



**PENERAPAN MODEL *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP*  
MANAGEMENT (E-CRM) BERBASIS ODOO DI PT LIMA  
ROTI DUA IKAN INTERNASIONAL**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik  
Program Studi Teknik Industri**



**Diajukan Oleh:**

**CHRISTABELA JESSELYN  
NPM. 20032010116**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**JAWA TIMUR  
SURABAYA**

**2024**



**SKRIPSI**

**PENERAPAN MODEL *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM)* BERBASIS ODOO DI PT LIMA ROTI DUA IKAN INTERNASIONAL**

Disusun Oleh:

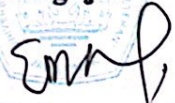
**CHRISTABELA JESSELYN**

**20032010116**

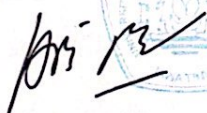
Telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi dan diterima oleh  
Publikasi Jurnal Akreditasi Sinta 1-3  
Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Surabaya  
Pada Tanggal : 26 Juni 2024

**Tim Penguji :**

1.


  
**Nur Rahmawati, S.T., M.T.**  
**NIP. 198708012019032012**

2.


  
**Ir. Sumiati, M.T.**  
**NIP. 196012131991032001**

**Pembimbing**

1.

  
**Dr. Dira Ernawati, S.T., M.T.**  
**NIP. 197806022021212003**

2.

  
**Sinta Dewi, S.T., M.T.**  
**NIP. 21219880830285**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Teknik**

**Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Surabaya**

  
**Prof. Dr. Dra. Jariyah, M.P.**

**NIP. 196504031991032001**





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS TEKNIK  
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

Jl. Raya Rungkut Madya Gunung Anyar Telp. (031) 8706369 (Hunting). Fax. (031) 8706372 Surabaya 60294



**KETERANGAN REVISI**

Mahasiswa di bawah ini:

Nama : Christabela Jesselyn  
NPM : 20032010116  
Program Studi : ~~Teknik Kimia / Teknik Industri / Teknologi Pangan /~~  
~~Teknik Lingkungan / Teknik Sipil~~

Telah telah mengerjakan revisi / ~~tidak ada revisi~~ \*) ~~PRA-RENCANA (DESAIN) /~~  
~~SKRIPSI / TUGAS AKHIR~~ Ujian Lisan Periode Juli, TA 2023/2024.

Dengan judul : **PENERAPAN MODEL *ELECTRONIC CUSTOMER***  
***RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM) BERBASIS***  
**ODOO DI PT LIMA ROTI DUA IKAN INTERNASIONAL**

Dosen yang memerintahkan revisi

1. Dr. Dira Ernawati, S.T., M.T.
2. Nur Rahmawati, S.T., M.T.
3. Ir. Sumiati, M.T.

()  
()  
()

Surabaya, 1 Juli 2024

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Dr. Dira Ernawati, S.T., M.T.

NIP. 197806022021212003

Catatan: \*) coret yang tidak perlu



**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Christabela Jesselyn  
NPM : 20032010116  
Program Studi : Teknik Industri  
Alamat : Pucang Indah E-17, Sidoarjo  
No. HP : 085536902679  
Alamat e-mail : christabelajesselyn@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa isi sebagian maupun keseluruhan skripsi saya dengan judul:

**PENERAPAN MODEL *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM)* BERBASIS ODOO DI PT LIMA ROTI DUA IKAN INTERNASIONAL**

Adalah benar penelitian saya sendiri atau bukan plagiat hasil penelitian orang lain, diselesaikan tanpa menggunakan bahan-bahan yang tidak diijinkan dan saya ajukan sebagai persyaratan kelulusan program sarjana Teknik Industri Fakultas Teknik UPN "Veteran" Jawa Timur. Apabila ternyata pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 1 Juli 2024

Mengetahui,  
Koorprogdi Teknik Industri

Ir. Rusindiyanto, M.T  
NIP. 19650225 199203 1 001

Yang Membuat Pernyataan

Christabela Jesselyn  
NPM. 20032010116

## KATA PENGANTAR

Segala syukur dan puji hanya bagi Tuhan Yesus Kristus, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan, dan kasih setia yang besar, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penerapan Model *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)* Berbasis Odoo di PT Lima Roti Dua Ikan Internasional” tanpa ada halangan dan tepat waktu.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat menyelesaikan pendidikan (S1) Program Studi Teknik Industri di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Skripsi ini dapat terselesaikan tidak lepas dari bimbingan, arahan, dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT., IPU., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Prof. Dr. Dra. Jariyah, M.P., selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ir. Rusindiyanto, M.T., selaku Koordinator Program Studi Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dr. Dira Ernawati, S.T., M.T. dan Sinta Dewi, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu menyusun laporan agar berkualitas.
5. Ir. Sumiati, M.T., Isna Nugraha, S.T., M.T., dan Nur Rahmawati, S.T., M.T., selaku Dosen Penguji yang telah membantu memperbaiki dan menyempurnakan laporan ini.

6. Para pimpinan dan staff PT Lima Roti Dua Ikan Internasional yang telah membantu dan memberikan izin pelaksanaan kegiatan penelitian.
7. Kedua orang tua saya, Bapak Sanjaya dan Ibu Ade Berliani Hosang, serta kakak saya Zefanya Natalie dan adik saya Jethro Manuel Tanjaya, maupun keluarga lainnya yang senantiasa memberikan dukungan, arahan serta doa.
8. GCC UHUY Vina Sabrina, Rista Juni Andryani, Maulidhatus Shania, Indira Hanefa Rahayu, Riris Destalia, dan Irmadewi Novianty, selaku teman kuliah dan sahabat saya yang telah saling berbagi dan berjuang bersama.
9. Teman-teman Teknik Industri angkatan 2020 dan seluruh pihak yang telah memberikan bantuan informasi dan memberikan semangat.

Dalam penyusunan skripsi ini tentu saja masih ditemukan banyak kekurangan baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk meningkatkan kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang berkepentingan khususnya penulis, perusahaan, serta para pembaca.

Surabaya 24 Juni 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Asumsi.....	4
1.5 Tujuan Penelitian.....	4
1.6 Manfaat Penelitian.....	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Sistem.....	7
2.2 Informasi.....	8
2.3 Sistem Informasi.....	9



2.4 <i>Customer Relationship Management</i> .....	10
2.4.1 Pengertian <i>Customer Relationship Management</i> .....	10
2.4.2 Tujuan <i>Customer Relationship Management</i> .....	13
2.4.3 Manfaat <i>Customer Relationship Management</i> .....	14
2.4.4 Strategi <i>Customer Relationship Management</i> .....	16
2.4.5 Tipe-Tipe <i>Customer Relationship Management</i> .....	17
2.4.6 Komponen <i>Customer Relationship Management</i> .....	18
2.4.7 Faktor Penentu Keberhasilan <i>Customer Relationship Management</i> .....	19
2.4.8 Fase-Fase dalam <i>Customer Relationship Management</i> .....	21
2.5 <i>Electronic Customer Relationship Management</i> .....	24
2.5.1 Pengertian <i>Electronic Customer Relationship Management</i> .....	24
2.5.2 Keuntungan Penggunaan <i>Electronic Customer Relationship Management</i> .....	25
2.5.3 Peralatan <i>Electronic Customer Relationship Management</i> .....	26
2.6 Kepuasan Konsumen .....	27
2.6.1 Pengertian Kepuasan .....	27
2.6.2 Ciri-Ciri Konsumen Puas .....	29
2.6.3 Komponen Kepuasan Konsumen .....	29
2.6.4 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen .....	30
2.7 Odoo .....	32
2.7.1 Pengertian Odoo .....	32
2.7.2 Keunggulan Odoo .....	33

2.7.3 Langkah-Langkah Penggunaan Odoo dalam CRM.....	34
2.8 <i>Black-box Testing</i> .....	42
2.9 Analisis Deskriptif.....	43
2.10 Penelitian Terdahulu.....	43
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>54</b>
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	54
3.2 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel.....	54
3.2.1 Variabel Terikat ( <i>Dependent</i> ) .....	54
3.2.2 Variabel Bebas ( <i>Independent</i> ) .....	54
3.3 Langkah-Langkah Pemecahan Masalah.....	55
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	59
3.4.1 Data Primer .....	60
3.4.2 Data Sekunder .....	61
3.5 Teknik Pengolahan Data.....	61
3.6 Teknik Analisa Data .....	62
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>63</b>
4.1 Pengumpulan Data .....	63
4.1.1 Data Produk.....	63
4.1.2 Data Konsumen .....	64
4.1.3 Riwayat Pembelian Konsumen .....	65
4.2 <i>Use Case Diagram</i> .....	66
4.3 <i>Use Case Description</i> .....	67
4.4 <i>Activity Diagram</i> .....	69



4.5 <i>Class Diagram</i> .....	72
4.6 Tampilan Antar Muka.....	73
4.6.1 Tampilan Halaman <i>Register</i> .....	74
4.6.2 Tampilan Halaman <i>Login</i> .....	75
4.6.3 Tampilan Halaman Utama.....	76
4.6.4 Tampilan Halaman <i>Shop</i> .....	77
4.6.5 Tampilan Halaman Produk Terpilih .....	78
4.6.6 Tampilan Halaman <i>Check Out</i> .....	79
4.6.7 Tampilan Halaman <i>Confirm Order</i> .....	80
4.6.8 Tampilan Halaman <i>Payment Information</i> .....	81
4.6.9 Tampilan Halaman <i>Update</i> Produk .....	82
4.6.10 Tampilan Halaman Mengelola Data Penjualan .....	82
4.7 Pengujian Sistem .....	83
4.8 Analisis <i>Output</i> .....	84
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>87</b>
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran .....	87

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Use Case Description</i> Kelola Data Pelanggan.....	34
Tabel 2.2 <i>Use Case Description</i> Laporan .....	35
Tabel 2.3 <i>Use Case Description Input</i> Transaksi .....	35
Tabel 4.1 Data Produk.....	63
Tabel 4.2 Data Konsumen.....	64
Tabel 4.3 Riwayat Pembelian Konsumen .....	65
Tabel 4.4 <i>Use Case Description Register</i> .....	67
Tabel 4.5 <i>Use Case Description Login</i> .....	67
Tabel 4.6 <i>Use Case Description</i> Memilih Produk .....	67
Tabel 4.7 <i>Use Case Description Check Out</i> .....	68
Tabel 4.8 <i>Use Case Description Update</i> Produk .....	68
Tabel 4.9 <i>Use Case Description</i> Mengelola Data Penjualan .....	68
Tabel 4.10 <i>Black Box Testing</i> .....	83



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tipe <i>Customer Relationship Management</i> .....	17
Gambar 2.2 Pilar CRM .....	19
Gambar 2.3 Model Tiga Tahapan CRM .....	22
Gambar 2.4 <i>Use Case Diagram</i> E-CRM .....	34
Gambar 2.5 <i>Activity Diagram</i> Kelola Data Konsumen.....	36
Gambar 2.6 <i>Class Diagram</i> E-CRM.....	36
Gambar 2.7 Antar Muka Halaman Utama .....	37
Gambar 2.8 Antar Muka Halaman Menu Transaksi .....	38
Gambar 2.9 Tampilan <i>Login</i> Odoo.....	38
Gambar 2.10 Tampilan Modul Odoo .....	39
Gambar 2.11 Tampilan Daftar Konsumen Odoo.....	39
Gambar 2.12 Tampilan <i>Pipeline</i> Odoo.....	40
Gambar 2.13 Tampilan <i>Print Out</i> Pelaporan Odoo.....	40
Gambar 2.14 Tampilan Halaman <i>Website</i> .....	41
Gambar 2.15 Tampilan Menu Transaksi .....	41
Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Penelitian .....	56
Gambar 4.1 <i>Use Case Diagram</i> .....	66
Gambar 4.2 <i>Activity Diagram Register</i> .....	69
Gambar 4.3 <i>Activity Diagram Login</i> .....	70
Gambar 4.4 <i>Activity Diagram</i> Memilih Produk.....	70
Gambar 4.5 <i>Activity Diagram Check Out</i> .....	71

Gambar 4.6 <i>Activity Diagram Update Produk</i> .....	71
Gambar 4.7 <i>Activity Diagram Mengelola Data Penjualan</i> .....	72
Gambar 4.8 <i>Class Diagram</i> .....	73
Gambar 4.9 Halaman <i>Register Versi Mobile</i> .....	74
Gambar 4.10 Halaman <i>Register Versi PC</i> .....	74
Gambar 4.11 Halaman <i>Login Versi Mobile</i> .....	75
Gambar 4.12 Halaman <i>Login Versi PC</i> .....	75
Gambar 4.13 Halaman <i>Utama Versi Mobile</i> .....	76
Gambar 4.14 Halaman <i>Utama Versi PC</i> .....	76
Gambar 4.15 Halaman <i>Shop Versi Mobile</i> .....	77
Gambar 4.16 Halaman <i>Shop Versi PC</i> .....	77
Gambar 4.17 Halaman <i>Produk Terpilih Versi Mobile</i> .....	78
Gambar 4.18 Halaman <i>Produk Terpilih Versi PC</i> .....	78
Gambar 4.19 Halaman <i>Check Out Versi Mobile</i> .....	79
Gambar 4.20 Halaman <i>Check Out Versi PC</i> .....	79
Gambar 4.21 Halaman <i>Confirm Order Versi Mobile</i> .....	80
Gambar 4.22 Halaman <i>Confirm Order Versi PC</i> .....	80
Gambar 4.23 Halaman <i>Payment Information Versi Mobile</i> .....	81
Gambar 4.24 Halaman <i>Payment Information Versi PC</i> .....	81
Gambar 4.25 Halaman <i>Update Produk</i> .....	82
Gambar 4.26 Halaman <i>Mengelola Data Penjualan</i> .....	82



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Data Produk

Lampiran 2. Data Konsumen

Lampiran 3. Riwayat Pembelian Konsumen

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang pesat di Indonesia membawa banyak perubahan hampir di semua aspek kehidupan manusia. Namun, masih banyak perusahaan yang belum memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai alat yang menguntungkan. PT Lima Roti Dua Ikan Internasional merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang distribusi produk impor dan lokal. Perusahaan ini memperdagangkan beberapa produk, seperti lampu, pintu, tandon, elektronik, alat kecantikan, dan peralatan rumah. Produk yang diperjualbelikan ada yang diperoleh dari pabrik dan ada yang diperoleh dari importir. PT Lima Roti Dua Ikan Internasional belum mempunyai sistem yang mempermudah konsumen dalam melakukan order. Menurut hasil observasi langsung yang telah dilakukan penulis, terdapat 27 konsumen yang memberikan keluhan mengenai lamanya respon perusahaan dalam membalas pesanan. Dalam mengatasi permasalahan yang ada di perusahaan, diperlukan suatu metode dan tools penyelesaian yang efektif dan efisien. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah E-CRM dan menggunakan tools software Odoo. Dengan dilaksanakannya penelitian ini, perusahaan mampu meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen dan dapat mempermudah konsumen dalam melakukan order. Dengan adanya kemudahan konsumen dalam melakukan pembelian produk diharapkan mampu menciptakan rasa puas dan nyaman dari konsumen, sehingga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

**Kata Kunci :** *E-CRM, Odoo, Perangkat Lunak, Sistem, Website.*



## ABSTRACT

*The rapid development of technology in Indonesia has brought many changes to almost all aspects of human life. However, there are still many companies that have not utilized technological developments as a profitable tool. PT Lima Roti Dua Ikan Internasional is a company engaged in the distribution of imported and local products. This company trades several products, such as lamps, doors, water tanks, electronics, beauty equipment and home appliances. Some of the products traded are obtained from factories and some are obtained from importers. PT Lima Roti Dua Ikan Internasional does not yet have a system that makes it easier for consumers to place orders. According to the results of direct observations made by the author, there were 27 consumers who complained about the company's response time in responding to orders. In overcoming problems that exist in the company, an effective and efficient method and tool for solving them is needed. The method used in this research is E-CRM and uses Odoo software tools. By carrying out this research, the company is able to improve the quality of service to consumers and can make it easier for consumers to place orders. By making it easier for consumers to purchase products, it is hoped that it will create a sense of satisfaction and comfort from consumers, so that it can increase company income.*

**Keywords :** *E-CRM, Odoo, Software, System, Website.*