

ABSTRAK

Angga Emirisa Putra, ANALISIS DAN PERANCANGAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) UNTUK PEMASARAN PRODUK UMKM KABUPATEN PADANG PARIAMAN (STUDI KASUS GAPOKTAN BERKAH BERSAMA)

Customer Relationship Management (CRM) merupakan suatu sistem yang dikembangkan dengan tujuan untuk menunjang perusahaan membangun hubungan yang erat dengan pelanggannya. Karena pelanggan merupakan aspek yang sangat penting bagi perusahaan. Customer Relationship Management (CRM) juga merupakan strategi yang di implementasikan secara luas untuk mengatur hubungan antara perusahaan dengan pelanggan dan calon pelanggan. Saat ini Gapoktan Berkah Bersama masih mengalami kesulitan dalam menyampaikan informasi dan promosi produk berbahan dasar kelapa kepada pelanggan dikarenakan pemasaran masih dilakukan dengan mengikuti pameran yang diadakan oleh pemerintah daerah. Dengan menggunakan Customer Relationship Management (CRM) berbasis website dapat memberikan kemudahan bagi calon pelanggan untuk melakukan pemesanan produk yang diaplikasikan menggunakan pemrograman PHP dan database MySQL.

Kata Kunci: CRM, Gabungan Kelompok Tani, Kelapa