

ABSTRAK

Persaingan perguruan tinggi swasta di Indonesia saat ini sangat ketat dalam menggaet para calon mahasiswa. Direktorat Pemasaran dan Admisi (PADMI) Telkom University adalah salah satu bagian yang berada di bawah Wakil Rektor III Bidang Admisi, Kemahasiswaan, dan Alumni. PADMI bertanggung jawab atas kegiatan pemasaran, pengelolaan data *leads*, seleksi, dan pendaftaran calon mahasiswa baru Telkom University. Salah satu fungsi utama PADMI adalah pengelolaan data *leads*. Data *leads* merujuk pada calon mahasiswa yang berpotensi melanjutkan studinya ke Telkom University. Saat ini, data *leads* dikelola menggunakan *spreadsheet* sebagai basis data dan diikuti melalui pesan *broadcast* di *WhatsApp*. Namun, dalam prosesnya, terdapat beberapa kendala seperti kurangnya standarisasi struktur pendataan data *leads*, kurangnya otomatisasi dalam tindak lanjut pemasaran, serta *monitoring* dan pelacakan statistik pemasaran. Hal ini mengakibatkan banyak data *leads* yang tidak mendapatkan tindak lanjut dan peluangnya untuk menjadi calon mahasiswa pendaftar masih kurang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melakukan *tracking* dan automasi kegiatan *marketing* pada Direktorat PADMI menggunakan Odoo dengan metode *Accelerate SAP* (ASAP). Penelitian ini juga melibatkan evaluasi dari pihak PADMI dengan menggunakan metode *blackbox Testing*. Hasil dari perancangan ini adalah konfigurasi dan penyesuaian sistem *Customer Relationship Management* (CRM) yang terintegrasi dan terotomatisasi menggunakan Odoo.

Kata Kunci: Perguruan Tinggi Swasta, *Customer Relationship Management*, Odoo, *Leads*, *Accelerated SAP*, *Blackbox testing*.