

Perancangan model fitur CRM pada perusahaan penyedia layanan transaksi elektronik berdasarkan kerangka kerja front CRM = Design of CRM features model on electronic transaction services provider company based on front CRM framework

Tria Sinta, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20350732&lokasi=lokal>

Abstrak

Seiring perkembangan dan kemajuan industri keuangan di Indonesia, mendorong semakin bertambahnya pendatang baru dalam industri ini. Dengan meningkatnya persaingan, maka diperlukan langkah-langkah strategis untuk menghadapinya. Oleh karena itu kemampuan suatu organisasi untuk mengelola pelanggan yang dimilikinya serta mendapatkan calon pelanggan yang potensial sangat diperlukan dan Customer Relationship Management (CRM) adalah salah satu solusi yang diharapkan.

Pada penelitian karya akhir ini akan membahas tentang model fitur yang tepat untuk diterapkan pada aplikasi CRM organisasi. Kerangka kerja FrontCRM digunakan untuk mendapatkan fitur-fitur CRM organisasi. Kerangka kerja ini yang akan dipetakan dengan proses bisnis organisasi yang berhubungan dengan pelanggan sehingga akan dihasilkan fitur-fitur CRM sementara. Selanjutnya untuk dapat memastikan fitur-fitur FrontCRM tersebut dapat digunakan, maka akan dilakukan validasi oleh user dengan menggunakan kuisioner untuk mendapatkan fitur-fitur CRM yang sesuai dengan proses bisnis organisasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Fitur FrontCRM yang sesuai dengan proses bisnis organisasi yaitu fitur-fitur pada area proses bisnis pemasaran dan penjualan. Pada area proses bisnis pemasaran terdapat 18 fitur mandatory, 2 fitur optional, dan 1 fitur alternative, sedangkan pada area proses bisnis penjualan terdapat 18 fitur mandatory, 1 fitur optional, dan 1 fitur alternative. Fitur-fitur CRM tersebut akan dimodelkan dengan menggunakan Feature Oriented Domain Analysis (FODA) atau feature modelling.

.....

Rapid development and progress of the financial industry in Indonesia drive the increasing numbers of new entrants of industry. It means that the competition between companies will increase, so it is need some strategic steps to deal with it. Therefore, the ability of an organization to manage its customer and potential prospect is very necessary. One of the expected solution is Customer Relationship Management (CRM). This research will discuss about the features that appropriate to be applied to the CRM application organization. FrontCRM framework is used to obtain CRM features of organization.

This framework will be mapped to the business processes associated with customer organizations, so that will be generated temporary CRM features. Furthermore, it will be validated by the user by using a questionnaire to obtain CRM features that correspond organization's business processes to make sure the FrontCRM features can be used optimally.

The result of this research show that Features FrontCRM which is suitable with business process organization are the features on the area of business process marketing and sales. In marketing business processes, there are 18 mandatory feature, two optional features, and 1 alternative features, while the sale business process area, there are 18 feature mandatory, 1 optional feature, and one feature alternative. CRM features will be modeled using Feature Oriented Domain Analysis (FODA) or feature modeling.