

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN LAPORAN TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN MENGENAI TUGAS AKHIR SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan.....	2
1.4 Manfaat	2
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Definisi CRM	4
2.2 Manfaat CRM.....	4
2.3 Komponen CRM	5
2.4 Tahapan CRM.....	6
2.5 Peran Teknologi Dalam CRM.....	6
2.6 Penelitian Terdahulu	7
BAB III METODOLOGI	9
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	9
3.2 Tahapan Penelitian.....	9
3.3 Data, Alat/Bahan	10
3.3.1 Data.....	10
3.3.2 Alat / Bahan	10
3.4 Metode Analisis	11
BAB IV DESAIN DAN SISTEM	12
4.1 Keadaan Awal Obyek.....	12
4.2 Proses Penyusunan Desain	13
4.3 Deskripsi Sistem Baru.....	13
4.3.1 Sentralisasi hubungan pelanggan.....	13
4.3.2 Sentralisasi data pelanggan	14

4.3.3 Otomatisasi <i>Chat</i> (Efisiensi Operasional)	19
BAB V PENGUJIAN DAN ANALISA	21
5.1 Prosedur Pengujian	21
5.2 Hasil Pengujian.....	21
5.2.1 Sentralisasi Hubungan Pelanggan	21
5.2.2 Sentralisasi data pelanggan	23
5.2.3 Otomatisasi <i>chat</i> (efisiensi operasional)	34
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	38
6.1 Kesimpulan	38
6.2 Saran Penerapan.....	38
DAFTAR PUSTAKA	40
DAFTAR ISTILAH	41
LAMPIRAN	42

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
-------------------------------------	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik corong penjualan melalui <i>chat</i> saluran Shopee Mixbearly.....	1
Gambar 1.2 Pesan dari orang yang sama di saluran yang berbeda.....	2
Gambar 4.1 <i>flowchart</i> sistem awal hubungan pelanggan MB Protech	12
Gambar 4.2 alur data pesanan sistem awal MB Protech	12
Gambar 4.3 <i>flowchart</i> sistem terancang hubungan pelanggan MB Protech	13
Gambar 4.4 alur data pesanan sistem terancang MB Protech.....	14
Gambar 4.5 <i>flowchart</i> penyaringan data pelanggan	15
Gambar 4.6 <i>flowchart</i> penyaringan pelanggan yang loyal	16
Gambar 4.7 <i>flowchart</i> penyimpanan data produk yang pernah dibeli oleh pelanggan	16
Gambar 4.8 <i>flowchart</i> pencarian produk yang paling diminati	17
Gambar 4.9 <i>flowchart</i> notifikasi persediaan produk yang sudah di bawah batas minimal persediaan	18
Gambar 4.10 <i>flowchart</i> pembalasan otomatis dan penyaring pesan.....	19
Gambar 5.1 replika daftar pesan ke dalam Excel	22
Gambar 5.2 tampilan daftar pesan pada aplikasi CRM.....	22
Gambar 5.3 perbandingan tampilan fitur <i>chat</i> di <i>e-commerce</i> dan tampilan fitur <i>chat</i> pada aplikasi CRM.....	23
Gambar 5.4 Potongan <i>sheet</i> data yang akan diolah	24
Gambar 5.5 pengaturan bidang <i>PivotTable</i> untuk menyaring data pelanggan	25
Gambar 5.6 potongan hasil <i>PivotTable</i> fungsi penyaring data pelanggan	26
Gambar 5.7 potongan hasil <i>PivotTable</i> untuk memperoleh data produk yang pernah dibeli pelanggan.....	26
Gambar 5.8 pengaturan awal <i>PivotTable</i> yang wajib untuk penyaringan pelanggan yang loyal.....	27
Gambar 5.9 pengaturan bidang <i>PivotTable</i> penyaringan pelanggan yang loyal ...	27
Gambar 5.10 pengaturan bidang nilai agar perhitungan jumlah nomor pesanan bersifat unik.....	28
Gambar 5.11 hasil <i>PivotTable</i> untuk mengetahui jumlah aktivitas transaksi di saluran spesifik	29
Gambar 5.12 pengaturan “Filter Nilai (Username)” untuk memunculkan hanya pelanggan yang telah bertransaksi minimal 2 kali	29

Gambar 5.13 potongan tabel data pelanggan loyal atau telah bertransaksi minimal 2 kali	29
Gambar 5.14 kemungkinan tipe pelanggan yang terhitung loyal oleh sistem	30
Gambar 5.15 pengaturan bidang <i>PivotTable</i> untuk menjumlahkan produk yang terjual per SKU.....	30
Gambar 5.16 hasil <i>PivotTable</i> yang menunjukkan jumlah produk terjual per SKU	31
Gambar 5.17 pengaturan untuk mengurutkan SKU dari jumlah penjualan terbanyak.....	31
Gambar 5.18 pengaturan “Filter <u>N</u> ilai” 10 <u>T</u> eratas	32
Gambar 5.19 hasil pengolahan data fungsi pencarian produk yang paling diminati	32
Gambar 5.20 elaborasi hasil pengolahan data jumlah produk yang terjual.....	33
Gambar 5.21 elaborasi untuk menghitung minimal persediaan dan minimal pembelian	33
Gambar 5.22 tampilan awal pengaturan FAQ pada aplikasi Shopee	35
Gambar 5.23 tampilan pengaturan <i>Smart Reply</i> pada aplikasi Tokopedia	35
Gambar 5.24 tampilan Tokopedia (kiri) dan Shopee (kanan) yang dilihat oleh pembeli saat FAQ dan <i>Smart Reply</i> nyala.....	36
Gambar 5.25 tampilan <i>chat</i> Tokopedia (kiri) dan Shopee (kanan) yang dilihat oleh penjual saat FAQ dan <i>Smart Reply</i> nyala.....	37