

Sales Force Automation dalam Peningkatan Pelayanan Terhadap Pelanggan

San Karya¹, Joni Suhartono², Sevenpri Candra³
 Bina Nusantara University, Jakarta, Indonesia
 xie_san@binus.edu¹, jonis@binus.edu², scandra@binus.edu³

Diterima 12 April 2017

Disetujui 30 Mei 2017

Abstract- *The purpose of this research is to analyze the company's business processes in managing customers, and design e-crm system in the field of Sales Force Automation. The method used in this research is to study literature to see SFA models to be applied, the collection of data by conducting surveys, interviews with the company as well as designing the SFA system that includes the necessary features, system design, class diagrams, sequence diagrams and screen design. The analysis of the system running can be identified problems in PT. LKI is lack of features that facilitate the company's internal applications as well as with clients in the execution of projects and no lesson learned or report that contains the project sales and employee performance. Based on the results of the research it can be concluded that PT. LKI Is required the application of Sales Force Automation that helps clients get information about the project that is being worked on, facilitates communication between internal and with clients and have a report of corporate performance as well as employees in order to achieve and enhance the company strategy in order to provide the best service for clients.*

Index Terms— e-CRM, Sales Force Automation

I. PENDAHULUAN

ada era saat ini, pelayanan pelanggan merupakan hal yang penting yang harus diperhatikan agar pelanggan menjadi loyal pada perusahaan. Dengan meningkatnya loyalitas pelanggan maka akan terjadi penjualan yang berulang [1]. Loyalitas pelanggan juga tidak hanya akan meningkatkan nilai bisnis perusahaan tetapi juga dapat menarik pelanggan baru [2]. Keinginan pelanggan dalam melakukan perbaikan terhadap pelayanan pelanggan merupakan hal positif demi tercapainya peningkatan pendapatan perusahaan. Keluhan pelanggan merupakan aset yang perlu diperhatikan agar pelanggan tetap tertarik untuk berbisnis dengan perusahaan.[3]

Kondisi ini memicu perusahaan untuk menerapkan penggunaan konsep marketing Customer Relationship Management (CRM) yang berfokus pada pelayanan maksimal pada pelanggan. CRM ini mempunyai peran dalam pembentukan brand equity maupun brand value perusahaan. Pelanggan merupakan aset penting yang tidak boleh lepas dari perusahaan, karena merekalah yang berperan dalam menghidupi perusahaan. [4] CRM merupakan proses membentuk dan mempertahankan hubungan jangka panjang yang

menguntungkan dengan pelanggan. Perusahaan dituntut untuk menyediakan pelayanan yang bernilai dan yang memuaskan pelanggan. Dapat dikatakan bahwa CRM merupakan suatu strategi bisnis dari perusahaan guna mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan, sehingga akan memberikan nilai tambah yang baik bagi kedua belah pihak.

Terdapat empat tujuan strategis dalam penerapan sistem informasi penjualan seperti meningkatkan retensi pelanggan, meningkatkan hubungan dengan pelanggan, meningkatkan akuisisi pelanggan dan integrasi untuk menghubungkan pihak manajemen [5]. Pada penelitian lebih lanjut, mereka menyarankan bahwa penerapan sistem ini mencerminkan 'mailing-list mentality', mereka menemukan bukti dari contoh perusahaan yang benar-benar mengukur hasil akhir dalam hal ini tujuan strategis [6]. Beberapa manfaat yang dirasakan Vendor sehubungan dengan penerapan aplikasi SFA ini adalah dipercepatnya arus kas, siklus penjualan yang lebih singkat, percepatan perputaran siklus persediaan, meningkatnya hubungan dengan pelanggan, terjadi peningkatan produktivitas tenaga penjualan, pelaporan yang akurat, peningkatan pendapatan penjualan, pengurangan biaya penjualan [7]

Mewakili strategi untuk mempertahankan pelanggan, Customer Relationship Management (CRM) dimulai dengan mengembangkan pengetahuan tentang pelanggan [8], selanjutnya aplikasi CRM ini digunakan untuk menggalang kebutuhan pelanggan [9]. Bagian penjualan dan pemasaran memegang peranan penting dalam menerapkan CRM. Bagian penjualan dan pemasaran dapat melakukan secara konstruktif menggunakan Sales Force Automation (SFA). Aplikasi SFA ini dirancang untuk membantu bagian marketing dalam menarik dan mempertahankan pelanggan, menggunakan manajemen account dan yang paling penting untuk memberikan keuntungan untuk aktivitas penjualan.

PT. LKI merupakan perusahaan software house yang bergerak pada bidang pengembangan aplikasi berbasis web dan aplikasi berbasis mobile yang telah berdiri sejak 2 tahun lalu. Pada kali ini PT. LKI ingin mengembangkan sistem E-CRM nya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan

mempertahankan pelanggannya. Beberapa fitur yang akan dibahas adalah seperti analisa mengenai Sales Force Automation dan memberikan solusi perancangan berupa pengelolaan proyek, komunikasi internal dan eksternal dan manajemen back-end perusahaan yang dapat membantu perusahaan menjalin hubungan yang baik terhadap klien sehingga klien dapat mengetahui perkembangan proyek yang masih dalam proses ataupun sudah selesai serta perusahaan dapat melihat kinerja dari perusahaan maupun laporan produk.

II. RUANG LINGKUP

Lingkup penelitian dibatasi pada beberapa kebutuhan seperti: Registrasi pelanggan, mendata dokumen pelengkap transaksi, menyiapkan promosi, pembuatan proyek, perubahan kebutuhan pelanggan, membuat tagihan dan pembuatan laporan penjualan.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi yang digunakan dalam penyusunan penulisan ini adalah :

Metode pengumpulan data:

1. Melakukan studi literature yang berhubungan dengan topik Sales Force Automation (SFA).
2. Pengamatan terhadap proses bisnis yaitu Propose project, progress project, maintain project dan Change Request .
3. Wawancara dengan pihak manajemen perusahaan untuk mengetahui kebutuhan sistemnya.

Metode Analisis dan Perancangan Analisa

1. Melakukan analisa proses bisnis system berjalan
2. Melakukan analisa kebutuhan perusahaan terhadap strategi dalam melayani pelanggan
3. Membuat usulan SFA sesuai kebutuhan perusahaan

Rancangan sistem SFA adalah sebagai berikut :

1. Membuat fitur SFA
2. Membuat Use Case Diagram
3. Membuat Class Diagram
4. Membuat User Interface.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengertian CRM

Le e-Customer Relationship Management adalah istilah industri yang mencakup metodologi dan perangkat lunak yang membantu perusahaan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang terorganisasi [10]. Biasanya, sebuah basis data yang luas berisi informasi pelanggan, termasuk informasi

kontak pelanggan, adalah pusat dari sistem Customer Relationship Management. Artinya, CRM merupakan suatu pendekatan melalui layanan kepada konsumen yang berfokus untuk membangun hubungan jangka panjang dan berkelanjutan dengan konsumen, yang memberikan nilai tambah bagi kedua belah pihak, baik bagi perusahaan maupun bagi konsumen.

CRM merupakan sebuah filosofi dan strategi bisnis yang didukung oleh sebuah sistem dan teknologi yang dirancang untuk meningkatkan interaksi manusia dalam lingkungan bisnis [11]. Juga menambahkan bahwa CRM adalah suatu kegiatan operasional, pendekatan manajemen pelanggan yang berfokus pada kegiatan sales, marketing dan customer service.

CRM adalah strategi organisasi yang berfokus pada pelanggan dan didorong oleh pelanggan. Dengan kata lain, organisasi berkonsentrasi untuk memuaskan pelanggan dengan melihat kebutuhan produk atau jasa pelanggan, kemudian menyediakan pelayanan yang lebih baik dan responsif [12].

B. Sales Force Automation (SFA)

SFA membantu untuk review, mengatur akun dan peluang track mereka, juga membangun dan mengawasi alur Penjualan mereka, serta mengatur perusahaan dalam mengelola pelanggan mereka [13]. Selain itu SFA juga membantu para manajer baik pada aktifitas yang berhubungan langsung dengan pelanggan maupun aktifitas internal perusahaan yang selalu berjuan untuk memenuhi permintaan pelanggan.

C. Kategori SFA

Ada beberapa kategori SFA didalam CRM yaitu[13]:

- a. Sales Proses / Activity Management. Sales proses management adalah sebuah alat untuk mengatur proses penjualan (salesprocess), termasuk serangkaian urutan aktifitas penjualan yang dapat membimbing sales representative dalam setiap tahapan penjualan. Tidak hanya itu, sales process management juga membantu dan memastikan agar para sales representative melakukan tindak lanjut dari setiap tindakan yang ia lakukan. Sementara itu, activity management menyediakan kalender untuk membimbing perencanaan bagi sale srepresentative untuk melakukan pendekatan terhadap pelanggan dengan demo produk, presentasi proposal, dan sebagainya. Jadi kesimpulannya bahwa salesprocess / activity management dapat membantu sales representative dan perusahaan dalam menjalankan proses penjualan, mengurangi kesalahan manusia menjadi lebih efektif dan efisien.
- b. Sales and Territory Management. Sales and territory management membantu para manajer penjualan dan para eksekutif untuk mendapatkan data dan pilihan laporan dari

setiap aktifitas penjualan sebelum, selama, dan setelah aktifitas penjualan berlangsung. Dari sudut pandang manajemen kelompok, banyak produk SFA yang memudahkan para manajer untuk membentuk kelompok sales. Selain itu, para manajer penjualan dapat melacak wilayah dan mengawasi alur penjualan dari setiap individu. Jadi dapat disimpulkan bahwa sales and territory management digunakan untuk memudahkan manajer tidak hanya dalam memahami kegiatan penjualan yang sedang berlangsung, tetapi juga berguna untuk mengoptimalkan setiap individu yang berada dalam kelompok kerja dengan keahlian yang tepat dalam menangani pelanggan potensial (prospek).

- c. **Contact Management.** Contact Management adalah bagian dari SFA yang berurusan dengan pengorganisasian dan pengaturan data didalam organisasi. Sebuah aplikasi contact management dapat memiliki bermacam modul untuk melakukan maintaining database, menampilkan grafik, dan memudahkan sales people untuk melakukan pencatatan klien.
- d. **Lead Management.** Lead management bertujuan untuk menyediakan strategi penjualan yang sempurna. Banyak produk lead management tidak hanya mampu dalam melacak histori pelanggan, namun juga memonitor calon pelanggan (leads), membangun langkah selanjutnya, dan meningkatkan usaha penjualan secara online. Beberapa aplikasi lead management dengan tingkat yang lebih tinggi memiliki kemampuan untuk menghitung probabilitas dari sebuah penjualan berdasarkan dari informasi faktor kesuksesan yang disimpan di dalam profil pelanggan.
- e. **Configuration Support.** Configuration support merupakan salah satu kategori SFA yang membantu perusahaan dalam membangun produk tertentu bagi para pelanggannya.
- f. **Knowledge Management.** Knowledge Management adalah bagaimana mengumpulkan informasi sebanyak - banyaknya mengenai apapun yang berhubungan dengan produk perusahaan, maupun tentang pelanggan. Dokumen internal yang mudah diakses akan menyediakan sales force yang disertai informasi yang dibutuhkan untuk memahami sebagai komponen dari rantai penjualan. Informasi tersebut dapat meliputi : kebijakan perusahaan, slide presentasi penjualan, daftar nomor telepon perusahaan, template proposal, laporan histori penjualan dan pendapatan. Efektifitas dari penggunaan aplikasi kategori ini oleh sales people sangat bergantung pada seberapa mudah mereka dapat mengakses informasi tersebut..

D. Sistem yang Sedang Berjalan

Klien yang ingin bekerja sama dengan PT. LKI bisa mengirimkan request kepada PT. LKI melalui email yang tertera pada website perusahaan. Kemudian staff perusahaan akan memberikan feedback terkait dengan requirement dari klien dan menentukan waktu untuk first meeting. Project Manager yang merupakan perantara antara klien dengan perusahaan menemui klien untuk membahas apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan oleh klien serta memberikan masukan atau solusi untuk proyek yang akan dilakukan.

Project Manager membuat notulen yang berisi hasil meeting pertama dan klien mengecek notulen tersebut. Jika ada feedback maka Project Manager memberikan requirement dari klien kepada bagian Account Executive dan bagian tersebut akan membuat request document yang berisi brief dari klien. Kemudian bagian System Analyst membuatkan description request/scope yang merupakan representasi dari permintaan klien dan perusahaan. Setelah itu bagian design membuatkan wireframe untuk sesuai dengan description request dan kemudian menentukan prediction timeline yang akan diperiksa oleh Head Develop jika ada perbaikan maka bagian System Analist akan membuat ulang prediction Timeline jika tidak ada perbaikan maka System Analyst akan membuat fix timeline report.

Setelah fix timeline report terbuat bagian Account Executive akan menghitung biaya dan membuatkan proposal kemudian diberikan kepada Project Manager untuk diberikan kepada klien pada meeting yang kedua. Jika klien setuju maka klien memberikan feedback nya melalui email kepada Project Manager dan kemudian akan diproses. Bagian Account Executive membuat project in dan diberikan kepada bagian System Analyst untuk dikaji dan di analisis kemudian dibuatkan bus req lalu diserahkan kepada bagian Designer dan dibuatkan mockup sesuai permintaan klien dan bus req. Jika mockup sudah selesai dibuat maka bagian System Analyst akan mengecek jika ada kesalahan maka diberikan kembali ke bagian Designer jika tidak ada kesalahan akan diberikan ke bagian Project Manager untuk dibuatkan laporan mockup dan diberikan kepada klien.

Klien akan memeriksa mockup apakah sudah sesuai dengan permintaan klien, jika belum sesuai maka Project Manager memberikan kepada designer untuk revisi mockup jika tidak revisi maka Project Manager memberikan kepada bagian System Analyst untuk assign to development kepada bagian Head Development lalu dibuatkan progress report. Bagian System Analyst mengecek progress report dan memberikannya kepada bagian Project Manager dan membuatkan UAT (User Acceptance Test) kemudian diserahkan kepada klien pada meeting yang ketiga. Jika terdapat bugs maka bagian System Analyst akan membuatkan laporan bugs dan diserahkan kepada bagian Quality Control untuk diperbaiki bugs. Jika sudah diperbaiki maka bagian Head Development memeriksa kembali dan

menyelesaikannya. Bagian System Analyst akan cek ulang deliver UAT (User Acceptance Test) dan kemudian menyiapkan document & code dan memberikannya kepada Project Manager dan akan diberikan kepada klien.

Jika klien ingin melakukan Change Request setelah proyek sudah selesai maka klien akan menghubungi karyawan PT. LKI dan bagian System Analyst akan mengecek scope proyek terdahulu dan kemudian assign as bug kepada bagian Head Development kemudian setelah selesai bagian System Analyst akan menghitung total change request dan dicek oleh bagian Head Development jika ada revisi dikembalikan ke bagian System Analyst untuk diperbaiki jika tidak akan diberi konfirmasi dan bagian System Analyst akan membuat laporan dan diberikan kepada bagian Project Manager dan setelah itu dibuat report week yang akan diserahkan kepada Head Development untuk menentukan akan di develop atau tidak. Jika diputuskan akan di develop maka Head Development akan membuat laporan persetujuan jika tidak akan diberikan ke bagian Project Manager dan dibuatkan laporan penolakan develop dan diserahkan kepada klien.

Bagian System Analyst akan mengirimkan ke bagian Finance berupa change request dan bagian Finance akan menghitung cost change request dan akan memberikan laporan kepada klien. Jika klien setuju maka klien memberikan laporan kepada bagian Finance dan diberikan kepada bagian System Analyst dan akan di develop oleh bagian Head Development setelah selesai bagian System Analyst akan menerima laporan development change request dan membuat laporan persetujuan change request dan diberikan kepada klien.

Berdasarkan analisa yang kami lakukan pada proses bisnis PT LKI kami menemukan beberapa masalah yang terjadi, seperti: tidak adanya aplikasi yang memfasilitasi klien untuk berkomunikasi dengan karyawan yang bertanggung jawab pada project, karyawan terlambat untuk mem follow-up klien karena tidak adanya reminder, data klien dan proyek sering tidak tersimpan di Database perusahaan karena tidak ada history dari proyek sebelumnya, CEO Perusahaan tidak dapat mengetahui kinerja karyawan, alasan project ditolak dan produk apa saja yang diminati. Jika klien ingin melakukan perubahan pada project hanya bisa dilakukan secara manual *by phone*.

E. Pemecahan Masalah

Solusi dari masalah yang terdapat di PT. LKI adalah dengan membangun sistem Sales Force Automation yang berbasis web, dimana perusahaan dapat menyimpan data-data klien berupa history proyek klien. Message atau e-ticketing wadah komunikasi antara internal perusahaan yaitu karyawan dengan karyawan dan eksternal perusahaan yaitu dengan customer. Aplikasi Sales Force Automation ini juga membantu klien dengan memberikan informasi tentang proyek klien melalui Tracking Project juga

Change Request yang mempermudah klien jika ingin melakukan perubahan pada saat atau sesudah project.

Bagi perusahaan Aplikasi ini memiliki fitur seperti view employee performance yang berisi laporan kinerja karyawan, product report berisi produk apa saja yang paling banyak diminati oleh klien dan juga rejected product yang berperan sebagai lesson learned bagi perusahaan karena berisi tentang project apa saja yang ditolak oleh klien beserta alasannya, sehingga perusahaan dapat meningkatkan pelayanan melalui laporan tersebut.

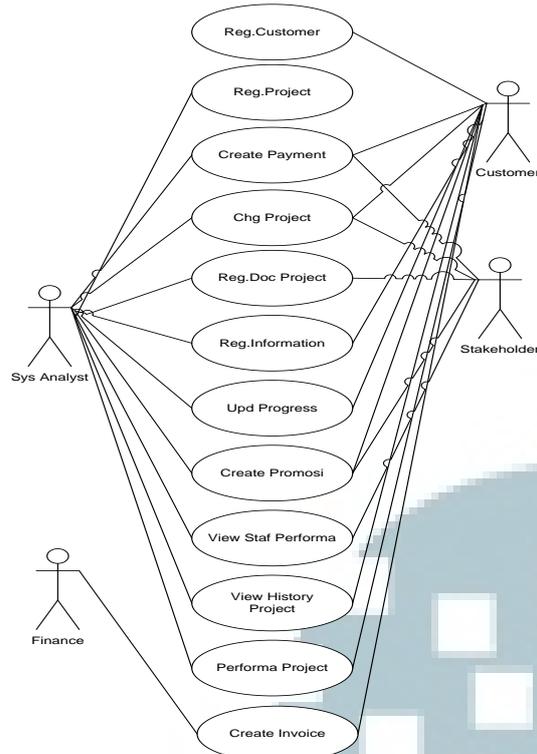
F. Usulan Sistem SFA

SFA yang diusulkan mendukung kegiatan operasional dari PT. LKI. Pada tabel 1 di bawah merupakan fitur dari system SFA yang diusulkan kepada perusahaan mulai dari pencatatan pelanggan, pencatatan kebutuhan dokumen hingga perubahan kebutuhan pelanggan.

Tabel 1. Fitur Sales Force Automation

Fitur	Keterangan
<i>Customer</i>	Berisi semua informasi data <i>Customer</i> yang dibutuhkan oleh perusahaan
<i>Require Document</i>	Berisi tentang semua permintaan <i>Customer</i> tentang <i>Project (Platform, Category, Module)</i> beserta deskripsinya. Dan terdapat status
<i>Promotion</i>	<i>Promo</i> dibuat oleh staff dan dapat dilihat oleh <i>Customer</i> . <i>Promo</i> diberikan sesuai dengan <i>Category Project</i> dari <i>Customer</i> . Dapat berupa <i>Up-Selling</i> ataupun <i>Cross-Selling</i>
<i>Performance Employee Report</i>	Laporan ini memberikan informasi bagaimana kinerja para <i>Employee</i> selama periode tertentu
<i>Project Report</i>	Laporan ini memberikan informasi tentang <i>Project</i> apa saja yang paling banyak diminati oleh pelanggan selama periode tertentu
<i>Rejected Project Report</i>	Laporan ini memberikan informasi tentang <i>Project</i> apa saja yang berstatus <i>Rejected</i> oleh <i>Customer</i> beserta alasannya
<i>Project Progress</i>	Laporan yang berisi tentang proses selama pengerjaan <i>project</i> dan terdapat status yang dapat dilihat oleh <i>Customer</i>
<i>Change Request</i>	Form yang tersedia pada tampilan <i>Customer</i> , yang dapat <i>Customer</i> input jika ingin melakukan perubahan pada <i>project</i> baik itu sudah selesai maupun dalam pengerjaan. Berisi Perubahan maupun <i>Bug</i>
<i>Project Payment</i>	berisi informasi mengenai tagihan pelanggan terhadap proyek yang dikerjakan
<i>Message/Information</i>	Merupakan fitur yang menjadi alat komunikasi antar internal perusahaan dengan <i>Customer</i> selama <i>project</i> berlangsung maupun selama <i>maintenance</i> .

Pada gambar 1 terlihat proses dari system SFA yang diusulkan sesuai kebutuhan perusahaan.



Gambar 1. Use Case Diagram SFA

Modul pertama adalah Registrasi, disini pelanggan mendaftarkan data diri ke dalam aplikasi, selanjutnya staf akan melakukan follow-up/menindak lanjuti untuk menanyakan lebih lanjut mengenai kebutuhan pelanggan. Jika pelanggan setuju maka pelanggan diminta untuk melengkapi dokumen pendukung.

Dari registrasi yang masuk, selanjutnya staf akan membuat jadwal pengerjaan proyek sesuai dengan jadwal dalam kontrak kerja. Ditentukan aktifitasnya, ditentukan personal yang terlibat dan mengupdate status pengerjaan proyek sehingga seluruh personal yang terlibat pada proyek tersebut akan mengetahui status proyek, dokumentasi proyeknya.

Sesuai kontrak, staf admin akan membuat invoice yang akan dibayar oleh pelanggan. Pada aplikasi yang bisa dilihat pelanggan, pelanggan akan melakukan pembayaran dan memasukkan data pembayarannya melalui aplikasi. Selanjutnya staf akan mengecek apakah data pembayaran yang diinput pelanggan benar, jika benar maka status pembayarannya di approv.

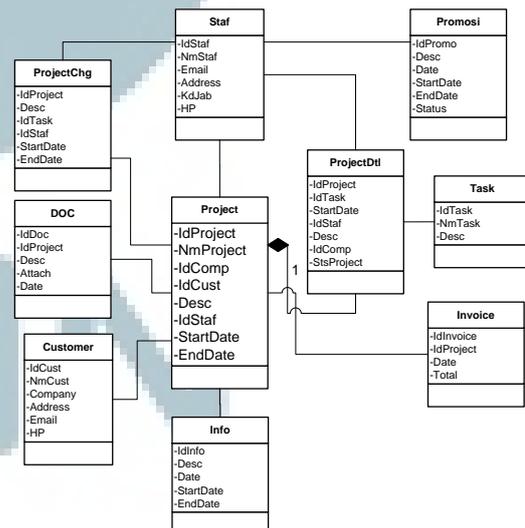
Untuk kegiatan promosi, jika ada produk baru maka produk tersebut akan ditampilkan pada menu produk dengan status Produk Baru. Diharapkan pelanggan yang ingin mencari produk-produk baru akan dengan mudah melihatnya pada menu Produk Baru ini, selain itu ada pula menu Promo, dimana fungsi menu ini adalah untuk mempromosikan beberapa produk seperti diskon, voucher, dll.

Jika pelanggan ingin berkomunikasi dengan staf, gunakan menu Contact Us. Disini pelanggan menuliskan topic, dan kebutuhannya di menu ini. Staf akan merespon kebutuhan pelanggan.

Dalam pembuatan suatu aplikasi, pelanggan bisa melakukan perubahan. Setiap perubahan harus didokumentasikan. Disini terdapat modul yang mencatat kegiatan perubahan kebutuhan, mulai dari pencatatan permintaan perubahan, dokumen pendukung perubahan, dan approval perubahan semua tercatat.

Terakhir adalah pembuatan beberapa laporan seperti laporan performance proyek yang berisi detail aktifitas proyek seperti pemilik proyek, penanggung jawab proyek, tanggal kontrak, detail aktifitas proyek, penyimpangan antara rencana dan realisasi proyek sehingga terlihat nilai performance-nya. Terdapat laporan pembatalan proyek yang berguna untuk melihat secara keseluruhan berapa nilai keseluruhan proyek dibandingkan nilai proyek yang dibatalkan.

Rancangan *class diagram* dari sistem yang dibuat, terlihat pada gambar 2 berikut. terdapat *class* yang menyimpan transaksi proyek beserta detail proyeknya, *class* yang menyimpan data dokumentasi yang dibutuhkan, histori perubahan proyek(*projectchg*).



Gambar 2. Class Diagram Sistem SFA

G. User Interface

Berikut contoh rancangan layar pendataan dan rancangan layar laporan. Gambar 3, merupakan contoh rancangan layar *modul create requirement document*. Fungsi modul Require Document adalah mencatat permintaan pembuatan project dari client secara verbal. Account Executive menginput Client berdasarkan Client List yang ada. Kemudian Title, Platform, Category, Modul, Description, dan Attachment di input sesuai permintaan Client.

Pada Gambar 4 di bawah ini, merupakan rancangan layar Performance report. Fungsi modul Performance Report adalah untuk menyajikan tampilan laporan Performance karyawan berdasarkan proyek. Setiap project yang telah dikerjakan oleh karyawan PT. LKI, maka akan tampil di dalam performance report. Atribut yang tampil dan dapat dilihat oleh *Account Executive* adalah nama karyawan, nama project yang telah dibuat di form project in, modul yang ada di initial *project (Require Document)*.

IdDoc	Doc Name	Description

Gambar 3. User Interface Create Requirement Document

Periode	Project	Modul	Staf	Status

Gambar 4. User Interface View Employee Performance Report

V. SIMPULAN

Simpulan dari hasil perancangan Sales Force Automation pada PT. LKI yaitu:

1. Perusahaan bisa memantau perkembangan project yang ditangani dengan melihat pada laporan project dan laporan project yang ditolak
2. Komunikasi yang dilakukan sehubungan dengan peningkatan loyalitas pelanggan adalah dibuatnya modul Message/information sebagai media komunikasi perusahaan dan pelanggan
3. Kebutuhan pelanggan dalam mengecek keberadaan pesannya dapat dilihat pada modul Tracking project. Pelanggan juga bisa melihat history project mereka seperti awal kontrak, history perubahan kebutuhan, history pembayaran.

4. Perusahaan dapat memantau performance klien karena adanya fasilitas Performance employee report, perusahaan juga dapat memantau produk mana yang paling diminati pelanggan yang terlihat pada modul product report dan melihat project mana saja yang dibatalkan pada modul rejected project report.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih pada Tuhan Yang Maha Esa atas hikmat yang diberi sehingga tulisan ini bisa dirampungkan. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada perusahaan PT. LKI yang memberikan kesempatan pada kami untuk melakukan penelitian mengenai bisnis software development.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Caruana, A. (2002). Service Loyalty The Effects of Service Quality and The Mediating Role of Customer Satisfaction. *European Journal of Marketing*, 36
- [2] Beerli, A., Martin, J.D., & Quintana, A. (2004). A Model of Customer Loyalty in The Retail Banking Market. *European Journal of Marketing*, 38.
- [3] Elu, Balthasar. (2005). Manajemen Penanganan Komplain Konsumen di Industri Jasa. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Bisnis&Birokrasi*, Vol. 13, No. 3 (September).
- [4] Kotler, P., & Armstrong, G.(2010). *Principle of Marketing (13thEd)*. New Jersey:Prentice Hall. *Journal of Customer Relationship Management*.
- [5] Wright, G. and Donaldson, B. (2002). Sales information systems in the UK financial services industry: an analysis of sophistication of use and perceived barriers to adoption. *International Journal of Information Management*, 22, 405-419.
- [6] Erffmeyer, R.C. and Johnson, D.A. (2001). An exploratory study of sales force automation practices: expectations and realities. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 21 (2), Spring, 167-175.
- [7] Buttle, Francis. (2005). Sales force automation: what do we know? Working paper 2005-18, Macquarie Graduate School of Management
- [8] El-Gohary, H., D. Edwards, and J. Huang(2013).Customer Relationship Management (CRM) Practices by Small Businesses in Developing Economies: A Case Study of Egypt, *International Journal of Customer Relationship Marketing and Management (IJCRMM)*, vol. 4, issue 2, pp. 1-24,
- [9] Mohammad Rozahi Istanbul,(2010), Peranan Customer Relationship Management Dalam Meningkatkan Pelayanan Pelanggan oleh Perusahaan, *Proceeding Seminar Nasional 2010, STT Banten Jaya*.
- [10] Greenberg, P.(2010). *CRM at the speed of light : Social CRM Strategies, Tools, and Techniques for Engaging Your Customer*. (4th Ed). New York:McGraw-Hill, Inc.
- [11] Turban, E., King, D., Lee, J., Liang, T.P., & Turban, D. (2012). *Electronic Commerce 2012: Information Technology for Management*, Pearson: New Jersey.
- [12] Rainer, R. Kelly Jr, Casey G. Cegielski. (2011). *Introduction to Information Systems: Supporting and Transforming Business*. (Third Edition). United State of America: John Wiley & Sons, Inc.
- [13] Dyche, Jill. (2002). *The CRM Handbook: A Business Guide to Customer Relationship Management 1st Edition*. Addison-Wesley Professional; 1st edition.