

ABSTRAK

Customer Relationship Management (CRM) menjadi istilah yang pada beberapa tahun terakhir semakin populer. Ditambah dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin merambah berbagai aplikasi bisnis. CRM merupakan strategi dan usaha untuk menjalin hubungan dengan pelanggan dan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan. Dengan memanfaatkan CRM, perusahaan akan mengetahui apa yang diharapkan dan diperlukan pelanggannya. Dengan demikian kesetiaan pelanggan dapat dipertahankan dan tidak mudah berpindah ke lain merk. Berdasarkan apa yang diketahui dari pelanggan, perusahaan dapat membuat variasi penawaran, pelayanan, program. Melalui sistem yang menerapkan CRM, perusahaan membentuk hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, dimana perusahaan dapat mengetahui kebutuhan pelanggan dan menyediakan pilihan produk atau layanan yang sesuai dengan permintaan mereka. CRM didefinisikan sebagai integrasi dari strategi penjualan, dan pelayanan yang terkoordinasi. CRM menyimpan seluruh informasi pelanggan yang berfungsi untuk masing-masing departemen yang memerlukan informasi tentang pelanggan tersebut. Kesuksesan CRM tidak hanya membutuhkan kualitas atau sistem teknologi, namun juga membutuhkan konsep layanan yang efektif pula sebagai prosedur operasional yang sesuai. Dengan demikian, keberhasilan implementasi CRM bergantung pada aktif keterlibatan karyawan dalam organisasi itu sendiri. Dalam CRM sistem ini, penulis menggunakan metodologi *Prototyping*. *Prototyping* berfungsi sebagai mekanisme untuk mengidentifikasi kebutuhan perangkat lunak. *Prototype* dimulai dengan komunikasi, bertemu dengan pengguna akhir untuk mendefinisikan tujuan keseluruhan perangkat lunak, mengidentifikasi persyaratan apa saja yang diperlukan, dan garis besar area serta mendefinisi lebih jauh. Desain berfokus pada representasi dari aspek-aspek perangkat lunak yang akan terlihat oleh pengguna akhir (misalnya, tata letak antarmuka atau format tampilan *output*). *Prototype* dikerahkan dan dievaluasi oleh pengguna akhir, yang memberikan tanggapan dan digunakan untuk persyaratan *revisi*.

ABSTRACT

Customer Relationship Management (CRM) is a term that has become increasingly popular in recent years. Coupled with the development of information technology is increasingly penetrated a variety of business applications. CRM is a strategy and an effort to build relationships with customers and provide satisfactory service for customers. By leveraging CRM, companies will know what their customers expect and need. Thus customer loyalty can be maintained and not easily move to another brand. CRM supports a company to provide customer service and establish relationships with every valuable customer through the use of customer information. Based on what is known from customers, companies can make variations of offers, services, programs. Through a CRM system, companies establish closer relationships with customers, where companies can identify customers' needs and provide a choice of products or services that meet their demands. CRM is defined as an integration of sales strategy, and coordinated service. CRM stores all customer information that works for each department requiring information about that customer. CRM's success requires not only the quality or the technological system, but also the need for effective service concepts as well as the appropriate operating procedures. Thus, the successful implementation of CRM relies on active employee engagement within the organization itself. In this CRM system, the authors use the Prototyping methodology. Prototyping serves as a mechanism to identify software requirements. Prototypes begin with communication, meet with end users to define overall goals for software, identify what requirements are required, and outline areas as well as define further are mandatory. Design focuses on representation of software aspects that will be visible to the end user (eg, interface layout or output display format). The prototype is deployed and evaluated by the end user, which responds and is used for revision requirements.