

Sistem Informasi CRM (Customer Relationship Management) Pada PT.Kampung Sumber Alam Dengan Metode Framework of Dynamic

Fajri Maulid Nugraha, Asep id hadiana, herdi ashaury
Jurusan Teknik Informatika,
Universitas Jenderal Achmad Yani,
Jl. Terusan Jenderal Sudirman, Cimahi-Indonesia
Maulidfajri4@gmail.com

Abstrak-- Sumber Alam merupakan resort tradisional yang menyediakan jasa perhotelan unik dengan konsep *kampung* yang ditata secara artistik khas *arsitektur Sunda*. Kampung sumber alam membutuhkan sebuah strategi untuk dapat menjalin hubungan dan meningkatkan layanan kepada pelanggannya agar pelanggannya tetap loyal kepada kampung sumber alam. Customer Relationship Management (CRM) menjadi jalan keluar bagi perusahaan yang ingin mengubah strategi pemasaran konvensional menjadi modern. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Framework Of Dynamic CRM yang terdiri dari tiga fase yaitu Acquisition, Retention dan Expansion. Dari penelitian ini akan menghasilkan sebuah aplikasi Customer Relationship Management (CRM) berbasis web yang kemudian akan di uji dengan menggunakan metode pengujian Black-Box, yaitu menguji perangkat lunak dari segi spesifikasi fungsional dan user acceptance test (UAT). Hasil penelitian ini mendeskripsikan tentang bentuk penerapan Customer Relationship Management (CRM) yang selalu beriringan pada setiap proses jasa perhotelan yang terjadi di kampung sumber alam. Dengan sistem informasi Customer Relationship Management (CRM) ini diharapkan kampung sumber alam dapat menjalin hubungan yang berkelanjutan dan dapat meningkatkan layanannya kepada pelanggan. Setelah melakukan pembangunan sistem yang di butuhkan, pengujian penerimaan pengguna di lakukan dengan hasil sebesar 80,28 % dari 100 kasus uji yang di lakukan oleh 19 aktor.

Kata kunci—3-5 CR; kampung sumber alam; framework of dynamic CRM; pelanggan;

I. PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Di tahun 2016 pada triwulan kedua saja pertumbuhan ekonomi Indonesia tumbuh sebesar 5.18% dibandingkan triwulan pertama ditahun yang sama. Dengan pertumbuhan ekonomi yang terus meningkat, tentu saja juga menyebabkan persaingan usaha yang semakin ketat persaingan tersebut terasa juga di wilayah garut terutama di bidang bisnis perhotelan karna banyak bermunculan hotel-hotel baru [1].

PT.Kampung Sumber Alam, sebuah resor tradisional yang unik dengan konsep kampung yang ditata secara artistik khas arsitektur Sunda, dengan bangunan di atas balong, beratapkan ijuk, dan teras ngapung seolah mencerminkan budaya arsitektur

Kampung Cipanas Tempo Doeloe. PT. Kampung Sumber Alam ini sudah tergolong nama yang cukup familiran di cangkupan perhotelan garut dan masih terus mengembangkan bisnisnya serta meraup pelanggan baru untuk bersaing dengan kompetitor sejenis. Pada kasus yang ditemukan, seringkali pelanggan kesulitan mendapatkan informasi mengenai event yang diberikan oleh perusahaan, serta pelayanan selama menjadi pelanggan sehingga akan mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung dan dapat mengakibatkan kurang terjalainnya komunikasi secara berkala terhadap pelanggan. Dalam kasus lain Kampung sumber alam memiliki kekurangan promosi secara meluas di karnakan proses promosi saat ini masih bekerja sama dengan guide-guide lokal daerah garut sehingga hal ini menyebabkan pihak sumber alam sulit mendapatkan pelanggan baru. perusahaan belum sepenuhnya menjalankan metode CRM, penggunaan website kurang di maksimalkan untuk mendapatkan data-data pelanggan yang potensial, website hanya di pergunakan untuk memberikan informasi satu arah terhadap pengunjung sehigga pengunjung tidak bisa aktif terhadap sistem, sehingga di butuhnya metode framework of dynamic untuk membantu dalam pembangunan fitur yang tepat untuk CRM. Belum adanya media untuk menyampaikan keluhan terhadap perusahaan yang membuat perusahaan kesulitan untuk memahami keinginan pelanggan sehingga kepuasan dan loyalitas pelanggan semakin menurun, dengan dibuktikannya perusahaan mengalami penurunan pada tahun 2020.

Dengan Sistem informasi CRM ini di harapkan bisa mempermudah pebisnis perhotelan dan pegawai dalam menganalisis kepuasan pelanggan. Selain itu bisa menolong pelanggan untuk memudahkan menerima informasi mengenai perhotelan kampung sumber alam dan dapat mengetahui kepuasan pelanggan kepada pelayanan pegawai di kampung sumber alam [2].

Customer Relationship Management (CRM) adalah wujud aplikasi Teknologi Informasi (TI) di departemen marketing suatu perusahaan. Tapi inspirasi dari CRM sendiri tak lain dan tak bukan merupakan pelayanan. CRM ialah usaha sebuah perusahaan untuk berfokus menjaga pelanggan (agar tak bermigrasi ke pesaing) dengan mengumpulkan Semua wujud interaksi pelanggan bagus itu lewat telepon, email, usulan di situs atau hasil diskusi dengan staf sales dan marketing [3].

Untuk membangun Sistem Informasi CRM perlu adanya tahapan yang tepat yang disebut dengan Framework of Dynamic. Penelitian ini menggunakan Framework of Dynamic yang diusulkan oleh Chung-Hoon Park and Young-Gul Kim sebagai tahapan dalam membangun hubungan pelanggan dan perusahaan dengan konsep CRM [4]. Dari Framework ini informasi yang didapat dari customer sehingga diperoleh outputnya yang berupa customer commitment. Dengan memadukan konsep Customer Relationship management dengan Framework of Dynamic serta konsep pelayanan pelanggan yang baik, penelitian ini berguna untuk membantu dalam menciptakan sebuah sistem informasi pelayanan pelanggan berbasis CRM. Yaitu hubungan yang dapat memberikan loyalitas dan keuntungan terhadap sebuah perusahaan [5].

II. METODE

A. Framework of Dynamic

Untuk menetapkan fitur CRM secara tepat diperlukan framework sebagai acuan. CH Park & YG Kim mengusulkan sebuah CRM Framework yang dinamakan “A framework of Dynamic CRM” [6]. Framework ini menjelaskan serangkaian tahapan pada pembangunan/penerapan CRM. Substantive terpentingnya adalah informasi yang didapat dari customer sehingga diperoleh outputnya berupa relationship commitment, yaitu hubungan yang dapat memberikan loyalitas dan keuntungan terhadap sebuah perusahaan. Informasi yang menjadi focus perhatian adalah sebagai berikut:

1) Informasi mengenai pelanggan

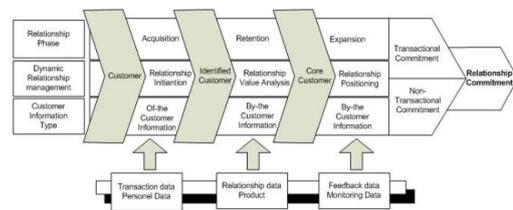
Pertama “Informasi dari pelanggan” informasi termasuk data pribadi dan transaksi tentang pelanggan itu adalah jenis informasi yang paling banyak dikumpulkan untuk implementasi CRM. Perusahaan memperoleh data pribadi dan mampu memahami volume penjualan pelanggan, profitabilitas, pola pembelian, frekuensi, preferensi, dll.

2) Informasi untuk pelanggan

Kedua, produk, layanan dan informasi organisasi yang dirasakan berguna oleh pelanggan disebut sebagai “informasi bagi pelanggan”. Jenis informasi yang disajikan melalui media komunikasi yang beragam sehingga pelanggan memperoleh dan proses untuk membuat keputusan yang lebih. Perusahaan dapat memberikan informasi tersebut melalui surat langsung, sistem respon otomatis (ARS) atau internet homepage.

3) Informasi oleh pelanggan.

Jenis ketiga adalah “informasi oleh pelanggan”. Jenis ini adalah informasi non-transaksional umpan balik pelanggan mencakup keluhan pelanggan proposisi, klaim, informasi, dll. Informasi ini harus dimasukkan dalam data profil pelanggan dikeluarkan karena informasi tersebut adalah apa yang membuat interaksi pelanggan kuat.



Gambar 1. Framework of dynamic CRM

Karena berisi keluhan langsung, kebutuhan pelanggan dan saran, jenis informasi ini dapat diterapkan untuk mengembangkan produk dan layanan baru atau meningkatkan proses bisnis penting. Gambar 1 menjelaskan konsep dari *framework of dynamic*.

B. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1) Wawancara

Wawancara ini dilakukan dengan department housekeeping kampung sumber alam yaitu untuk memperoleh informasi tentang permasalahan pada perhotelan dalam menjalin hubungan dengan pelanggan.

2) Observasi

Pengumpulan data yang dilakukan Metode ini melakukan pengamatan dan pencatatan mengenai apa saja yang ada pada penginapan saat ini, baik dari sistem yang digunakan maupun kegiatan yang mencakup proses bisnis dalam pengelolaan data pelanggan pada Kampung Sumber Alam.

3) Studi Pustaka

Yaitu mengumpulkan data dengan cara menggunakan dan mempelajari jurnal maupun literatur-literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti sebagai landasan teori bagi penulis.

C. Metode Analisis

Analisis dengan metode framework of dynamic CRM ada tiga fase yaitu

1) Fase Acquisition

Fase ini adalah fase dimana perusahaan berusaha untuk lebih mengenal pelanggannya dengan cara meminta informasi data pelanggan. Dalam rancangan sistem pada penelitian ini, fase acquisition diimplementasikan dalam acquire. Fitur untuk mendapatkan data tentang pelanggan pada penginapan kampung sumber alam.

2) Fase Retention

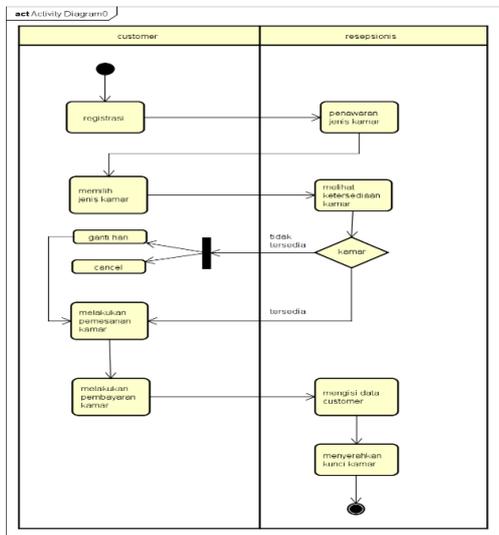
Fase ini adalah fase dimana perusahaan berusaha untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan agar pelanggan lebih mengenal perusahaan. Fase ini diimplementasikan dalam proses enhance. Fitur untuk menyampaikan informasi penting melalui FAQ, info penginapan terbaru, info promo, dan informasi penting lainnya pada perhotelan kampung sumber alam.

3) Fase Expansion

Fase ini adalah fase dimana perusahaan berusaha untuk mendapatkan informasi dari pelanggan untuk mengembangkan perusahaan sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan. Fase ini diimplementasikan dalam proses retain yaitu dengan memberikan fasilitas saran dan kritik pada web kampung sumber alam. Fitur ini untuk mendapatkan informasi dari pelanggan untuk mengembangkan perusahaan sesuai dengan keinginan pelanggan pada kampung sumber alam.

III. HASIL DAN DISKUSI

PT. Kampung Sumber Alam merupakan perusahaan yang berfokus pada bidang layanan perhotelan. Untuk mendapatkan customer baru pihak sumber alam masih melakukannya secara konvensional yaitu dengan cara bekerja sama dengan guide lokal untuk menarik customer menginap di sumber alam selain itu juga ada customer yang datang secara langsung ke tempat. customer yang datang secara langsung ke tempat dapat melakukan proses mendaftar secara langsung di bagian reservasi sumber alam, customer melakukan pemesanan dengan memilih kamar penginapan maka akan mendapatkan bukti pemesanan kamar. Selanjutnya adalah proses transaksi pembayaran yang dilakukan customer dengan resepsionis, setelah itu customer mendapatkan kunci pemesanan kamar dan menyimpan data ktp selama menginap di sumberalam. Selain itu juga resepsionis melakukan check in check out pada customer. Sistem yang sedang berjalan tersebut dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Sistem yang sedang berjalan

Proses Bisnis pemesanan kamar

- Customer datang ke resepsionis untuk mendaftarkan registrasi
- Resepsionis menawarkan jenis kamar
- Customer memilih jenis kamar yang tersedia di bagian resepsionis
- Resepsionis melihat ketersediaan kamar
- Jika kamar penuh customer bisa memilih hari lain atau mencancel

- Jika kamar tersedia customer melakukan pemesanan di bagian resepsionis dengan memberikan data di antaranya nama tamu, alamat, no telp dan menyimpan KTP/Identitas lainnya selama menginap
- Customer melakukan pembayaran pemesanan kamar di resepsionis
- Resepsionis menyerahkan kunci kamar kepada customer
- Staff mengantarkan tamu menuju kamar yang telah di pesan
- Resepsionis membuka jadwal check in pada jam 13.00 WIB sampai dengan jam 06.00 WIB dan maksimum checkout pada jam 12.00 WIB.

A. Analisis Sistem Berjalan

Analisis sistem berjalan merupakan penjelasan lebih ringkas mengenai sistem yang sedang berjalan, di dalam tahap ini ada beberapa analisis yang dijelaskan diantaranya yaitu analisis pengguna sistem berjalan dan analisis fungsional sistem berjalan.

1) Analisis Pengguna Sistem Berjalan

Analisis pengguna merupakan penjelasan mengenai aktor apa saja yang terlibat pada sistem berjalan. Berdasarkan analisis sistem berjalan di PT. Kampung sumber alam, maka dapat disimpulkan bahwa aktor yang terlibat didalam sistem berjalan tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.

TABEL 1. ANALISIS PENGGUNA SYSTEM BERJALANAN

No	Jabatan	Deskripsi
1.	Marketing	Orang yang bertanggung jawab untuk mendapatkan pengunjung baru serta memasarkan penginapan yang di sewakan di PT kampung sumber alam
2.	Resepsionis	Orang yang bertanggung jawab untuk transaksi peanggan
3.	customer	Orang yang sudah pernah melakukan kunjungan serta memesan kamar di kampung sumber alam
4.	Manajer	Orang yang dapat melihat dan menerima hasil rekapitulasi laporan

2) Analisis Fungsional Sistem Berjalan

Analisis kebutuhan fungsional ini dibuat berdasarkan proses yang ada pada setiap sistem berjalan pada PT kampung sumber alam. Kebutuhan fungsional yang akan dibangun terdiri dari beberapa fungsi utama seperti pada Tabel 2.

TABEL 2. ANALISIS FUNGSIONAL SYSTEM BERJALAN

No.	Kebutuhan Fungsional	Keterangan
1.	Fungsi Promosi	Fungsi promosi ini berisi promosi kepada pengunjung/calon pengunjung melalui cetak atau brosur
2.	Fungsi Kelola pengunjung	Fungsi kelola pengunjung ini berisi pendaftaran pengunjung dan informasi identitas pengunjung
3.	Kelola kuesioner	Kelola kuesioner berfungsi untuk melakukan kuesioner terhadap pengunjung
4.	Kelola Event	Kelola Event berfungsi untuk

No.	Kebutuhan Fungsional	Keterangan
		melakukan penjadwalan event yang sudah berlangsung dan yang akan datang.

3) Hasil Evaluasi Fungsional Sistem Berjalan

Penjelasan analisis fungsional dapat disimpulkan bahwa fungsi yang digunakan pada sistem berjalan ini adalah kelola promosi, Kelola pengunjung, kelola kuesioner, dan kelola event yang masing-masing fungsional memiliki aktor dan pekerjaan masing-masing. Dari empat fungsi yang terlibat di sistem berjalan terdapat sepuluh fungsi lain/baru yaitu kelola *user*, kelola keluhan, kelola faq, kelola kuisisioner, broadcast, Kelola event, Kelola transaksi, Kelola pengunjung, Kelola promosi dan Kelola katalog. Sehingga jumlah fungsi yang digunakan pada sistem ini menjadi sepuluh fungsi. Hasil evaluasi analisis fungsional dapat dilihat pada Tabel 3.

TABEL 3. HASIL EVALUASI FUNGSIONAL SISTEM BERJALAN

No	Analisis Fungsional	Keterangan
1.	Kelola Faq	Fungsi kelola Faq ini bertujuan untuk membantu user dalam menggunakan sistem
2.	Kelola transaksi	Fungsi kelola Transaksi ini berfungsi untuk admin menambahkan data transaksi
3.	Kelola katalog	Fungsi kelola katalog ini berfungsi untuk melakukan penambahan data katalog, mengubah data katalog, melihat data katalog dan menghapus data katalog.
4.	Kelola Keluhan	Fungsi kelola data keluhan ini sebagai media atau tempat dimana pengunjung dapat mengajukan keluhan dan saling berinteraksi melalui room chat dengan pelayanan.
5.	Kelola Promosi	Fungsi promosi ini berfungsi untuk memberikan informasi mengenai informasi promo dan potongan harga lainnya kepada pengunjung.
6.	Broadcast	Fungsi broadcast ini berfungsi sebagai sarana atau media pihak marketing untuk mengirimkan informasi seputar promosi, event dan kuesioner kepada pengunjung melalui email.
7.	Kelola Event	Fungsi kelola event ini berfungsi sarana penyampaian informasi terkait event kegiatan yang akan berlangsung di Perusahaan. Event ini dapat dilihat oleh pengunjung dan dibuat, diubah dan dihapus oleh frontoffice.
8.	Kelola Kuisisioner	Fungsi kelola kuisisioner ini berfungsi untuk menambah kuisisioner, mengedit kuisisioner, lihat kuisisioner, hapus kuisisioner dan isi kuisisioner.
9.	Kelola User	Fungsi ini digunakan untuk admin mengelola user yang terdaftar pada system. User dapat di tambah, di edit serta di non aktifkan berdasarkan kebutuhan yang diperlukan oleh admin.
10.	Kelola pengunjung	Fungsi kelola pengunjung ini terdapat fungsi pendaftaran (tambah pengunjung), edit data pengunjung, tampil data pengunjung dan cetak data pengunjung. Data pengunjung ini juga digunakan sebagai acuan sebagai receiver atau penerima informasi terkait informasi riwayat pengunjung.

B. Analisis FDCRM

Pada tahapan ini sesuai dengan metode penelitian pada bab sebelumnya maka di lakukan perancangan analisis frame workof dynamic CRM sebagai berikut.

1) Fase Acquisition

Fase ini adalah fase dimana perusahaan berusaha untuk lebih mengenal pelanggannya dengan cara meminta informasi data pelanggan. Dalam rancangan sistem pada penelitian ini, fase acquisition diimplementasikan dalam acquire, yang terlihat pada Tabel 4.

TABEL 4. FASE ACQUISITION

No.	Analisis acquisition	Aktor	Deskripsi
1.	Registrasi	Pengunjung	Registrasi di lakukan oleh pengunjung untuk mendaftarkan data dalam sistem
2.	Keluhan	Pengunjung	Keluhan dilakukan oleh pengunjung untuk memberikan keluhan terhadap perusahaan

2) Fase Retention

Fase ini adalah fase dimana perusahaan berusaha untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan agar pelanggan lebih mengenal perusahaan. Fase ini diimplementasikan dalam proses enhance. Fitur untuk menyampaikan informasi penting melalui FAQ, info penginapan terbaru, info promo, dan informasi penting lainnya pada perhotelan kampung sumber alam.

Fase retention ini dibuat berdasarkan proses yang ada pada setiap sistem berjalan pada PT. Kampung Sumber Alam. Kebutuhan fase retention yang akan dibangun terdiri dari beberapa fungsi utama seperti pada Tabel 5.

TABEL 5. FASE RETENTION

No	Analisis Retention	Aktor	Deskripsi
1.	Penawaran Promosi	Marketing	Penawaran promosi penginapan dilakukan oleh marketing yang diberikan kepada pelanggan melalui media cetak atau brosur
2.	Penjadwalan Event	Pelayanan	Penjadwalan event digunakan oleh pelayan berfungsi untuk mencatat informasi event yang akan berlangsung dan yang sudah berlangsung
3.	Keluhan pengunjung	pengunjung	Keluhan pengunjung digunakan oleh pengunjung berfungsi untuk memberikan keluhan dalam fasilitas yang di berikan
4.	Questioner	Pelayanan	Questioner digunakan oleh pelayan berfungsi untuk memberikan kepuasan terhadap pengunjung dalam fasilitas yang di berikan

5.	Frequently Asked Question (FAQ)	Pelayanan	Frequently Asked Question (FAQ) digunakan oleh pelayan berfungsi untuk memudahkan pengunjung dalam mengakses system pada PT.Kampung sumber alam
----	---------------------------------	-----------	---

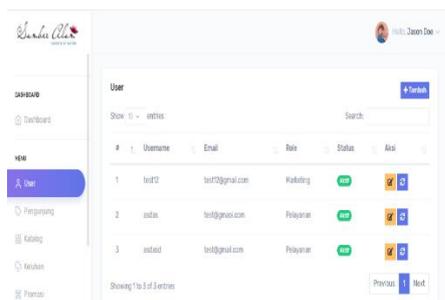
3) Fase Expansion

Fase ini adalah fase dimana perusahaan berusaha untuk mendapatkan informasi dari pelanggan untuk mengembangkan perusahaan sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan. Fase ini diimplementasikan dalam proses retain yaitu dengan memberikan fasilitas saran dan kritik pada web kampung sumber alam. Fitur ini untuk mendapatkan informasi dari pelanggan untuk mengembangkan perusahaan sesuai dengan keinginan pelanggan pada kampung sumber alam. Fase ini ditunjukkan oleh Tabel 6.

TABEL 6. FASE EXPANSION

No	Analisis Expansion	Aktor	Deskripsi
1.	Kelola broadcast	Marketing	Keola Broadcast dilakukan oleh marketing yang diberikan kepada pengunjung melalui media email, no telp, dan sosial media.
2.	Transaksi	Pelayanan	transaksi dilakukan oleh pelayan untuk dapat menambahkan data transaksi sekaligus menentukan rekomendasi room berdasarkan riwayat transaksi
3.	Pengunjung	admin	Admin dan manajer dapat mencetak data laporan pengunjung berdasarkan rentang waktu yang dipilih.
4.	Kelola keluhan	Marketing	Kelola keluhan di mana marketing dapat mengetahui keluhan apa saja dari pengunjung
5.	Katalog	Pelayanan	Kelola Katalog di mana pelayan dapat memberikan katalog apa saja untuk pengunjung.

Berikut adalah implementasi tampilan halaman data user sesuai dengan perancangan, ditunjukkan oleh Gambar 3.



Gambar 3. Implementasi data user

C. Hasil pengujian user acceptance test

Pada tahapan ini merupakan hasil dari pengujian UAT yang dilakukan sesuai tahapan pengujian UAT, dengan hasil dapat dilihat pada Tabel 7 berikut

TABEL 7. HASIL PENGUJIAN UAT

No	User/tester	Acceptance rate
1.	Admin	81%
2.	Manager	82%
3.	Marketing	80,8%
4.	pelayanan	89,6%
5.	pengunjung	68%
Average acceptance		80,28%

IV. KESIMPULAN

Setelah dilakukan penelitian, dapat disimpulkan bahwa penelitian sistem *Customer Relationship Management (CRM)* pada PT. Kampung sumber alam sebagai berikut:

Dari hasil analisis dan perancangan telah berhasil di buat system informasi customer relationship management pada kampung sumber alam menggunakan framework of dynamic, dengan tahapan perancangan, analisis, design, implementasi dan pengujian. System yang dibangun ini memberikan informasi bagi customer baik itu pada fase acquisition, retention dan expansion dengan fitur yang berbeda beda sesuai dengan hasil analisis.

System dapat memberikan media untuk penyampaian keluhan atau kritik dan saran, dan terdapat fitur broadcast untuk memberikan informasi promosi dan event, sehingga diharapkan kharmonisan antar customer terjaga dan akan menghasilkan loyalitas customer. Penulis memberikan saran masukan bagi penelitian selanjutnya, hendak di perlukannya pengkajian dengan cara memperdalam sehingga dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan customer ataupun perusahaan dengan teknologi terbaru sesuai dengan kebutuhannya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Fauzi And E. Harli, "Peningkatan Kualitas Pelayanan Melalui Crm Dengan Metode Rad," *J. Resti (Rekayasa Sist. Dan Teknol. Informasi)*, Vol. 1, No. 1, Pp. 76–81, 2017, Doi: 10.29207/Resti.V1i1.16.
- [2] N. W. Ningsih, S. Suharyono, And E. Yulianto, "Influence Customer Relationship Management (Crm) To Satisfaction And Loyalty Customer (Survey On Customer Pt Astra Internasional, Tbk-Tso Auto2000 Cabang Denpasar)," *J. Adm. Bisnis*, Vol. 30, No. 1, Pp. 171–177, 2016.
- [3] S. Wahyu, S. Wijaya, And A. D. Laksito, "Pendahuluan Tinjauan Pustaka Metode Penelitian," Vol. 16, No. 02, Pp. 56–65, 2015.
- [4] E. K. Budiardjo And D. Aprillovi, "Mobile Banking : A Customer Relationship Management (Crm) Channel," *Mob. Bank. A Cust. Relatsh. Manag. Channel*, Vol. 2009, No. Semnasif, Pp. 205–213, 2009.
- [5] R. Yunitarini, P. B. Santoso, And H. Nurwarsito, "Implementasi Perangkat Lunak Electronic Customer Relationship Management (E-Crm) Dengan Metode Framework Of Dynamic Crm," *J. Eccis*, Vol. 6, No. 1, Pp. 83–90, 2012.
- [6] E. K. Budiardjo, F. Irwiensyah, And D. Obstetri, "Analisis Fitur Crm Untuk Meningkatkan Kepuasan Pasien - Berbasis Pada Framework Of Dynamic Crm Studi Kasus : Departemen Obstetri Dan Ginekologi Fkui - Rscm Jakarta," Vol. 2008, No. Semnasif, Pp. 349–357, 2008.