

**PENERAPAN *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP*  
*MANAGEMENT* PADA *PAYMENT GATEWAY*  
(Studi Kasus: Aplikasi PAYFAZZ di Jakarta Tahun 2019)**

**TUGAS AKHIR**



**M ARVI GELAR JULIAN**

**1161001050**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2020**

**PENERAPAN *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP*  
*MANAGEMENT* PADA *PAYMENT GATEWAY*  
(Studi Kasus: Aplikasi PAYFAZZ di Jakarta Tahun 2019)**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen**



**M Arvi Gelar Julian**

**1161001050**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA**


**2020**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah nyatakan dengan benar.**

**Nama : M Arvi Gelar Julian**

**NIM : 1161001050**

**Tandatangan :** 

**Tanggal : 26 Agustus 2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : M Arvi Gelar Julian

NIM : 1161001050

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : **PENERAPAN *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* PADA *PAYMENT GATEWAY* (Studi Kasus Aplikasi PAYFAZZ di Jakarta Tahun 2019)**

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica Arni Widyastuti, S.E., MM

  
(.....)

Penguji 1 : Holila Hatta, S.Pd., MM



Penguji 2 : Ananda Fortunisa, S.E., M.Si

  
(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 26 Agustus 2020

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari selama proses penulisan Tugas Akhir ini banyak mengalami kendala. Namun, berkat bantuan, bimbingan dan dukungan berbagai pihak, penulis mampu menghadapi segala kendala yang ada. Ungkapan terima kasih ini ingin penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT, yang senantiasa memberikan penulis keberkahan, keselamatan, kesehatan, rezeki, dan nikmat luar biasa di setiap aktivitas penulis selama ini;
2. Kedua orang tua, Ayahanda tercinta Alm. Wawan Andriyansyah yang sudah tenang dalam kuburnya serta Ibunda tercinta Rusi Syari Arlita yang tidak henti-hentinya selalu mendoakan, memberikan motivasi dan semangat serta dorongan moril maupun material kepada penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini;
3. Adik tersayang, Al Amanda Gelar Tasa yang selalu memberikan semangat dan doa terbaiknya;
4. Seluruh keluarga besar yang berada di Garut, yang selalu mendoakan kesuksesan penulis dalam segala hal;
5. Bapak M Taufiq Amir, S.E., MM., Ph.D, selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang selalu memberikan kesempatan kepada penulis untuk terus mengembangkan diri menjadi calon sarjana yang berkompeten;
6. Bapak Dr. Didit Herawan, selaku dosen pembimbing akademik penulis selama berkuliah di Universitas Bakrie yang telah memberikan arahan dan masukan selama perkuliahan berlangsung;

7. Ibu Dominica Arni Widyastuti, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta perhatian dengan tulus dan sabar memberikan bimbingan yang bermanfaat untuk penyelesaian tugas akhir penulis. Tidak lupa juga terima kasih penulis ucapkan atas motivasi dan dukungan yang diberikan agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik;
8. Ibu Holila Hatta, S.Pd., MM, selaku dosen pembahas proposal serta Ibu Ananda Fortunisa, S.E., M.Si selaku dosen penguji tugas akhir yang telah membantu memberikan arahan dan masukkan kepada penulis sehingga tugas akhir dapat diperbaiki dan ditingkatkan menjadi lebih baik lagi;
9. Segenap dosen Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, dan pengalamannya kepada penulis;
10. Yayasan Bakrie Amanah yang telah memberikan Beasiswa Tangguh kepada penulis;
11. Seluruh karyawan PT. PAYFAZZ Teknologi Nusantara, khususnya Divisi Marketing. Ibu Safina selaku *Marketing Manager*, serta jajarannya yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk menjadi objek dan subjek penelitian bagi tugas akhir penulis. Selain itu, telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat dan terus memberikan dukungan kepada penulis agar dapat segera menyelesaikan tugas akhir ini;
12. Kakak-kakak “SOBAT TERNAK” kak Aji, kak Idham, Kak Kiky, Kak Hendry, Kak Vanny, Kak Wahyu yang selalu meluangkan waktu dan kesempatan kepada penulis untuk menjadi profesional yang baik di perusahaan kelak, juga ucapan terima kasih kepada kak Rini, Kak Dita, Kak Ismi, Kak Novi yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir penulis;

13. Sahabat dan teman seperjuangan penulis, Karina, Acil, Guntur, Samra, Laili, Wiky, Umami dan lainnya yang selalu memberikan dukungan moril dan masukan kepada penulis selama proses penyelesaian tugas akhir. Juga kepada Faaiz sebagai teman kostan yang sudah baik menemani penulis selama berada di Jakarta;
14. Team “KONENG” yang selalu menemani penulis dalam perkuliahan atau teman bermain bersama;
15. Sahabat dari SMP, Bunga, Aulia, Regina yang telah mendukung penulis hingga sampai saat ini;
16. Teman-teman Manajemen Universitas Bakrie yang telah menemani penulis selama perkuliahan berlangsung;
17. Teman-teman OSIS SMKN 1 Garut, yang selalu memberikan semangat dan doa darimana pun kalian berada kepada penulis;
18. Pengurus HMM-UB Periode 2017/2018 yang selalu memberikan semangat dan menjadi kekuatan dan harapan bagi penulis selama menjalani masa perkuliahan hingga menyelesaikan tugas akhir ini;
19. Terakhir kepada semua pihak-pihak yang telah membantu menyelesaikan tugas akhir penulis;

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini. Akhir kata, penulis berharap semoga semua bantuan dan jerih payah yang telah diberikan mendapatkan imbalan dari Allah SWT serta mudah-mudahan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca.

Jakarta, Agustus 2020



**M Arvi Gelar Julian**

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : M Arvi Gelar Julian

NIM : 1161001050

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### **PENERAPAN *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP***

#### ***MANAGEMENT PADA PAYMENT GATEWAY***

**(Studi Kasus: Aplikasi PAYFAZZ di Jakarta Tahun 2019)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 26 Agustus 2020

Yang menyatakan



M Arvi Gelar Julian



**PENERAPAN *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT* PADA *PAYMENT GATEWAY***

**(Studi Kasus: Aplikasi PAYFAZZ di Jakarta Tahun 2019)**

M. Arvi Gelar Julian<sup>1</sup>

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa penerapan *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) pada *Payment Gateway* yang dikaji dari 4 dimensi diantaranya *engage*, *order*, *fulfill*, dan *support* terhadap Mitra PAYFAZZ di Jakarta. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan teknik kualitatif melalui wawancara yang dihubungi melalui saluran telepon kepada karyawan internal PAYFAZZ sebagai informan *first insight* serta Mitra PAYFAZZ sebagai triangulator dalam penelitian ini. Metode penelitian ini juga menggunakan data perusahaan dan kajian literatur sebagai data sekunder. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya dampak positif dari empat dimensi terhadap penerapan E-CRM yang dijalankan kepada Mitra PAYFAZZ. Hanya saja terdapat satu indikator dalam dimensi *order* yang tidak dijalankan oleh PAYFAZZ yaitu penyediaan fitur kartu kredit. Selain itu pada salah satu indikator dalam dimensi *fulfill*, yaitu ketepatan waktu dalam pelayanan dan memberikan informasi ternyata tidak divalidasi kebenarannya oleh triangulator. Saran bagi penelitian selanjutnya adalah melakukan penelitian kuantitatif untuk menguji model dari *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) serta saran bagi perusahaan adalah membuka saluran komunikasi yang lebih cepat dan mudah untuk diakses oleh Mitra PAYFAZZ.

Kata kunci: Penerapan, E-CRM, *Payment Gateway*, PAYFAZZ, Mitra.

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Bakrie

# **IMPLEMENTATION OF ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT AT PAYMENT GATEWAY**

*(Case Study of PAYFAZZ Apps in Jakarta 2019)*

M. Arvi Gelar Julian<sup>2</sup>

---

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the implementation of Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) on Payment Gateway which is studied from 4 dimensions including engage, order, fulfill, and support for PAYFAZZ Partners in Jakarta. This research method uses descriptive analysis method with qualitative techniques through interviews that are contacted via telephone line to internal employees of PAYFAZZ as the first insight informants and PAYFAZZ Partners as the triangulator in this study. This research method also uses company data and literature review as secondary data. The results of this study indicate a positive impact from four dimensions on the implementation of E-CRM which is carried out by PAYFAZZ Partners. It's just that there is one indicator in the order dimension that PAYFAZZ does not carry out, namely the provision of a credit card feature. In addition, one of the indicators in the fulfill dimension, namely the timeliness of service and providing information, was not validated by the triangulator. Suggestions for further research are to conduct quantitative research to test the model of Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) and the suggestion for companies is to open communication channels that are faster and easier to access by PAYFAZZ Partners.*

**Keywords:** *Implementation, E-CRM, Payment Gateway, PAYFAZZ, partners*

---

<sup>2</sup> Student of Management Program, Universitas Bakrie

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Batasan Masalah.....	10
1.3. Rumusan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	13
2.1. <i>Customer Relationship Management</i> .....	13
2.1.1. Pengertian <i>Customer Relationship Management</i> .....	13
2.1.2. Elemen-Elemen <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	14
2.1.3. Fase <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	17
2.1.4. Tujuan <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	19
2.1.5. Manfaat <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	20
2.2. <i>Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)</i> .....	22
2.2.1. E-CRM dan Perkembangannya.....	22
2.2.2. Pengertian <i>Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)</i> ....	23
2.2.3. Fitur-fitur Umum <i>Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)</i>	24
2.2.4. Komponen <i>Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)</i> ...	26
2.2.5. Manfaat <i>Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)</i> .....	27
2.3. <i>Financial Technology</i> .....	29
2.3.1. Pengertian <i>Financial Technology</i> .....	29
2.3.2. Jenis-jenis <i>Financial Technology</i> .....	30
2.4. Kajian Penelitian Terdahulu.....	32

2.5. Kerangka Pemikiran.....	35
<b>BAB III .....</b>	<b>36</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1. Metode Penelitian .....	36
3.2. Objek Penelitian.....	37
3.3. Sumber Data.....	37
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5. Teknik Analisis Data .....	39
3.6. Validitas Data.....	40
3.7. Operasionalisasi Variabel .....	41
3.8. Pedoman Diskusi .....	42
3.9. Pedoman Wawancara Narasumber .....	43
<b>BAB IV .....</b>	<b>48</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	48
4.1.1. Sejarah PT PAYFAZZ TEKNOLOGI NUSANTARA .....	48
4.1.2. Visi, Misi, dan Tagline PT PAYFAZZ Teknologi Nusantara.....	50
4.1.3. Struktur Organisasi PT PAYFAZZ Teknologi Nusantara .....	51
4.2. Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	52
4.2.1. Profil Informan Internal PAYFAZZ .....	52
4.2.2. Profil Informan Eksternal PAYFAZZ.....	53
4.3. Hasil Penelitian .....	54
4.3.1. <i>Engage</i> .....	60
4.3.2. <i>Order</i> .....	68
4.3.3. <i>Fulfill</i> .....	75
4.3.4. <i>Support</i> .....	89
<b>BAB V.....</b>	<b>104</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>104</b>
5.1 Kesimpulan .....	104
5.2 Saran .....	106
5.2.1 Saran Akademis .....	106
5.2.2 Saran Praktis .....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>108</b>
<b>LAMPIRAN 1 .....</b>	<b>112</b>
<b>LAMPIRAN 2.....</b>	<b>119</b>
<b>LAMPIRAN 3.....</b>	<b>125</b>
<b>LAMPIRAN 4.....</b>	<b>130</b>

LAMPIRAN 5.....	136
LAMPIRAN 6.....	141

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Install PAYFAZZ .....	4
Gambar 1. 2 Keluhan Mitra PAYFAZZ di Media Sosial .....	9
Gambar 2. 1 Fase Customer Relationship Management.....	18
Gambar 2. 2 Gambar Kerangka Penelitian .....	35
Gambar 4. 1 Logo PAYFAZZ.....	48
Gambar 4. 2 Investor PAYFAZZ.....	49
Gambar 4. 3 Partner PAYFAZZ .....	50
Gambar 4. 4 Struktur Organisasi PT PAYFAZZ Teknologi Nusantara .....	51

## DAFTAR TABEL

Table 1.1 Program PAYFAZZ untuk Mitra.....	5
Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel .....	41
Tabel 3. 2 Pedoman Wawancara Narasumber .....	43
Tabel 4. 1 Profil Informan Internal PAYFAZZ.....	53
Tabel 4. 2 Profil Informan Eksternal PAYFAZZ.....	54
Tabel 4. 3 Tabel Tabulasi Hasil Wawancara Dengan Informan dan Triangulator terkait Dimensi Engage.....	67
Tabel 4. 4 Tabel Tabulasi Wawancara Dengan Informan dan Triangulator Terkait Dimensi Order.....	74
Tabel 4. 5 Tabel Tabulasi Hasil Wawancara Dengan Informan dan Triangulator Terkait Dimensi Fulfill.....	88
Tabel 4. 6 Tabel Tabulasi Hasil Wawancara Dengan Informan dan Triangulator Terkait Dimensi Support.....	100
Tabel 4. 7 Tabel Kerangka Model Penemuan.....	103