

**STRATEGI *E* - CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT APLIKASI CREDIBOOK DALAM
UPAYA MEMPERTAHANKAN HUBUNGAN
PELANGGAN**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi**



AWALIA ANNISA VELGI PRATAMANTARI

RUDOLF

1181003059

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2023

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia yang melimpah, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir (TA) yang berjudul “Strategi Electronic Customer Relationship (E-CRM) Aplikasi CrediBook Dalam Mempertahankan Hubungan Pelanggan” sebagai syarat untuk meraih gelar S1 Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Universitas Bakrie. Adapun perjalanan kuliah hingga menyelesaikan tugas akhir ini bukan proses yang mudah dan turut melibatkan dukungan dari beberapa pihak yang telah mengisi keseharian penulis menjadi penuh makna dan membantu penulis menyelesaikan studi. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya dan izinnya kepada penulis atas kesempatan menempuh pendidikan sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir dan memperoleh gelar S1. Selain itu, berkat rahmat Allah SWT pula penulis dapat diberikan kemudahan atas segala kesulitan yang telah dihadapi.

2. Mochammad Kresna Noer, M.Si, Dr

Terima kasih Pak Kresna selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas dukungan selamabimbingan penyelesaian laporan magang hingga tugas akhir serta selalu cepat dan tanggap selama merespon kebutuhan penulis.

3. Ibu Mirana Hanathasia

Terima kasih Ibu Mirana selaku Dosen Pembimbing Akademik atas perhatian yang diberikanselama memberikan bimbingan semasa perkuliahan.

4. Papa, Mama dan Adik

Terima kasih Papa, Mama dan Adik sudah senantiasa memberikan dukungan penuh agar tetap semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini dan selalu ada untuk mendengarkankeluh kesah penulis.

5. Rafika Firna Adhikumara

Terima kasih Om dan Tante atas perhatian yang diberikan dan dukungan moral maupun moril yang diberikan kepada penulis selama penulis menempuh studi.

6. Mohamad Rezha Gumilang

Terima kasih sudah selalu mengisi keseharian penulis selama ini dalam suka maupun dukadan selalu siap siaga apabila penulis membutuhkan bantuan

7. Teman – Teman Public Relations

Terima kasih kepada Nada, Jolvi, Zulfa, Regia yang telah membantu dan memberikan saran-saran dan motivasi dalam proses pengerjaan skripsi hingga selesai.

8. CrediBook

Terima kasih untuk pihak internal CrediBook Mas Christian, Kak Arvi, Mba Dwi, Kak Bella, serta pengguna aplikasi CrediBook Pak Dadan dan Pak Arfian atas partisipasi dalam membantu kebutuhan informasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

9. REQ Group

Terima kasih kepada Ibu Retno Kusumastuti selaku COO dari REQ Group telah bersedia sebagai informan ahli dan memberikan kesempatan untuk selalu belajar dan berkembang di lingkungan REQ serta seluruh rekan-rekan yang telah mendukung penulis.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Awalia Annisa Velgi Pratamantari Rudolf

NIM : 1181003059

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive RoyaltyFree Rights)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI E - CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
APLIKASI CREDIBOOK DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN
HUBUNGAN PELANGGAN**

Berserta 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 sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 11 Februari 2023

Yang menyatakan,



Awalia Annisa Velgi Pratamantari Rudolf

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini merupakan hasil karya penulisan ilmiah karya saya pribadi dan semua sumber informasi yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Awalia Annisa Velgi Pratamantari Rudolf

NIM 1181003059

Jakarta, 11 Februari 2023



Awalia Annisa Velgi Pratamantari Rudolf

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Awalia Annisa Velgi Pratamantari Rudolf

NIM : 1181003059

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Strategi Electronic Customer Relationship Management Aplikasi CrediBook Dalam Mempertahankan Hubungan Pelanggan

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si., Dr.



Penguji 1 : Ajenk Ningga Citra, S.sos., M.Si



Penguji 2 : RR. Roosita Cindrakasih, SH, M.Ikom



Ditetapkan di : Jakarta Tanggal : 20

Februari 2023

**STRATEGI ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT APLIKASICREDIBOOK DALAM MEMPERTAHANKAN
HUBUNGAN PELANGGAN**

AWALIA ANNISA VELGI PRATAMANTARI RUDOLF

(Dibimbing oleh Dr. Mochammad Kresna Noer, M.Si)

ABSTRAK

Upaya mengelola hubungan pelanggan dengan mengintegrasikan teknologi pada berbagai lini saat ini dikenal sebagai *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) untuk mencapai kepuasan pelanggan. Dalam hal ini PT Ruang Dagang Internasional (CrediBook) menciptakan inovasi digital berupa aplikasi pencatatan keuangan yang dapat digunakan bagi pemilik bisnis. Sebagai bagian dari upaya memenuhi kebutuhan pelanggan, CrediBook telah menerapkan strategi E-CRM untuk mempertahankan hubungan dengan pelanggan atau pengguna aplikasi CrediBook.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi E-CRM yang telah dirasakan oleh pengguna saat ini dapat mempertahankan hubungan pelanggan dan terciptanya kepuasan. Namun, masih diperlukan perhatian dalam pengembangan E-CRM seperti halnya perbaikan *server*, meningkatkan teknis layanan *Customer Service* dan mengembangkan variasi program E-CRM untuk lebih dekat dengan pengguna aplikasi CrediBook di berbagai wilayah.

Kata Kunci: *Electronic Customer Relationship Management*, Hubungan Pelanggan, CrediBook, Pengguna Aplikasi, Kepuasan Pelanggan

**CREDIBOOK APPLICATION'S ELECTRONIC CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT STRATEGY IN MAINTAINING
CUSTOMER RELATIONSHIPS**

AWALIA ANNISA VELGI PRATAMANTARI RUDOLF

(Guided by Dr. Mochammad Kresna Noer, M.Si)

ABSTRACT

Efforts to manage customer relationships by integrating technology on various lines are currently known as Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) to achieve customer satisfaction. In this case, PT Ruang Dagang Internasional (CrediBook) creates digital innovations in the form of financial recording applications that can be used for business owners. As part of its efforts to meet customer needs, CrediBook has implemented an E-CRM strategy to maintain relationships with customers or users of the CrediBook app. This research uses qualitative research methods through a descriptive qualitative approach. The results showed that the implementation of the E-CRM strategy that has been felt by users today can maintain customer relationships and create satisfaction. However, attention is still needed in E-CRM development as well as server improvement, improving customer service technicalities and developing variations of E-CRM programs to get closer to credibook app users in different regions.

Keywords: Electronic Customer *Relationship Management*, Customer Relations, CrediBook, App Users, Customer Satisfaction

DAFTAR ISI

UNGKAPAN TERIMA KASIH	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.4.1. Manfaat Teoretis	10
1.4.2. Manfaat Praktis	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Konsep	12
2.1.1. Customer Relationship Management (CRM)	12
2.1.2. Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)	13
2.1.2.1. Perkembangan Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)	13
2.1.2.2. Komponen Electronic Customer Relationship Management(E-CRM) ...	14
2.1.2.3. Manfaat Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)	16
2.1.3. <i>Customer Loyalty</i>	18
2.1.3.1. Customer Satisfaction, Loyalty and Business Perfomance	18
2.1.4. Hubungan Pelanggan	21
2.2. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	24
2.3. Model Kerangka Pemikiran.....	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	49
3.1. Desain dan Pendekatan	49
3.2. Objek dan Subjek Penelitian	50
3.3. Pengumpulan Data.....	50
3.3.1. Sumber Data Primer	50
3.3.2. Sumber Data Sekunder	54
3.4. Analisis Data.....	55
3.1. Triangulasi Data.....	57
3.2. Operasionalisasi Konsep	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1. Gambaran Konteks Penelitian	61
4.1.1. Profil Credibook	62
4.1.2. Visi dan Misi Credibook	63
4.1.3. Aplikasi CrediBook.....	63
4.1.4. Struktur Organisasi CrediBook	65
4.1.5. Gambaran Umum Subjek Penelitian	65
4.2. Penyajian Data	71
4.2.1. Strategi <i>Electronic Customer Relationship</i>	71
4.2.2. Strategi Mempertahankan Hubungan Pelanggan	80
4.3. Pembahasan dan Diskusi.....	87
4.3.1. Implementasi <i>Electronic Customer Relationship Management</i> (E-CRM)	
Aplikasi CrediBook.....	87
4.4. E-CRM Dalam Mempertahankan Hubungan Pelanggan	98

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	109
5.1. Simpulan	109
5.2. Kendala dan Keterbatasan.....	112
5.3. Saran dan Implikasi.....	112
5.3.1. Saran	112
5.3.2. Implikasi	113
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN.....	118
TRANSKRIP WAWANCARA NARASUMBER.....	118
BUKTI WAWANCARA PIHAK INTERNAL.....	158
BUKTI WAWANCARA -INFORMAN PENGGUNA APLIKASI CREDIBOOK (DADAN)	158
BUKTI WAWANCARA – INFORMAN PENGGUNA APLIKASI CREDIBOOK (ARFIAN).....	159
BUKTI WAWANCARA –TRIANGULATOR	159

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Kriteria Informan	53
Tabel 3.6. Operasionalisasi Konsep	59

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran 48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Provinsi dengan Skor Digital Competitiveness Index Tertinggi (2022)
 1

Gambar 1.2 Tampilan Fitur Aplikasi Credibook..... 3

Gambar 1.3 Tampilan Fitur Bantuan Aplikasi Credibook 8

Gambar 1.4 Komentar Pengguna Aplikasi Credibook pada Google Play Store 9

Gambar 2.1 *The Satisfaction – Profit Chain* 19

Gambar 2.2 Two-Dimensional Model of Customer Loyalty..... 20

Gambar 3.1 Alur Teknik Analisis Data Interactive Models of Analysis Miles &
 Huberman 55

Gambar 4.1 Logo Credibook..... 62

Gambar 4.2 Aplikasi CrediBook..... 64

Gambar 4.3 Struktur Organisasi Perusahaan 65

Gambar 4.4 Head of Marketing, Christian Dotulong 66

Gambar 4.5 Marketing Staff, Muhammad Arvi Gelar Julian 67

Gambar 4.6 Customer Service Staff, Dwi Wahyu Winarsih 67

Gambar 4.7 User atau Pengguna Aplikasi Credibook, Arfian 68

Gambar 4.8 User atau Pengguna Aplikasi, Dadan 69

Gambar 4.9 Konsultan Komunikasi dan COO REQcomm, Retno Kusumastuti
 Suryosumpeno..... 70

Gambar 4.10 Testimoni Pengguna Aplikasi pada Grup KUAS di Facebook..... 90

Gambar 4.11 Layanan informasi di Aplikasi CrediBook..... 91

Gambar 4.12 Jaminan Keamanan Data Pengguna..... 92