

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR ISTILAH .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Perumusan Masalah .....	5
I.3 Tujuan Tugas Akhir .....	5
I.4 Batasan Tugas Akhir .....	5
I.5 Manfaat Tugas Akhir .....	6
I.6 Sistematika Penulisan .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	8
II.1 Kajian Literatur .....	8
II.1.1 Perancangan e-CRM Pada Perguruan Tinggi Swasta (PTS) Sebagai Strategi Peningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru (Studi Kasus: Universitas Trilogi) .....	8
II.1.2 Penerapan <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) Untuk Meningkatkan Pelayanan Pendidikan Pada Perguruan Tinggi (Studi Kasus : Universitas PGRI Madiun) .....	8

II.1.3	Analisa dan Perancangan CRM Sebagai Strategi Peningkatan dan Mempertahankan Jumlah Mahasiswa pada STMIK DHARMA NEGARA .	9
II.1.4	Analisi Dampak Faktor <i>Customer Relationship Management</i> Pada Pelanggan <i>E-Market Place</i> di Indonesia (Studi Kasus: Shopee dan Bukalapak)	9
II.1.5	Dampak Penerapan CRM terhadap Layanan di Perguruan Tinggi	9
II.1.6	Tabel Studi Literatur Penelitian Terdahulu	10
II.2	Universitas Telkom	12
II.2.1	Profil Universitas Telkom	12
II.2.2	Struktur Organisasi Universitas Telkom	13
II.2.3	Program Vokasi Universitas Telkom	13
II.3	Direktorat Pemasaran dan Admisi (PADMI)	14
II.4	<i>Enterprise Resource Planning</i> (ERP)	15
II.5	<i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	17
II.6	Odoo	18
II.7	<i>Accelerate SAP</i> (ASAP)	19
II.8	Fit & Gap Analisis	20
II.9	<i>Business Process Modeling Notation</i> (BPMN)	21
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	23
III.1	Model Konseptual	23
III.2	Sistematika Penelitian	24
BAB IV	ANALISIS DAN PERANCANGAN BUSINESS BLUEPRINT	26
IV.1	<i>Project Preparation</i>	26
IV.2	Tahap <i>Business Blueprint</i>	26
IV.2.1	<i>Business Requirement System</i> (BRS)	27
IV.2.1.1	<i>Problem/Impact/Successful Outcome</i>	27
IV.2.1.2	<i>Objectives</i>	28

IV.2.I.3 <i>Risks dan Issues</i> .....	28
IV.2.I.4 <i>Assumptions</i> .....	29
IV.2.I.5 <i>High Level Business Requirements</i> .....	29
IV.2.I.6 <i>Functional Requirements</i> .....	30
IV.2.I.7 <i>Non-Functional Requirements</i> .....	30
IV.2.1.8 <i>Business Impact Assessment</i> .....	31
IV.2.2 Analisis <i>Existing</i> PADMI .....	32
IV.2.2.1 Proses Bisnis <i>Existing</i> Level 0.....	32
IV.2.2.2 Proses Bisnis <i>Existing</i> Level 1 .....	32
IV.2.2.3 Proses Bisnis <i>Existing Marketing Online</i> .....	33
IV.2.2.4 Proses Bisnis <i>Existing Marketing Offline</i> .....	34
IV.2.2.5 Proses Bisnis <i>Existing</i> Pengumpulan Data <i>Leads (As-Is)</i> .....	35
IV. 2.2.5.1 Identifikasi Tabel Kelengkapan Data <i>Leads</i> pada Pengumpulan Data <i>Leads</i> .....	36
IV.2.2.6 Proses Bisnis <i>Existing Follow Up</i> Data <i>Leads (As-Is)</i> .....	36
IV.2.3 <i>Fit &amp; Gap Analysis</i> .....	38
IV.2.4 Analisis <i>Targeting</i> PADMI .....	39
IV. 2.4.1 Proses Bisnis Level 0 .....	39
IV. 2.4.2 Proses Bisnis Level 1 .....	40
IV. 2.4.3 Proses Bisnis <i>Marketing Automation (To-Be)</i> .....	40
IV.2.4.4 Proses Bisnis <i>Marketing Email (To-Be)</i> .....	42
IV.2.5 <i>Use Case Diagram</i> .....	43
IV.2.5.1 <i>Use Case Scenario</i> .....	44
IV.2.6 <i>Activity Diagram</i> .....	45
IV.2.7 <i>Entity Relationship Diagram (ERD)</i> .....	48
BAB V IMPLEMENTASI.....	49

V.1 Tahap <i>Realization</i> .....	49
V.1.1 Instalikasi Odoo.....	49
V.1.2 Konfigurasi Odoo Database .....	49
V.1.3 Instalikasi Modul CRM, <i>Marketing Automation</i> , <i>Email Marketing</i> ..	49
V.1.4 Penyesuaian <i>Companies</i> .....	49
V.1.5 Penyesuaian <i>Group Access Right User</i> .....	51
V.1.6 Konfigurasi Odoo <i>Website</i> .....	51
V.1.6.1 Konfigurasi <i>Stage Pipeline</i> .....	51
V.1.6.2 Konfigurasi <i>Field Data Leads</i> .....	52
V.1.6.3 Konfigurasi <i>Form Leads</i> .....	53
V.1.6.4 Konfigurasi Skenario <i>Marketing</i> .....	54
V.1.6.5 Konfigurasi <i>Field Mailing List</i> .....	54
V.1.6.6 Konfigurasi <i>Dashboard</i> .....	55
V.1.7 Hasil Perancangan Aplikasi .....	56
V.1.7.1.1 Proses Perpindahan Kanban <i>Leads</i> ke <i>Purchase Intent</i> .....	56
V.1.7.1.2 Proses Perpindahan Kanban Membuat Akun ke Pembelian PIN .....	57
V.2 Tahap <i>Final Preparation</i> .....	58
V.2.1 Migrasi Data.....	58
V.2.2 <i>System Functional Suitability Testing</i> .....	59
V.2.3 Hasil <i>Functionality/Blackbox Testing</i> .....	59
V.2.3.1 Modul <i>Customer Relationship Management</i> .....	59
V.2.3.2 Modul <i>Marketing Automation</i> .....	60
V.2.3.3 Modul <i>Email Marketing</i> .....	61
V.3 Analisis <i>Dashboard</i> .....	62
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....	65

VI.1 Kesimpulan .....	65
VI.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA .....	66
LAMPIRAN.....	69
LAMPIRAN A – PERIZINAN.....	70
LAMPIRAN B - INSTALASI .....	73
LAMPIRAN C – KONFIGURASI MODUL .....	76
LAMPIRAN D – DATA PENELITIAN.....	86
LAMPIRAN E – DOKUMENTASI PENELITIAN.....	89