INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk implementasi *Operational CRM* di *Revenue Cycle* guna meningkatkan kepuasan pelanggan yang menggunakan pendekatan kualitatif dan merupakan *applied research*. Fokus penelitian adalah pada Revenue Cycle serta tingkat kepuasan pelanggan yang ditinjau dari evaluasi sistem informasi CRM khususnya pada tingkat operasional. Objek penelitian adalah sebuah badan usaha jasa yang bergerak di bidang pendidikan non-formal yang berlokasi di Surabaya.

Informasi yang diperoleh melalui wawancara, observasi serta analisis dokumen menunjukkan bahwa Revenue Cycle perusahaan masih dapat ditingkatkan lagi melalui aplikasi Operational CRM. Perbaikan ini diperlukan agar tingkat kepuasan pelanggan dari perusahaan dapat lebih ditingkatkan lagi.

Hasil dari penelitian ini adalah berupa rekomendasi implementasi Operational CRM di Revenue Cycle guna meingkatkan kepuasan pelanggan. Rekomendasi ini diberikan melalui rancangan fitur Operational CRM yang telah diintegrasikan agar sesuai dengan masalah yang telah dituju dan dianalisa.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, *Operational CRM, Revenue Cycle*

ABSTRACT

This study aims to implement Operational CRM in Revenue Cycle in hopes of increasing customer satisfaction using qualitative approach and is an applied research. This study focuses on Revenue Cycle and customer satisfaction level which are reviewed from evaluation of CRM information system, focusing on the operational level. Object of this study is a service company located in Surabaya which engages in giving non-formal education..

Informations are obtained through interview, observation and document analysis which show that the company's Revenue Cycle still in need of improvement, especially through the application of Operational CRM. This improvement is needed to increase company's customer satisfaction level.

The result of this study is a recommendation of Operational CRM implementation in Revenue Cycle to increase customer satisfaction level. This recommendation is given through design of Operational CRM features which are integrated to meet the problem intended and analysed.

Keywords : Customer Satisfaction, Operational CRM, Revenue Cycle