



Yayasan Mercu Buana	
UNIVERSITAS MERCU BUANA	
Perpustakaan Pusat	
Sumber :	S
Tanggal :	22/5/15
No. Reg. :	1. TM/51/15/171
	2. TM/51/15/171

**PELAKSANAAN  
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT  
PADA MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY  
INDONESIA**

**KARYA AKHIR**

**OLEH :  
ERNA HIDAYATI, SE  
55107110137**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
2012**



## **ABSTRACT**

*Research conducted in Mediterranean Shipping Company (MSC) Indonesia aims to find out the operation of the service and the implementation of Customer Relationship Management (CRM) through the utilization of company's Management Information System.*

*Methodology used in this research is a case study, nature of research is descriptive with qualitative approaches. Structured interview conducted as data collection techniques.*

*Result obtained from this research is that the operation of the service has been supported by online information system only for complaint handling process still done manually. The implementation of Customer Relationship Management (CRM) in Mediterranean Shipping Company (MSC) Indonesia has a weakness on the systems that have not been fully integrated. These weaknesses led to the failure of the company in meeting customer's specific requirements which eventually result in losing customers.*

*Improvement on the operation of the service for complaint handling process can be done with the help of CRM application while the improvement of the implementation of Customer Relationship Management (CRM) can be done by providing information system that can produce accurate, complete, relevant and timely information by implementing fully integrated system and or by continuously updating database information. Implication for further study is to extensively examine whether by implementation of Customer Relationship Management (CRM), company benefit at preventing or regaining lost customers.*

**Key words:** *Operation of the Service, Customer Relationship Management (CRM), Management Information System.*



## ABSTRAK

Penelitian yang dilakukan pada perusahaan pelayaran Mediterranean Shipping Company (MSC) Indonesia bertujuan untuk mengetahui operasionalisasi layanan dan pelaksanaan Customer Relationship Management (CRM) melalui pemanfaatan sistem informasi manajemen pada perusahaan.

Metodologi yang digunakan adalah studi kasus, sifat penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terstruktur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa operasionalisasi layanan telah didukung oleh sistem informasi online hanya untuk proses penanganan keluhan masih dilakukan secara manual. Pelaksanaan Customer Relationship Management (CRM) pada Mediterranean Shipping Company (MSC) Indonesia masih memiliki kelemahan pada sistem yang belum terintegrasi secara penuh. Kelemahan-kelemahan tersebut menyebabkan kegagalan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan spesifik pelanggan yang pada akhirnya mengakibatkan kehilangan pelanggan.

Perbaikan operasionalisasi layanan pada proses penanganan keluhan dapat dilakukan dengan bantuan aplikasi CRM sedangkan untuk perbaikan pada pelaksanaan Customer Relationship Management (CRM) dapat dilakukan dengan menyediakan sistem informasi yang dapat menghasilkan informasi yang akurat, lengkap, relevan dan tepat waktu dengan cara integrasi sistem secara menyeluruh atau dengan terus menerus melakukan pengkinian database informasi. Implikasi untuk penelitian lebih lanjut yaitu secara ekstensif meneliti apakah dengan penerapan Customer Relationship Management (CRM), perusahaan dapat mencegah atau mendapatkan kembali pelanggan yang hilang.

**Kata kunci:** Operasionalisasi Layanan, Customer Relationship Management (CRM), Sistem Informasi Manajemen.



## PENGESAHAN

Judul : **Pelaksanaan Customer Relationship Management Pada  
Mediterranean Shipping Company Indonesia.**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Erna Hidayati, SE

NIM : 55107110137

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : September 2012

### Mengesahkan:

**Ketua Program Studi  
Magister Manajemen**



**Dr. Rina Astini, SE, MM**

**Direktur Program Pascasarjana**



**Prof. Dr. Didik J. Rachbini**

**Pembimbing Utama**



**Dr. Ir. Budiarto Subroto, DEA**





## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Pelaksanaan Customer Relationship Management Pada Mediterranean Shipping Company Indonesia**  
Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis  
Nama : Erna Hidayati, SE  
NIM : 55107110137  
Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen  
Tanggal : September 2012

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, September 2012

**Erna Hidayati, SE**



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah S.W.T. atas anugerah dan karuniaNya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan karya akhir ini yang berjudul **Pelaksanaan Customer Relationship Management Pada Mediterranean Shipping Company Indonesia** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Pascasarja Program Studi Magister Manajemen di Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa laporan karya akhir ini dapat diselesaikan atas bantuan dan arahan serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Budiarto, DEA selaku pembimbing yang senantiasa menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan karya akhir ini.
2. Ibu Dr. Rina Astini, SE, MM selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
3. Kedua orangtua tercinta khususnya Almarhumah ibunda Hj. Munginah yang selalu mendoakan dan memotivasi namun tidak sempat mendampingi ananda sampai karya akhir ini selesai, kakakku dan seluruh keluarga besar yang tidak henti-hentinya mendoakan dan memotivasi sampai selesainya tugas akhir ini.



4. Danang Kurniawan dan Aira Sabina Maulida, suami dan putriku tercinta yang selalu hadir menjadi penyemangat, pemberi inspirasi dan motivasi dalam kehidupanku.
5. Manajemen dan rekan-rekan kerja di Mediterranean Shipping Company Indonesia.
6. Rekan-rekan angkatan 10 Magister Manajemen kelas Minggu, terima kasih atas pertemanan, persahabatan dan persaudaraan dalam suka dan duka selama kuliah.
7. Serta kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu pelaksanaan dan penyusunan karya akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini jauh dari sempurna dan untuk itu saran dan kritik yang membangun dalam penulisan karya akhir ini sangatlah membantu. Penulis mohon maaf apabila ada kesalahan-kesalahan dan kekurangan dalam penulisan karya akhir ini.

Semoga karya akhir ini bermanfaat untuk menambah khasanah dunia pustaka terutama dalam bidang pemasaran berdasarkan penerapannya.

Jakarta, September 2012

**Erna Hidayati, SE**



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>I     PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	7
1.3. Rumusan Masalah .....	7
1.4. Maksud dan Tujuan Penyusunan Karya Akhir .....	7
1.5. Manfaat dan Kegunaan Karya Akhir .....	8

## **II      DESKRIPSI PERUSAHAAN**

2.1.	Sejarah Perusahaan .....	10
2.2.	Lingkup Bidang Usaha .....	11
2.3.	Sumber Daya .....	12
2.4.	Ocean Shipping Market .....	13
2.5.	Sekilas Tentang MSC Indonesia .....	14
2.5.1.	Struktur Organisasi .....	16
2.5.2.	Tugas dan Wewenang .....	18

## **III     KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

3.1.	Kajian Pustaka .....	28
3.1.1.	Customer Relationship Management (CRM) .....	28
3.1.1.1.	Pengertian CRM .....	28
3.1.1.2.	Tujuan dan Manfaat CRM .....	30
3.1.1.3.	Perencanaan CRM .....	31
3.1.1.4.	Strategi CRM .....	33
3.1.1.5.	Langkah-langkah dalam Pelaksanaan CRM .....	35
3.1.1.6.	Kerangka CRM .....	37
3.1.1.7.	Peralatan CRM .....	38



3.1.2. Sistem Informasi Manajemen (SIM) .....	38
3.1.2.1. Pengertian SIM .....	38
3.1.2.2. Karakteristik SIM .....	39
3.1.2.3. Alasan Penerapan SIM .....	40
3.1.2.4. Penggunaan SIM .....	41
3.1.3. Kepuasan Pelanggan dan Pemulihan Jasa .....	41
3.1.3.1. Kepuasan Pelanggan .....	41
3.1.3.2. Pemulihan Jasa .....	43
3.1.4. Retensi Pelanggan .....	46
3.1.5. Loyalitas Pelanggan .....	46
3.2. Kerangka Pemikiran .....	47
3.3. Penelitian Terdahulu .....	49
<b>IV METODOLOGI RISET</b>	
4.1. Objek Riset .....	52
4.2. Metode Riset .....	52
4.3. Metode Analisa .....	53
4.3.1. Metode Pengumpulan Data .....	54
4.3.2. Jenis dan Sumber Data .....	54

## **V HASIL DAN ANALISIS**

5.1.	Analisis Sistem Berjalan .....	56
5.1.1.	Operasionalisasi Layanan Berbasis CRM .....	59
5.1.2.	Sistem Informasi CRM .....	61
5.1.2.1.	Company's Information .....	63
5.1.2.2.	Schedule .....	63
5.1.2.3.	Booking .....	64
5.1.2.4.	Pricing .....	69
5.1.2.5.	Tracking .....	71
5.1.2.6.	Complaint Handling .....	72
5.1.3.	Pelaksanaan CRM pada MSC Indonesia .....	83
5.1.3.1.	Perencanaan CRM .....	84
5.1.3.2.	Merubah Pendekatan Bisnis .....	89
5.1.3.3.	Interaksi dengan Pelanggan .....	90
5.1.3.4.	Pengelolaan Data Pelanggan .....	92
5.1.4.	Retensi Pelanggan .....	96
5.1.4.1.	Mengukur Kepuasan Pelanggan .....	96
5.1.4.2.	Fokus pada Pelanggan yang Sudah Ada .....	96

5.1.4.3. Perbaikan Proses Pembelian .....	97
5.1.5. Retensi Pelanggan dan Kinerja Bisnis .....	98
5.1.5.1. Kemajuan Teknologi .....	98
5.1.5.2. Evaluasi Pelanggan di Masal Lalu .....	99
5.1.5.3. Perhatian Terhadap Kebutuhan Pelanggan .....	99
5.1.5.4. Pelatihan Staf Garis Depan .....	100
5.1.5.5. Penanganan Keluhan dan Kepuasan Pelanggan .....	100
5.2. Analisa Value Chain .....	103
<b>VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>	
6.1. Kesimpulan .....	105
6.2. Rekomendasi .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>108</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>111</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>114</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Lifting Performance MSC Indonesia, 2005 – 2011.....	5
Tabel 1.2	Top 50 Customer 2011 vs 2010 .....	7
Tabel 3.1	Peralatan CRM .....	38
Tabel 3.2	Penelitian Terdahulu .....	49
Tabel 5.1.	Kebaikan dan Kelemahan Sistem Informasi CRM pada MSC Indonesia .....	81
Tabel 5.2.	Pelaksanaan CRM pada MSC Indonesia .....	95

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	The Ocean Shipping Market .....	2
Gambar 2.1.	Rangkuman Pertumbuhan MSC – Tahun 2011 .....	11
Gambar 2.2.	Struktur Organisasi MSC Indonesia, Head Office Management – Jakarta .....	17
Gambar 3.1	Hirarki – Relationship Marketing, CRM dan Customer Management .....	29
Gambar 3.2	Keseimbangan dalam Kemampuan Strategis CRM .....	33
Gambar 3.3	Komponen Strategi CRM .....	35
Gambar 3.4	Kerangka CRM .....	37
Gambar 3.5	Kerangka Pemikiran .....	48
Gambar 5.1	Proses Pengiriman Barang Melalui Jasa Pengiriman Laut .....	57
Gambar 5.2	Operasionalisasi Layanan Berbasis CRM pada MSC Indonesia .....	59
Gambar 5.3.	Sistem Informasi CRM pada MSC Indonesia .....	62
Gambar 5.4	Proses Booking pada MSC Indonesia .....	65
Gambar 5.5	Proses Pricing pada MSC Indonesia .....	71

Gambar 5.6.	Proses Penanganan Keluhan pada MSC Indonesia .....	75
Gambar 5.7.	Usulan Otomatisasi Penanganan Keluhan pada MSC Indonesia .....	79
Gambar 5.8	Direktori Pelanggan MSC Indonesia .....	92
Gambar 5.9	Data Pelanggan MSC Indonesia .....	93
Gambar 5.10	Value Chain pada MSC Indonesia .....	103

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Panduan Wawancara .....	111
Lampiran 2	Shipping Instruction .....	112
Lampiran 3	Bill of Lading .....	113

