



**ANALISIS PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT**

(Studi Kasus : PT. ISTECH RESSOURCES ASIA PADA TAHUN 2008)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
(S-1) Komunikasi Bidang Studi Marketing Communications

UNIVERSITAS
Di Susun Oleh :
MERCU BUANA
OLVA L MOKOGINTA

0430312 – 043

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011



Fakultas Ilmu Komunikasi

Jurusan Periklanan & Komunikasi Pemasaran

PENGESAHAN DAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Olva L Mokoginta
NIM : 0430312-043
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Marketing Communication and Advertising
Judul Skripsi : Analisis Penerapan Customer Relationship Management
(study kasus : PT. Istech Resources Asia pada tahun 2008)

Jakarta, 20 Februari 2011

Disetujui dan diterima oleh :

Pembimbing I

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(S.M. Niken Restaty, M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Jurusan Periklanan & Komunikasi Pemasaran

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Olva L Mokoginta
NIM : 0430312-043
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Marketing Communication and Advertising
Judul Skripsi : Analisis Penerapan Customer Relationship Management
(study kasus : PT. Istech Resources Asia pada tahun 2008)

Jakarta, 20 Februari 2011

Mengetahui,

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(S.M. Niken Restaty M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Jurusan Periklanan & Komunikasi Pemasaran

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Olva L Mokoginta
NIM : 0430312-043
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Marketing Communication and Advertising
Judul Skripsi : Analisis Penerapan Customer Relationship Management
(study kasus : PT. Istech Resources Asia pada tahun 2008)

UNIVERSITAS
Jakarta, 20 Februari 2011

MERCU BUANA

1. Ketua Sidang
Nama : Afdal Makkuraga Putra MM, M.Si (.....)
2. Penguji Ahli
Nama : Dr. Ahmad Mulyana, M.Si (.....)
3. Pembimbing
Nama : S.M. Niken Restaty, M.Si (.....)

Formulir Pernyataan Keabsahan Dan Persetujuan Publikasi Tugas Akhir

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Olva Larasaty Mokoginta
NIM : 0430312 - 043
Fakultas/Prodi : F.I.K.O.M.
Judul Tugas Akhir : ANALISIS PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT
Studi Kasus: PT. ISTEEL RESOURCES ASIA
Th - 2008

menyatakan bahwa sebagai berikut:

1. Tugas akhir mahasiswa (laporan magang D3/skripsi/tesis/disertasi) saya adalah **sa** hasil revisi terakhir setelah sidang dan telah mendapat persetujuan dari pembimbing.
2. Saya setuju* (bahwa tugas akhir saya dipublikasi) / ~~tidak setuju*~~ (hanya disimpan dan tidak dionlinekan/pubikasi) pada Repository Universitas Mercu Buana melalui <http://repository.mercubuana.ac.id>, karena:

- Akan dipresentasikan sebagai makalah pada Seminar Nasional yang diprediksi akan dipublikasikan sebagai prosiding pada (bulan/tahun terbit)
- Akan diterbitkan pada Jurnal Nasional* / Internasional* yaitu yang diprediksi akan dipublikasikan pada (bulan/tahun terbit)
- Tidak dionlinekan/publikasi karena

Keterangan:

*) Coret salah satu

Jika tidak setuju centang salah satu

Jakarta, 16 Februari 2020

TTD dan 

(Nama mahasiswa.....)
NIM 0430312 - 043



Fakultas Ilmu Komunikasi

Jurusan Periklanan & Komunikasi Pemasaran

ABSTRAKSI

OLVA LMOKOGINTA

0430312-043

ANALISIS PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
(Study Kasus: PT. ISTECH RESOURCES ASIA PADA TAHUN 2008)

Xi + 76 halaman + 5 gambar

Daftar Pustaka : 15 Acuan (13 Buku (1984 - 2009)

Seiring dengan globalisasi dan ketatnya persaingan, dan konsumen semakin bebas menentukan pilihan pada produk dan jasa yang ditawarkan. Oleh karena nya konsumen memegang peranan penting dalam menentukan keberlangsungan hidup perusahaan. Salah satu strategi yakni menjaga hubungan dengan pelanggan, tetapi tidak hanya sampai pada “kepuasan” konsumen saja, namun harus mencapai level loyalitas konsumen. Sehingga perlu kiranya dijalankan value chain yang kongkret melalui Customer Relationship Management (CRM). Salah satu perusahaan yang menjalankan strategi ini adalah PT. Istech Resources Asia, sadar betul akan manfaat dari penerapan CRM ini, karena dapat memberikan competitive advantage bagi perusahaan. Agar survive dan dapat bersaing didalam pasar yang sangat ketat.

Berdasarkan uraian diatas, maka perumusan masalahnya penelitian ini ingin mengetahui bagaimana penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada PT. Istech Resources Asia di tahun 2008.

Sifat penelitian yang digunakan oleh penulis adalah deskriptif dengan metode penelitian studi kasus. Guna mempelajari permasalahan suatu objek dalam hal ini PT. Istech Resources Asia selama tahun 2008. Dengan melakukan pengamatan / observasi dan in- depth interview / wawancara secara mendalam.

Hasil penelitian membuktikan bahwa PT. Istech Resources Asia sudah mempraktekkan apa yang disebut Customer Relationship Management dan para karyawan sadar akan pentingnya CRM dengan menciptakan alur kerja yang baik guna menghasilkan output yang baik pula. Untuk itu PT. Istech Resources Asia telah diaudit dan telah berhasil mendapatkan ISO 9001:2000. Dengan motto “CUSTOMER COME FIRST”, serta customer orientation pada semua lini perusahaan yang terintegrasi maka PT. Istech Resources Asia akan dengan mudah mencapai CRM yang diharapkan. PT. Istech Resources Asia telah terbukti memenangkan hati pelanggannya dalam hal “Customer Satisfaction” atau kepuasan pelanggan.

DAFTAR ISI

Abstraksi.....	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC)	9
2.1.1 Perspektif Komunikasi	10
2.2 Customer Relationship Management (CRM)	12
2.2.1 Konsep CRM	12
2.2.2 Sistem Kerja CRM	14
2.2.3 Tujuan Dan Manfaat CRM	15
2.2.4 Konsep Dan Aktivitas CRM	23
2.2.5 Manfaat CRM	31
2.2.6 Tipe – Tipe CRM	32
2.2.7 Penerapan CRM	33

2.2.8 Aplikasi – Aplikasi CRM	37
2.2.9 Dimensi – Dimensi CRM	45
2.2.10 Hubungan Antara Dimensi CRM Dengan Loyalitas Pelanggan	46
2.2.11 Hubungan CRM Dengan KepuasanPelanggan	47

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sifat Penelitian	50
3.2 Metode Penelitian	51
3.3 Nara Sumber	52
3.4 Metode Pengumpulan Data	53
3.4.1 Data Primer	54
3.4.2 Data Sekunder	54
3.5 Definisi Konsep	54
3.6 Fokus Penelitian	54
3.7 Metode Analisa Data	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum	56
4.2 Hasil Penelitian	57
4.3 Pembahasan	65

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	74

DAFTAR PUSTAKA