



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Fakultas Ilmu Komunikasi

Jurusan Periklanan & Komunikasi Pemasaran

A B S T R A K S I

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 : 20 Acuan (15 Buku (1995-2009)

15

13

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.