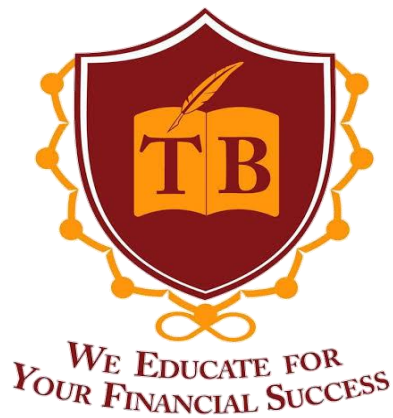


**IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT* PADA PT KARYAPRATAMA DUNIA**

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN  
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Mata Kuliah**



Oleh

Maria Chrestella Harya Dhita

212613003

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI

BEKASI

2024

**LEMBAR PERSETUJUAN  
LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

Nama : Maria Chrestella Harya Dhita  
Nim : 212613003  
Jurusan : Manajemen Pemasaran  
Bidang Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Judul Magang : Implementasi *Customer Relationship Management* pada  
PT Karyapratama Dunia.

Laporan magang diatas disetujui salah satu kegiatan Mahasiswa yang bersangkutan untuk memenuhi syarat Mata Kuliah pada jurusan D3 Manajemen Pemasaran di STIE Tri Bhakti Bussiness School.

Bekasi, 27 Juli 2024

Mengetahui,

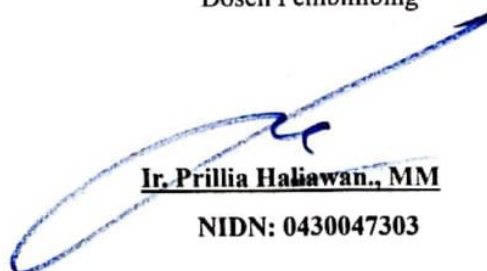
Ketua Program Studi Manajmen



**Dr. Sofia Maulida, SE., MM**

**NIDN: 0309027801**

Dosen Pembimbing



**Ir. Prillia Haliawan., MM**

**NIDN: 0430047303**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*  
PADA PT KARYAPRATAMA DUNIA**

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

Untuk memenuhi syarat salah satu syarat kelulusan  
Guna memperoleh gelar Ahli Madya dalam ilmu Manajemen Pemasaran  
Telah disetujui oleh tim penguji pada tanggal seperti dibawah ini

Bekasi, 21 Agustus 2024

Mengetahui,


**Ketua Penguji**



**Drs. Widayatmoko, MM., M.Ikom**

**NIDN: 0303045901**

**Anggota Penguji**



**Ir. Prillia Haliawan, MM**

**NIDN: 0430047303**

**Ketua Program Studi Manajemen**



**Dr. Sofia Maulida, SE., MM**

**NIDN: 0309027801**

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS  
PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN PEMASARA**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Laporan Praktik Kerja Lapangan ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya Manajemen Pemasaran, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain selain arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang tertulis atau dipublikasikan orang lain, secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 21 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



Maria Chrestella Harya Dhita

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Maria Chrestella Harya Dhita  
Nim : 212613003  
Perguruan Tinggi : Tri Bhakti Business School  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyetujui untuk memberi izin kepada pihak **Tri Bhakti Business School**. Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah yang berjudul "**Implementasi Customer Relationship Management (CRM) pada PT Karyapratama Dunia**" beserta perangkat yang diperlukan (bila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif** ini pihak **Tri Bhakti Business School** berhak menyimpan, mengalih media atau Formatkan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Tri Bhakti Business School**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan dengan sebenarnya.

Bekasi, 21 Agustus 2024

Yang Membuat Pernyataan



Maria Chrestella Harya Dhita

v

## ABSTRAK

**Maria Chrestella**, Laporan Magang Program Studi Ekonomi jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti yang berjudul “Implementasi *Customer Relationship Management* pada PT Karyapratama Dunia” dan memiliki rumusan masalah yaitu apa kendala dalam penerapan *Customer Relationship Management* pada PT Karyapratama Dunia dan apakah PT Karyapratama Dunia sudah menerapkan *Customer Relationship Management*. Laporan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan Customer Relationship Management (CRM) di PT Karyapratama Dunia. Metode yang digunakan penelitian ini meliputi studi kepustakaan, observasi, dan wawancara dengan narasumber yang berkompeten di bidang *Customer Relationship Management*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Karyapratama Dunia telah menggunakan database karyawan dengan menggunakan software *Autocount*. Ada 3 jenis indikator dalam dimensi *Customer Relationship Management* meliputi hubungan yang dinamis, kepercayaan, dan komitmen. PT Karyapratama Dunia memiliki serangkaian program untuk meningkatkan brand image mereka, berupa memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi individu pelanggan, menggabungkan teknologi, dan semua aktivitas yang berkaitan dengan interaksi pelanggan untuk meningkatkan hubungan dan kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** *Customer Relationship Management, Komunikasi*

## ***ABSTRACT***

**Maria Chrestella**, *Internship Report of Economics Study Program majoring in Management, Tri Bhakti College of Economics entitled “Implementation of Customer Relationship Management at PT Karyapratama Dunia” and has a problem formulation, namely what are the obstacles in implementing Customer Relationship Management at PT Karyapratama Dunia and whether PT Karyapratama Dunia has implemented Customer Relationship Management. This report aims to find out how the implementation of Customer Relationship Management (CRM) at PT Karyapratama Dunia. The methods used in this research include literature study, observation, and interviews with competent sources in the field of Customer Relationship Management. The results showed that PT Karyapratama Dunia has used an employee database using Autocount software. There are 3 types of indicators in the Customer Relationship Management dimension including dynamic relationships, trust, and commitment. PT Karyapratama Dunia has a series of programs to improve their brand image, in the form of providing services tailored to individual customer needs and preferences, incorporating technology, and all activities related to customer interaction to improve customer relationships and satisfaction.*

**Keywords:** *Customer Relationship Management, Communication*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat-Nya sehingga penulis ini sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “Implementasi *Customer Relationship Management* pada PT Karyapratama Dunia”. Laporan ini merupakan salah satu persyaratan penyelesaian program pendidikan D-III Manajemen Pemasaran di Sekolah Tinggi Ekonomi Tri Bhakti.

Dalam penyusunan laporan ini, penulis berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan hasil yang terbaik. Namun, penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan, demi perbaikan dan penyempurnaan di masa yang akan datang. Penulis ingin menyampaikan penghargaan yang besar kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan laporan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala nikmat dan rahmat-Nya yang selalu melimpah yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan laporan ini.
2. Bapak Horas Sebastian E. Tobing, BA selaku Ketua Yayasan Prima Bina Bangsa
3. Bapak Drs. Widyamoko., SE., M. Ikom selaku Ketua STIE Tri Bhakti
4. Ibu Dr. Sofia Maulida, SE., MM., Msi selaku Kaprodi Manajemen
5. Bapak Ir. Prilia Haliawan., MM selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan arahan selama proses penyusunan laporan ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar yang telah memberikan pengetahuan dan pengalaman selama di STIE Tri Bhakti.
7. Ibu Silvia Lieng selaku Pimpinan PT Karyapratama Dunia yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan program magang di PT Karyapratama Dunia.



8. Bapak Ave G, Susilo, Kak Ika, Kak Wulan, Kak Maria, dan Pak Gis atas bantuan dan dukungan selama menjalankan program magang.
9. Orang Tua tercinta yang selalu memberikan dukungan moral dan material dan doa yang tiada henti.
10. Teman-teman terkasih yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan laporan ini.
11. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dan bantuan, penulis mengucapkan terima kasih.

Dengan demikian, penulis berharap bahwa laporan ini dapat memberikan manfaat dan wawasan bagi penulis, bagi perusahaan, dan bagi pembaca. Penulis juga menyadari laporan ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini. Semoga Tuhan senantiasa melimpahkan rahmat dan kuasa-Nya kepada kita semua.

Bekasi, 21 Agustus 2024

Penulis



Maria Chrestella Harya Dhita

## DAFTAR ISI

IMPLEMENTASI <i>CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT</i> PADA PT KARYAPRATAMA DUNIA .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Praktik Kerja Lapangan.....	3
1.4 Manfaat Praktik Kerja Lapangan .....	3
1.5 Teori Relevan.....	4
1.5.1 Pengertian <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	4
1.5.2 Tahapan utama dari nilai rantai <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	5
1.5.3 Indikator bahwa hubungan pelanggan baik bagi perusahaan .....	6
1.5.4 Pertimbangan dalam membuat hubungan konsumen dengan baik.	7
1.6 Metode Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan.....	7
BAB II.....	9
2.1 Sejarah Perusahaan .....	9
2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan .....	9
2.1.2 Lokasi Perusahaan .....	9
2.1.3 Logo Perusahaan .....	10

2.2 Struktur Organisasi.....	10
2.3 Kegiatan Perusahaan .....	13
<b>BAB III.....</b>	<b>15</b>
3.1 Penempatan dan Jadwal Praktik Kerja Lapangan.....	15
3.2 Uraian Deskripsi Tugas.....	16
3.3 Analisis dan Pembahasan Masalah.....	20
3.3.1 Proses <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) .....	20
3.3.2 Kendala Implementasi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) .....	24
3.3.3 Dampak Penerapan <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) ..	26
<b>BAB IV .....</b>	<b>28</b>
4.1 Kesimpulan .....	28
4.2 Saran.....	30
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>31</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>32</b>

## DAFTAR TABEL

<b>TABEL 2.1 DAFTAR KEGIATAN PERUSAHAAN .....</b>	<b>13</b>
<b>TABEL 3.1 JADWAL PRAKTIK KERJA LAPANGAN.....</b>	<b>15</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>GAMBAR 2. 1 LOGO PERUSAHAAN .....</b>	<b>10</b>
<b>GAMBAR 2. 2 STRUKTUR PERUSAHAAN .....</b>	<b>11</b>
<b>GAMBAR 2. 3 PRODUK PT KARYAPRATAMA DUNIA .....</b>	<b>14</b>
<b>GAMBAR 2. 4 PROSES PRODUKSI .....</b>	<b>14</b>
<b>GAMBAR 3. 1 MELAKUKAN PENCATATAN TRANSAKSI.....</b>	<b>17</b>
<b>GAMBAR 3. 2 MEMBUAT REKAPAN SURAT JALAN.....</b>	<b>19</b>
<b>GAMBAR 3. 3 PROSES CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) .....</b>	<b>20</b>
<b>GAMBAR 3. 4 PENGARSIPAN DATA SURAT JALAN.....</b>	<b>24</b>