

Penerapan crm sebagai alat penunjang dalam menghadapi persaingan yang kompetitif kasus pt sm

Syahrial Mirza, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=96636&lokasi=lokal>

Abstrak

Penulisan karya akhir ini mengulas tentang implementasi sistem aplikasi Customer Relationship Management (CRM) pada sebuah perusahaan, karya akhir ini mengambil kasus PT. SM sebagai salah satu perusahaan IT terkemuka di dunia yang beroperasi di Indonesia.

Dalam era kompetisi di IT khususnya di Indonesia maka kemampuan suatu perusahaan untuk dapat mengelola pelanggan yang dimilikinya dan "menangkap" calon pelanggan potensial sangat diperlukan dan CRM adalah salah satu solusi yang diharapkan.

Karya akhir ini menganalisis implementasi sistem aplisi CRM PT. SM saat ini dengan mengacu pada rujukan yang didapatkan baik secara teori maupun hasil wawancara dengan pihak yang terkait dengan suksesnya implementasi di PT. SM Indonesia. Dari hasil ini penulis bisa melakukan analisis untuk mengevaluasi permasalahan yang ada kemudian mencari solusinya dengan bantuan sistem skenario. Dengan sistem skenario, lebih lanjut lagi bisa dibuatkan prediksi-prediksi pada masa yang akan datang.

Dari hasil penulisan karya akhir ini ditemukan bahwa dalam upaya mengimplementasikan sebuah sistem aplikasi CRM yang terintegrasi, perlunya komitmen penuh dari semua jajaran perusahaan dan juga prioritas implementasi harus ditetapkan dari tahapan-tahapan implementasi tersebut agar keberhasilannya bisa diukur dengan cermat. Strategi dan bisnis proses serta sistem pendukung (teknologi) diperlukan sebagai prasyarat suksesnya implementasi sistem CRM. Dengan keberhasilan implementasi sistem aplikasi CRM diharapkan perusahaan akan mampu bertahan dan tetap eksis menghadapi kompetisi saat ini dan saat mendatang.

The objective of this research is to determine the implementation of Customer Relationship Management (CRM) to one company. The object of the research is PT.SM as one of the eligible IT company in the world, and take Indonesia as one of their unit operation.

Presence, the competition among IT world, especially in Indonesia has been growing intense. This global picture has forced many IT companies to applied CRM system as one of their arm tool to grab potential costumer and maintain good relationship with their previous costumer. It assumed that CRM system is one of the solutions to win the competition.

This research is analyzing the implementation of CRM system at PT. SM and using formal theories and interview with potential ordinate who well understand about CRM system in PT. SM. The result of this exploration has been used to analyze the issues considered as problem in CRM implementation. The analysis tools for this research are the method called scenario system. This scenario system allows us to do future prediction and make solution prediction.

The result of this research has conducted that integrated CRM system can only be applied based on some point which are: CRM system needs full commitment from all units on the organization and priority is needed to measure the success of CRM implementation. In relation to that, strategy and business process are also needed as a complement factors for the success of CRM implementation. It has been assumed that the success of CRM implementation will strengthen the company existence and readiness for the company to win the global competition in the future.</i>