ABSTRAK

PEMBANGUNAN SISTEM CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI PT. ARINDO PRATAMA

Oleh:

TITO NUR ASTOPRIA

10111713

PT. Arindo Pratama merupakan sebuah perusahaan nasional yang berdiri pada tahun 1993 di Bandung. PT. Arindo Pratama sebagai pelaku bisnis yang sudah lama berkecimpung dalam bidang PPOB perlu memikirkan bagaimana untuk meningkatkan pertumbuhan jangka panjang dan profitabilitas perusahaan. PT. Arindo pratama masih memiliki permasalahan dalam hal pelayanan loket, kesulitan dalam menentukan gambaran atau rancangan yang tepat guna mempertahankan loket, dan juga masih kekurangan cara dalam menarik minat loket baru. Dampak negatif dari permasalahan tersebut bermula dari hubungan yang kurang baik antara perusahaan dan loketnya.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang ada pada saat ini di PT. Arindo Pratama maka dibutuhkan suatu pembangunan sistem customer relationship management di PT. Arindo Pratama. Sistem CRM ini dinilai dapat memudahkan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik dan menentukan loket yang potensial dengan adanya fungsional penghitung jarak potensial loket dengan menggunakan fungsi *distance matrix API* , adanya fungsional penyampaian keluhan, dapat membantu perusahaan dalam menentukan rencana untuk mempertahankan loket yang loyal dengan adanya perhitungan loyalitasan pelanggan dengan metode RFM, dan dapat membantu perusahaan dalam menarik minat loket baru dengan adanya cara mengajak dan mempromosikan perusahaan.

Hasil penelitian berdasarkan wawancara yang telah dilakukan menunjukan bahwa sistem yang dibangun dapat membantu perusahaan untuk menarik minat loket baru, dapat membantu perusahaan mengetahui loket yang potensial, dapat membantu perusahaan mengetahui tingkat keloyalitasan loketnya, dapat membantu penyampaian promosi kepada loket yang tepat.

Kata kunci: customer relationship management, pelayanan loket, potensial, loyal, RFM.