

***CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PT MURTI INDAH
SENTOSA CABANG SUMATERA BAGIAN SELATAN***

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi

Konsentrasi: Hubungan Masyarakat



Diajukan Oleh:

**Desy Intan Hardiyanti
07031181722025**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF

**“Customer Relationship Management PT Murti Indah Sentosa Cabang
Sumatera Bagian Selatan”**

Skripsi

Oleh :

Desy Intan Hardiyanti

07031181722025

**Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 31 Agustus 2021**

Pembimbing :

1. Dr. Retna Mahriani, M.Si.
NIP. 196012091989122001

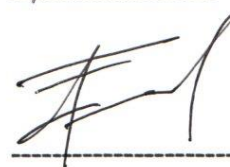
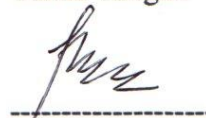
2. Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si.
NIP. 198411052008121003

Penguji :

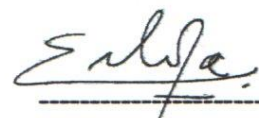
1. Erlisa Saraswaty, S.KPM., M.Sc.
NIP. 199209132019032015

2. Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si.
NIP. 199309052019032019

Tanda Tangan



Tanda Tangan



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,

Prof. Dr. Kgs. M. Sobri, M.Si
NIP. 196311061990031001

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005



HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**“Customer Relationship Management PT Murti Indah Sentosa Cabang
Sumatera Bagian Selatan”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi**

Oleh :

Desy Intan Hardiyanti

07031181722025

Pembimbing I

1. Dr. Retna Mahriani M,Si.
NIP. 196012091989122001

Tanda Tangan



Tanggal

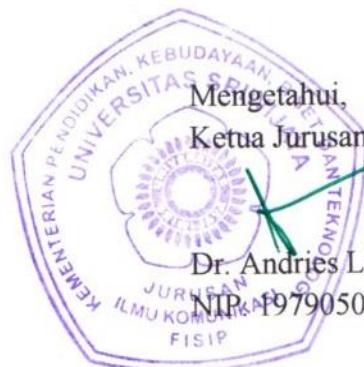
26/07/2021

Pembimbing II

2. Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si.
NIP. 198411052008121003



18/08/2021



Mengetahui,
Ketua Jurusan,

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Desy Intan Hardiyanti**
NIM : **07031181722025**
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 11 Desember 1998
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : *Customer Relationship Management* PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumatera Bagian Selatan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,
Yang membuat pernyataan,



Desy Intan Hardiyanti
NIM. 07031181722025

MOTTO

Motto:

*“Work hard in silence,
let success make the noise.”*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas ridho dan hidayah-Nya yang senantiasa penulis rasakan, sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “**CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PT MURTI INDAH SENTOSA CABANG SUMATERA BAGIAN SELATAN**” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Strata 1 (S1) di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Pengerjaan skripsi ini tentu mengalami berbagai rintangan yang harus penulis hadapi, namun pada akhirnya dapat dilalui berkat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, M.SCE., selaku Rektor Universitas Sriwijaya yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk berkuliah di Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Kgs. Muhammad Sobri, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya dan jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk berkuliah di fakultas ini.
3. Bapak Dr. Andries Lionardo, S.I.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan dan Bapak Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan, yang mana telah memberikan saya kesempatan untuk menjadi salah satu mahasiswa di jurusan ini.
4. Kepada kedua Dosen Pembimbing Skripsi saya, yakni Ibu Dr. Retna Mahriani, M.Si. dan Bapak Faisal Nomaini, S.Sos., Msi., yang telah membimbing saya dalam pengerjaan skripsi ini.
5. Seluruh jajaran dosen di Jurusan Ilmu Komunikasi yang sudah mengajarkan saya banyak ilmu.
6. Karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi, khususnya kepada Mbak Vira selaku admin jurusan yang telah membantu saya sedari awal perkuliahan sampai sekarang.
7. Kepada PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumatera Bagian Selatan, terkhusus Bapak B. Jeffrey Andrianto, S.E.

8. Terima kasih kepada BTS, Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook yang telah menemani hari-hari saya dan menjadi penyemangat.
9. Teruntuk sahabat yang saya sayangi, Yeta, Farah, Nadila terima kasih atas waktu dan telinga yang diberikan selama ini.
10. Teruntuk temanku, Jesica Anju Mareta, Yunita Rahmawati, Shintia, dan Kharisma, terima kasih telah menemani dan menyemangati.
11. Teruntuk temanku, Deka, Chyndy, Azzah, Mia, Chita, dan Rara.
12. Kepada keluarga besar LPM LIMAS FISIP UNSRI, terima kasih atas kesempatan dan pengalaman yang diberikna.
13. Teman-teman Ilmu Komunikasi Kampus Indralaya Angkatan 2017.
14. Keluarga besar saya, Mbak, Mamas, Mas, Ayuk, Acak, Mamas, dan para keponakan penulis, terima kasih atas semangatnya.
15. Paling utama, terima kasih yang sangat banyak saya ucapkan kepada kedua orang tua saya, Ummi dan Abi. Terima kasih atas semangat, dukungan dan didikannya selama ini, gelar ini Intan persembahkan untuk Ummi dan Abi.
16. Terakhir, terima kasih kepada diri sendiri yang telah bertahan dan berjuang sejauh ini.

Dengan segala kerendahan hati, mohon maaf penulis sampaikan atas segala kekeliruan dan kekurangan yang dilakukan. Kritik beserta saran membangun sangat diharapkan agar menjadi pembelajaran dan untuk kebaikan bersama di masa yang akan datang. Penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat baik bagi penulis maupun pihak lain yang akan melakukan penelitian serupa.

Indralaya, Juli 2021
Peneliti,

Desy Intan Hardiyanti
07031181722025

DAFTAR PUSTAKA

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF	I
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	II
PERNYATAAN ORISINALITAS	III
MOTTO	IV
KATA PENGANTAR	V
DAFTAR PUSTAKA	VII
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR GAMBAR	XI
DAFTAR BAGAN	XII
DAFTAR LAMPIRAN	XIII
ABSTRAK	XIV
ABSTRACT	XV
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. LATAR BELAKANG PENELITIAN	1
1.1.1. Adanya Hambatan Semantik antara Executive Account dan Customer	4
1.1.2. Komunikasi Internal Perusahaan Kurang Baik.....	7
1.1.3. Adanya Keluhan dari Customer Terkait Performa Perusahaan	9
1.2. PERUMUSAN MASALAH PENELITIAN	10
1.3. TUJUAN PENELITIAN	10
1.4. MANFAAT PENELITIAN	10
1.4.1. Manfaat Teoritis	10
1.4.2. Manfaat Praktis	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. LANDASAN TEORI	11
2.2. CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT	11
2.2.1. Customer	11
2.2.2. Customer Relationship	12
2.2.3. Customer Relationship Management.....	13
2.3. KERANGKA TEORI	22
2.4. KERANGKA PEMIKIRAN	24

BAB III.....	29
METODE PENELITIAN	29
3.1. RANCANGAN PENELITIAN.....	29
3.2. DEFINISI KONSEP.....	29
3.2.1. Customer	29
3.2.2. Customer Relationship	29
3.2.3. Customer Relationship Management.....	30
3.3. FOKUS PENELITIAN	30
3.4. UNIT ANALISIS.....	32
3.5. INFORMAN PENELITIAN.....	33
3.7. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	34
3.7.1. Teknik Wawancara Mendalam.....	34
3.7.2. Teknik Observasi	34
3.7.3. Teknik Dokumentasi.....	35
3.8. TEKNIK KEABSAHAN DATA	35
3.9. TEKNIK ANALISIS DATA	35
3.9.1. Kondensasi Data (Data Condensation).....	36
3.9.2. Penyajian Data (Data Display)	37
3.9.3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi (Conclusion Drawing/Verification).....	37
 BAB IV	 38
GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	38
4.1. PROFIL PT MURTI INDAH SENTOSA.....	38
4.1.1. Sejarah PT Murti Indah Sentosa.....	38
4.1.2. Visi dan Misi PT Murti Indah Sentosa	38
4.1.3. Tagline PT Murti Indah Sentosa.....	39
4.1.4. Logo PT Murti Indah Sentosa.....	39
4.1.5. Struktur Organisasi PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel ..	40
4.1.6. Lokasi Kantor PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel.....	42
4.1.7. Kontak PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel.....	42
4.1.8. Daftar Customer PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel	42
4.2. PROFIL INFORMAN.....	46
 BAB V.....	 48
HASIL DAN ANALISIS.....	48
5.1. HASIL PENELITIAN	51
5.1.1 IDENTIFIKASI (IDENTIFICATION).....	51
A. Firmagrafik	54
B. Demografi dan Psikografi	56
C. Infografi.....	59
5.1.2. DIFERENSIASI (DIFFERENTIATION)	61

A.	Tingkah Laku Customer	62
B.	Demografi Customer	65
C.	Ekspektasi Customer	67
5.1.3.	INTERAKSI (INTERACTION)	68
A.	Perencanaan Cara untuk Berinteraksi dengan Customer	70
B.	Berinteraksi dengan Customer.....	71
C.	Cross Selling	76
5.1.4.	PERSONALISASI (PERSONALIZATION/CUSTOMIZATION).....	80
A.	Berbicara dengan Customer.....	81
B.	Membuat Program atau Produk Sesuai dengan Keinginan Customer 84	
C.	Memperlakukan Customer dengan Cara yang Mereka Inginkan ...	87
BAB VI.....		99
KESIMPULAN DAN SARAN		99
6.1.	KESIMPULAN	99
6.2.	SARAN.....	99
DAFTAR PUSTAKA		101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. <i>Executive Account</i> PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel.....	4
Tabel 1.2. <i>Rating Value</i> PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel.....	5
Tabel 1.3. Penilaian Komunikasi antara <i>Executive Account</i> dan <i>Customer</i>	6
Tabel 1.4. Penilaian Komunikasi antar Pegawai PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel.....	8
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1. Fokus Penelitian.....	30
Tabel 4.1. Daftar <i>Customer</i> PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel.....	42
Tabel 5.1. Pengelompokan <i>Customer</i> PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel Berdasarkan Wilayah.....	65
Tabel 5.2. Produk yang Dijaul PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel.....	83
Tabel 5.3. Distributor Alat Kesehatan di Wilayah Sumsel.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Komponen dalam Analisis Data Kualitatif.....	36
Gambar 4.1. Logo PT Murti Indah Sentosa.....	44
Gambar 5.1. Sistem <i>Database</i> PT Murti Indah Sentosa.....	55
Gambar 1.1. Laman Depan Sistem <i>Database</i> untuk <i>Sales</i> PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel	
Gambar 5.2. Laman Depan Sistem <i>Database</i> untuk <i>Sales</i> PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel.....	57
Gambar 5.3. Contoh Laman Data <i>Customer</i> PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbasel.....	57
Gambar 5.4. Penagihan yang Dilakukan oleh Admin <i>Finance</i> PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel dengan <i>Customer</i>	72
Gambar 5.5. Presentasi PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel di RSUD Oku Timur.....	73
Gambar 5.6. Kepala Cabang PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel Memberikan Penjelasan kepada <i>Staff</i> Rumah Sakit.....	74
Gambar 5.7. Demo Penggunaan Alat ECK Edan SE-301 oleh <i>Exectuive Account</i> PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel	74
Gambar 5.8. Webinar Nasional yang Diselenggarakan PT Murti Indah Sentosa.....	75
Gambar 5.9. Pameran Produk oleh PT Murti Indah Sentosa	86

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1. Alur Pemikiran	26
Bagan 4.1. Struktur PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

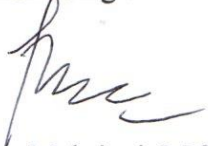
Lampiran I Dokumentasi Penelitian.....	105
Lampiran II Transkrip Wawancara.....	108
Lampiran III Daftar Pertanyaan Wawancara.....	129
Lampiran IV <i>Open Coding Table</i> Transkrip Wawancara.....	134
Lampiran V Catatan Observasi.....	151
Lampiran VI Bukti Cek Plagiarisme.....	156

ABSTRAK

Ada berbagai bidang usaha yang terdapat di Indonesia, salah satu bidang usaha yang tersedia di Indonesia ialah usaha di bidang kesehatan. Di Indonesia, salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penyedia alat kesehatan ialah PT Murti Indah Sentosa. Dalam menjalankan perusahaan, diperlukan yang namanya *customer relationship management*. *Customer relationship management* ialah usaha-usaha yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk mengelola hubungannya dengan *customer* atau pelanggan yang dimiliki dengan cara mengumpulkan data-data pelanggan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori *Customer Relationship Management* oleh Ade Paul Lukas dengan menggunakan metode kualitatif serta jenis data deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses *customer relationship management* PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel dapat dilihat melalui empat dimensi, yaitu identifikasi (*identification*), diferensiasi (*differentiation*), interaksi (*interaction*), dan personalisasi (*personalization/customization*). Pada dimensi identifikasi, PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel melakukan pencarian informasi terkait *customer* yang mereka miliki, kemudian di dimensi diferensiasi, PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel melakukan pengelompokan berdasarkan tingkah laku, demografi dan ekspektasi, serta jenis atau sifat *customer*. Selanjutnya, pada dimensi interaksi, PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel melakukan perencanaan terkait cara berkomunikasi dengan *customer*, kemudian berinteraksi secara langsung dengan *customer* dan melakukan *cross selling*. Pada dimensi personalisasi, PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel menyesuaikan kepada karakteristik masing-masing *customer* atas produk yang ditawarkan.

Kata Kunci: *Customer, Customer Relationship Management, PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel*

Pembimbing I



Dr. Retna Mahriani, M.Si.
NIP 196012091989122001

Pembimbing II



Faisal Nomani, S.Sos., M.Si.
NIP 198411052008121003

Indralaya, 24 Juli 2021

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



Dr. Andries Lionardo, S.I.P., M.Si.
NIP 197905012002121005

ABSTRACT

There are various businesses fields in Indonesia, one of the business fields available in Indonesia is business in the field of health. In Indonesia, one of the companies engaged in the provider of medical devices is PT Murti Indah Sentosa. In this study researchers used Customer Relationship Management theory by Ade Paul Lukas, using qualitative methods as well as descriptive data types. The data collection techniques used are in-depth interview methods, observations, and documentation studies. The results of this research show that the customer relationship management process of PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel can be seen through four dimensions, namely identification, differentiation, interaction, and personalization. In the identification dimension, PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel conduct a search for information related to their customers, then in the dimension of differentiation, PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel grouping based on behavior, demographics and expectations, as well as the type or nature of customers. Furthermore, in the interaction dimension, PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel conducts planning related to how to communicate with customers, then interact directly with customers and cross selling. In the personalized dimension, PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel adjusts to the characteristics of each customers over the products offered.

Key Words: *Customer, Customer Relationship Management, PT Murti Indah Sentosa*

Advisor I



Dr. Retna Mahriani, M.Si.
NIP. 196012091989122001

Advisor II



Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si.
NIP. 198411052008121003

Indralaya, 24 July 2021
Head of Communication Science Department
Faculty of Social and Political Science
Sriwijaya University



Dr. Andries Lionardo, S.I.P., M.Si.
NIP. 197905012002121005

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Komunikasi adalah salah satu hal yang paling mendasar di dalam kehidupan manusia. Peristiwa komunikasi seringkali terjadi dimanapun dan kapanpun. Sebagai makhluk sosial, manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia yang lain. Seorang manusia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi pada dirinya sendiri. Rasa penasaran tersebut akan memaksa seorang manusia untuk melakukan komunikasi.

Tak hanya itu, komunikasi juga merupakan faktor penting dalam keberlangsungan perekonomian yang berlandaskan pengetahuan dan menjadi salah satu pertimbangan utama bagi siapapun dalam memasuki dunia kerja yang global. Komunikasi merupakan penyampaian informasi dan makna dari seorang individu kepada individu lain, maupun dari individu kepada sebuah kelompok. Tujuan utamanya ialah penyampaian pesan atau makna.

Sebuah proses komunikasi dapat dikatakan berhasil hanya apabila penerima tahu dan dapat memahami suatu pesan sebagaimana yang dimaksudkan oleh si pengirim. Kedua pihak tak hanya wajib sepakat atas informasi yang disampaikan, namun juga harus sepakat mengenai makna dari pesan tersebut.

Komunikasi juga memiliki peran yang penting dalam suatu perusahaan. Baik itu perusahaan mikro, menengah, dan makro. Setiap perusahaan akan melakukan berbagai cara supaya *customer* tetap dan selalu membeli produk maupun memakai jasa yang disediakan oleh perusahaan mereka.

Ada berbagai perusahaan yang terdapat di Indonesia, perusahaan-perusahaan tersebut juga terdiri dari banyak jenis usaha. Salah satu bidang perusahaan yang tersedia di Indonesia ialah perusahaan di bidang kesehatan. Perusahaan di bidang kesehatan biasanya terdiri dari perusahaan yang menyediakan produk hingga perusahaan yang menyediakan jasa.

Persaingan yang terjadi di sektor ini pun cukup ketat, ditambah dengan *customer* atau pelanggan yang dimiliki biasanya sekelas rumah sakit ataupun klinik kesehatan dan dengan jumlah yang banyak. Banyaknya pelanggan yang dimiliki mengharuskan perusahaan kesehatan mengelola pelanggannya dengan baik.

Di Indonesia, salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan alat kesehatan ialah PT Murti Indah Sentosa. PT Murti Indah Sentosa didirikan oleh Ir. Atik Sutisna dan mengusung *tagline* “*Medical equipment supplier since 1982*”. PT Murti Indah Sentosa adalah distributor peralatan medis canggih milik swasta. Perusahaan ini telah menjadi penyedia peralatan medis berkualitas untuk bisnis di Indonesia. PT Murti Indah Sentosa beroperasi di bidang Pencitraan Medis dan Kesehatan Wanita, Radioterapi, Perawatan Kardi & Kardiologi dan Rehabilitasi Medis serta Neurologi.

Berawal dari perusahaan yang sederhana, saat ini PT Murti Indah Sentosa telah memiliki lebih dari 280 karyawan dan 9 kantor di Indonesia. Pada Agustus 2018, PT Murti Indah Sentosa membuka cabang di Palembang untuk dijadikan sebagai perwakilan Sumatera Bagian Selatan. Cabang Sumatera Bagian Selatan ini membawahi Area Jambi, Bengkulu, Sumatera Selatan, Bangka Belitung, dan Lampung.

Seperti yang telah disebutkan, setiap perusahaan harus mampu mengelola hubungan dengan pelanggan yang dimiliki. Dalam praktiknya, PT Murti Indah Sentosa juga termasuk perusahaan yang melakukan pengelolaan terhadap pelanggan yang dimiliki. PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumatera Bagian Selatan sendiri memiliki 24 pesaing, dimana jika perusahaan ini tidak mampu mengelola pelanggan yang mereka miliki dengan baik, kemungkinan pelanggan akan beralih kepada perusahaan lain sangat besar.

Dalam menjalankan bisnis, diperlukan juga yang namanya komunikasi, atau bisa disebut sebagai komunikasi bisnis. Komunikasi pun harus didukung menggunakan teknologi yang memadai. Teknologi ini dapat berupa alat, teknik, atau cara yang dapat membantu individu di dalamnya untuk menjalankan suatu pekerjaan, sebagai akibatnya pekerjaan tersebut menjadi lebih ringan, lebih baik, dan tentunya lebih cepat selesai.

Teknologi sudah memasuki setiap praktik usaha dan membentuk keunggulan dan memiliki kemampuan komunikasi yang semakin canggih. Pesatnya pertumbuhan teknologi mengakibatkan adanya perubahan yang signifikan termasuk dalam teknologi komunikasi tanpa menyingkirkan unsur-unsur dasar dari proses komunikasi itu sendiri.

Petumbuhan teknologi pada bidang komunikasi memungkinkan terjadinya kolaborasi antara berbagai pihak dimanapun dan kapanpun. Banyak teknologi-teknologi komunikasi yang mumpuni pada masa sekarang ini, seperti internet, *voice mail*, *fax*, *e-mail*, dan lain sebagainya.

Saat ini berbagai perusahaan telah mengupgrade perusahaannya dengan menggunakan teknologi, seperti menggunakan berbagai sarana dan strategi berbasis teknologi untuk menunjang perofrma dan usaha, salah satunya menggunakan yang namanya *Customer Relationship Management* (CRM) atau pengelolaan hubungan pelanggan.

Pengelolaan hubungan pelanggan ini atau biasa disebut juga sebagai *Customer Relationship Management*, tidak hanya diterapkan di kantor pusat, namun strategi pengelolaan hubungan pelanggan ini juga ikut diterapkan oleh semua cabang yang mereka miliki, termasuk PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel.

Customer Relationship Management tentunya sangat berperan dalam mengelola pelanggan yang dimiliki oleh perusahaan, termasuk di dalamnya ialah untuk melakukan pengumpulan dan penyimpanan data-data perusahaan terkait pelanggan yang dimiliki, dimana data ini nantinya dapat digunakan oleh perusahaan dalam mengelola dan melayani pelanggan.

Customer Relationship Management adalah strategi inti dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi-fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para konsumen sasaran secara *profitabel*. (Griffin, 2016, p. 48).

Singkatnya dapat dipahami bahwa *Customer Relationship Management* ialah usaha-usaha yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk mengelola hubungannya dengan *customer* atau pelanggan yang dimiliki dengan cara mengumpulkan data-data pelanggan.

Tom Duncan dalam Sari (2009) menjelaskan bahwa perusahaan yang lebih berfokus pada pengelolaan hubungan pelanggan (*customer relationship management*), berarti telah memahami bahwa mengelola dan meningkatkan hubungan dengan *customer* yang sudah ada untuk keuntungan jangka Panjang, akan

membawa keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan mencari-cari *customer* baru.

PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumatera Bagian Selatan sejak 2018 sudah mengaplikasikannya dengan cara *collecting data*. Data-data dari setiap cabang yang ada akan dikumpulkan kemudian akan diteruskan ke pusat. Tidak hanya itu, berbagai cara juga dilakukan cabang ini dalam pengaplikasian *Customer Relationship Management*, seperti berkomunikasi dengan rutin bersama pelanggan, hingga menjadi pendengar yang baik dalam bidang alat-alat kesehatan.

Adapun tiga alasan dalam pemilihan judul dan permasalahan yang mendasari dilakukannya penelitian ini, ketiga alasan tersebut adalah:

1. Adanya hambatan semantik antara *Executive Account* dan *customer*
2. Komunikasi internal perusahaan kurang baik
3. Adanya keluhan dari *customer* terkait performa perusahaan

Ketiga alasan di atas akan dijelaskan secara rinci, yaitu sebagai berikut:

1.1.1. Adanya Hambatan Semantik antara *Executive Account* dan *Customer*

Executive account ialah bagian yang bertanggung jawab atas pengenalan produk, penawaran barang dan jasa, memenuhi kebutuhan barang yang diinginkan pelanggan dan mereka jugalah yang bertanggung jawab sampai ke tahap kesepakatan atau dalam hal ini sampai ke tahap pembelian yang dilakukan oleh *customer*. Di PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel saat ini memiliki total delapan *executive account*, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1.
***Executive Account* PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel**

No.	Inisial
1.	AM
2.	B
3.	ER
4.	HDN
5.	OA
6.	PH
7.	RE
8.	YA

Sumber: Diolah oleh peneliti berdasarkan data dari PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel Tahun 2020

Hambatan komunikasi merupakan gangguan atau penghalang dalam bentuk apapun yang terjadi pada saat berlangsungnya proses bertukar pesan antara individu

kepada individu ataupun individu kepada kelompok yang diakibatkan oleh berbagai faktor. Salah satu jenis hambatan komunikasi ialah hambatan semantik. Menurut Wursanto (2005), hambatan semantik ialah hambatan yang disebabkan oleh kesalahan dalam menafsirkan, kesalahan dalam memberikan pengertian terhadap bahasa, seperti kata-kata, kalimat, kode-kode yang digunakan dalam proses komunikasi.

Hambatan semantik ialah salah satu hambatan yang terdapat di dalam proses komunikasi antara *executive account* PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel dengan *customer* yang mereka miliki. Dalam beberapa hasil laporan, diketahui bahwa *executive account* masih belum mampu menyampaikan dan menjelaskan dengan baik terkait penawaran jasa atau produk yang dilakukan. Hambatan komunikasi ini mengakibatkan kurang sempurnanya pesan yang ditangkap oleh *customer*, sehingga dalam beberapa kasus mengakibatkan kepala cabang harus turun langsung dan menjelaskan ulang mengenai penawaran yang dilakukan.

Hal ini dapat dilihat berdasarkan penilaian yang rutin dilakukan oleh PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel dalam kategori komunikasi. Salah satu komunikasi yang dinilai ialah kecakapan untuk dapat menyampaikan pesan dengan singkat, padat, dan jelas, tanpa menyebabkan kebingungan atau kesalahpahaman dan dapat mendengarkan *customer* dengan baik sehingga *customer* merasa nyaman berkomunikasi dengan *sales*.

Tabel 1.2.
Rating Value PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel

Luar Biasa	Melebihi Ekspektasi	Sesuai Harapan	Perlu Peningkatan	Tidak Memuaskan
5	4	3	2	1

Sumber: Diolah oleh peneliti berdasarkan data dari PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel

Melalui Tabel 1.2. adapun penilaiannya, yang dilakukan ialah sebagai berikut:

Tabel 1.3.

Penilaian Komunikasi antara *Executive Account* dan *Customer* Tahun 2020

No.	Nama	Nilai	Kategori
1.	AM	2	Perlu Peningkatan
2.	B	2	Perlu Peningkatan
3.	ER	1	Tidak Memuaskan
4.	HDN	2	Perlu Peningkatan
5.	OA	3	Sesuai Harapan
6.	PH	3	Sesuai Harapan
7.	RE	3	Sesuai Harapan
8.	YA	2	Perlu Peningkatan

Sumber: Diolah oleh peneliti berdasarkan data dari PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel Tahun 2020

Berdasarkan penilaian di atas, hanya 3 *executive account* yang memiliki nilai baik, sedangkan 4 *executive account* masuk ke dalam kategori perlu peningkatan dan 1 diantaranya mendapatkan nilai yang rendah dengan kategori tidak memuaskan.

Gambar 1.1.

Contoh Formulir Penilaian Karyawan PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel

Murti Indah Sentosa
FORMULIR PENILAIAN KARYAWAN - SALES

Informasi Pribadi:
Nama karyawan: _____ Alamat Langsung: _____
Tahun bergabung: _____ Posisi: _____

Kategori 1: Evaluasi kinerja
SALES Profile
Pencapaian BII tahun ini: _____ (di isi dalam rupiah)
Pencapaian Personal tahun ini: _____ (di isi dalam rupiah)
Target Personal tahun ini: _____ (di isi dalam rupiah)
Pencapaian / Target Personal: _____ (di isi dalam persentase)
Pencapaian / Team Target: _____ (di isi dalam persentase)
Jumlah skilful tahun ini (SAP): _____ (di isi dengan angka)
Jumlah penawaran tahun ini (SAP): _____ (di isi dengan angka)
Jumlah PO tahun ini: _____ (di isi dengan angka)
Konversi penawaran menjadi PO: _____ (di isi dalam persentase)

Kategori 2: Disiplin & Absensi
Hari Kerja / Tahun: 221 (255 hari - 104 hari (sabtu & minggu) - 20 hari (Ibur nasional) - 12 hari (jstah cuti))

RATING VALUE
+97%, etc
Pengisian SAP: _____
Absensi: _____

Kategori 3: Technical Skills

RATING VALUE

Tidak Memenuhi Ekstrem	Butuh Perbaikan	Cukup	Batas Memuaskan	Sangat Memuaskan
0	1	2	3	4

No	Technical Skills	Self Assessment Score	Customer Assessment Score	Executive Assessment Score	Superior Assessment Score
1	Membeli pengetahuan semua jenis produk dan layanan yang dapat ditawarkan oleh PT Murti Indah Sentosa.				
2	Membawa informasi dari produk yang di pasarkan oleh PT Murti Indah Sentosa.				
3	Menjaga penampilan produk secara efektif dan memberikan nilai tambah terhadap pelanggan.				
4	Menjaga kebersihan dan kelengkapan produk presentasi.				
5	Menjaga kebersihan dan kelengkapan produk presentasi.				
6	Membawa informasi dan pengetahuan yang akurat serta efektif kepada pelanggan di pasar.				

No	Sales Skills dan Planning	Self Assessment Score	Customer Assessment Score	Executive Assessment Score	Superior Assessment Score
7	Dapat melakukan prospecting/cusoming dengan baik untuk mendapatkan potensial customer yang berkualitas serta ditunjukkan ke dalam table profile.				
8	Dapat mencari, membuka opportunity baru dari prospek yang belum pernah menjadi account PT Murti Indah Sentosa.				
9	Dapat mencari, membuka opportunity baru dari customer yang sudah menjadi account PT Murti Indah Sentosa.				
10	Dapat melakukan forecasting dengan akurat untuk closing prospek.				
11	Mempersiapkan semua data dan dapat menginputkan secara akurat agar bisa melakukan customer visit di territory yang sudah di assign kepada sales.				
12	Dapat melakukan response / closing prospek sendiri tanpa harus melibatkan BII Manager / Sales Manager.				
13	Dapat melakukan kegiatan penawaran dan penjualan semua produk pada di assign oleh PT Murti Indah Sentosa.				
14	Dapat melakukan up-selling dan cross-selling - menajadi customer yang memiliki nilai-nilai produk, complementary product, opsi atau alternatif tambahan terkait produk yang akan dijual.				
15	Dapat memaparkan dan melakukan presentasi atau product demo dengan efektif dan efisien.				
16	Dapat membuat penawaran atau proposal secara independent.				
17	Mempersiapkan semua data yang harus dilakukan follow up untuk melakukan closing.				

No	Customer Service	Self Assessment Score	Customer Assessment Score	Executive Assessment Score	Superior Assessment Score
18	Dapat dalam dalam menangani keluhan customer dan tanggap dalam memberikan follow up kepada pihak yang bertanggung jawab, dimana, hal-hal yang produk support] untuk menyelesaikan masalah.				
19	Dapat mengorganisirkan permasalahan dengan baik di depan customer dan menerima masalah permasalahan.				

20	Berapa banyak dengan memutar untuk mengidentifikasi kebutuhan di mana dengan dengan melakukan reguler ritak				
21	Dapat mendemonstrasikan kemampuan mendengar dan berkomunikasi dengan baik sebagai dasar membangun hubungan jangka panjang yang baik dengan customer				

Kategori 4: Self-SSRI

Karakteristik Personal	Self Assessment Score	Customer Assessment Score	Superior Assessment Score
22	Berhasil dalam mengahati aturan, ketentuan dan regulasi perusahaan		
23	Mendengarkan dengan baik, respond terhadap pertanyaan, perintah, dan saran		
24	Tepat waktu dalam bekerja (absensi, meeting, customer visit)		
25	Dapat berkomunikasi dengan baik dengan rekan kerja, atasan, rekan customer atau mitra dan dalam mempromosikan pelayanan		
26	Belah, kommiten dan up-to-date dalam membuat laporan pekerjaan kepada atasan		
27	Memiliki kemampuan tinggi untuk menyelesaikan masalah, mengahati masalah dan mengahati diri		
28	Tidak hanya fokus dan bekerja dan berorientasi selagi menjalankan prosedur oleh customer atau khalid dalam proses penjualan		
29	Dapat diandalkan untuk menyelesaikan tugas/pekerjaan tanpa supervisi atasan		
30	Berhasil dalam berempati dan berempati		
31	Sangat mudah dalam berkolaborasi dan membantu rekan kerja		
32	Dapat menyesuaikan diri dengan perubahan prioritas dan tuntutan		
33	Dapat menerima dan menanggapi saran untuk perbaikan		
34	Dapat menanggapi banyak tanggapan yang baik dalam pekerjaan dengan efektif		
35	Menggunakan waktu kerja secara produktif		

Total Nilai Individual Self Assessment: _____

Total Nilai Management Assessment: _____

% (total score individual self assessment)/(140*100) _____

% (total score manager assessment)/(140*100) _____

PERINGKAT PENILAIAN		
130-140	93% - 100%	Sangat Memuaskan
119-132	85% - 94%	Cukup Memuaskan
105-118	75% - 84%	Memuaskan
75-104	60% - 74%	Cukup Perbaikan
<75	<60%	Tidak Memenuhi Ekspektasi

UNTUK DINAS PENILAI

1) Jelaskan secara ringkas contoh pekerjaan yang dievaluasi dengan menggunakan oleh individual di atas.

2) Jelaskan kemampuan individual yang perlu ditingkatkan.

3) Bila individual butuh perbaikan, perbaikan apa yang harus di rekomendasikan oleh atasan

4) Rekomendasi / Catatan untuk pihak manajemen bila ada (untuk individual yang performanya sangat memuaskan atau tidak memenuhi ekspektasi)

Tanda tangan karyawan: _____ Tanda tangan penilai: _____

Tanggal: _____ Tanggal: _____

Sumber: PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel Tahun 2020

1.1.2. Komunikasi Internal Perusahaan Kurang Baik

Untuk menjalankan suatu perusahaan, tidak hanya faktor eksternal, namun faktor internal juga patut diperhatikan. Menurut (Fombrun & Van Riel, 2009) komunikasi internal merupakan salah satu kunci organisasi dalam membangun identitas organisasi itu sendiri. Komunikasi internal ialah rencana terstruktur guna memperjelas dan menekankan pesan yang diarahkan kepada anggota di dalam organisasi atau perusahaan (Chihocky & Bullard, 2009). Komunikasi internal dapat juga diartikana sebagai proses komunikasi dan proses penyebaran informasi yang terjadi di dalam perusahaan.

Komunikasi yang terjalin di dalam perusahaan tidak jarang mengalami permasalahan. Kadang kala terjadi selisih paham yang diakibatkan tidak jelasnya atau tidak sempurnanya pesan yang diterima. Berdasarkan bentuknya komunikasi di dalam sebuah perusahaan terbagi menjadi tiga, yakni komunikasi vertikal (komunikasi dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas), komunikasi horizontal (terjadi di antara sesama pegawai), dan komunikasi diagonal (komunikasi silang).

Di alasan kedua, yang akan dibahas ialah komunikasi vertikal dan horizontal. Secara vertikal, yakni dari atasan ke bawahan (kepala cabang kepada pegawai) dan juga sebaliknya, masih berjalan kurang baik. Komunikasi dari atasan ke bawahan (kepala cabang kepada pegawai) masih mengalami beberapa kendala, seperti kurang jelasnya perintah yang diberikan oleh kepala cabang kepada pegawainya. Kurang jelasnya perintah ini mengakibatkan pegawai menjadi

bingung dan memerlukan penjelasan yang berulang, bahkan dari pihak lain (dalam hal ini ialah dari para admin).

Sedangkan dari bawahan ke atasan (pegawai kepada kepala cabang), peneliti menemukan fakta dari hasil melakukan pra penelitian bahwa pegawai melaporan suatu hal tidak secara utuh dan terperinci. Hal ini mengakibatkan kepala cabang mengalami kendala dalam menentukan suatu keputusan.

Adapun penilaian dalam kategori komunikasi dengan keterangan “Kecakapan untuk dapat menyampaikan pesan dengan singkat, padat, dan jelas, tanpa menyebabkan kebingungan atau kesalahpahaman dengan rekan kerja, atasan dan antar divisi yang terkait”.

Tabel 1.4.
Penilaian Komunikasi antar Pegawai PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel

No.	Nama	Posisi	Nilai	Kategori
1.	BJA	<i>Branch Manager</i>	3	Sesuai Harapan
2.	ITS	<i>Admin Finance</i>	3	Sesuai Harapan
3.	AAL	<i>Admin Sales</i>	3	Sesuai Harapan
4.	SR	<i>Admin Teknik</i>	3	Sesuai Harapan
5.	AS	<i>Service Engineer</i>	3	Sesuai Harapan
6.	BP	<i>Service Engineer</i>	2	Perlu Peningkatan
7.	MWP	<i>Service Engineer</i>	3	Sesuai Harapan
8.	S	<i>Service Engineer</i>	2	Perlu Peningkatan
9.	AM	<i>Executive Account</i>	3	Sesuai Harapan
10.	B	<i>Executive Account</i>	2	Perlu Peningkatan
11.	ER	<i>Executive Account</i>	2	Perlu Peningkatan
12.	HDN	<i>Executive Account</i>	2	Perlu Peningkatan
13.	OA	<i>Executive Account</i>	3	Sesuai Harapan
14.	PH	<i>Executive Account</i>	2	Perlu Peningkatan
15.	RE	<i>Executive Account</i>	2	Perlu Peningkatan
16.	YA	<i>Executive Account</i>	2	Perlu Peningkatan
17.	TP	<i>Driver</i>	3	Sesuai Harapan
18.	AN	<i>Office Boy</i>	3	Sesuai Harapan

Sumber: Diolah oleh peneliti berdasarkan data dari PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel Tahun 2020

Melalui penilaian komunikasi antar sesama pegawai tersebut, dapat diketahui bahwa 8 dari 18 pegawai masih memiliki nilai di bawah standar, yaitu masuk ke dalam kategori perlu peningkatan. Dengan rata-rata nilai komunikasi tidak sampai angka 3, hal ini menandakan bahwa komunikasi yang terjalin antar sesama pegawai di PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel masih kurang baik.

1.1.3. Adanya Keluhan dari *Customer* Terkait Performa Perusahaan

Sebagai perusahaan yang berhubungan langsung dengan *customer*, PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel harus siap akan kritik ataupun keluhan dari *customer*. Sesuai dengan tujuan komunikasi antara perusahaan dengan *customer*, PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel berusaha untuk menjadi pendengar yang baik katas keluhan keluhan-keluhan yang atau *complain* dari *customer* mereka.

Tidak hanya satu atau dua kali, PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel telah beberapa kali mendapatkan keluhan dari *customer* terkait performa mereka. Biasanya yang dikeluhkan ialah kurang jelasnya informasi yang didapatkan oleh *customer*, atau terkait dengan keterlambatan penanganan dari perusahaan, dan juga kurang maksimalnya kinerja pegawai.

Melalui pra penelitian yang dilakukan, peneliti mendapatkan fakta bahwa *customer* PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel sempat beberapa kali melakukan *complain* kepada perusahaan terkait kurangnya *service* yang diberikan. Salah satu admin di PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel menyebutkan bahwa ada beberapa *customer* yang menghubungi langsung Kepala Cabang PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel untuk menyampaikan keluhan. Salah satu keluhan yang disampaikan ialah terkait keterlambatan datangnya barang.

Selain ketiga alasan di atas adapun alasan lain yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian ini ialah PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel memiliki lebih dari 100 *customer*, yang mana *customer* mereka ialah instansi dan rumah sakit. Dalam penanganannya pun, antara per seorangan dengan instansi tentunya berbeda. Berangkat dari latar belakang ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana cara perusahaan ini mengelola hubungan dengan *customer* yang dimiliki.

Selain itu, dipilihnya PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel sebagai objek penelitian dikarenakan di antara distributor alat kesehatan lainnya, hanya PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumbagsel yang memiliki kantor langsung di Palembang. Hal seperti ini tentunya akan sangat membantu dalam menjalin komunikasi antara perusahaan dengan *customer* yang dimiliki.

1.2. Perumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan gejala yang terdapat dalam pemaparan di atas, maka dirumuskanlah masalah di dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana *Customer Relationship Management* PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumatera Bagian Selatan?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari diadakannya penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui bagaimana *Customer Relationship Management* PT Murti Indah Sentosa Cabang Sumatera Bagian Selatan.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai *Customer Relationship Management* bagi PT Murti Indah Sentosa. Dan diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi dan menambah kajian dalam ilmu komunikasi, khususnya Mahasiswa Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya.

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi berbagai pihak dalam penyajian informasi untuk mengadakan penelitian yang serupa.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Drnush Upsys Mrnfukung Penggunaan Penelitisn Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Arikunto, S. (2013). *Posedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Buttle, F. (2007). *Customer Relationship Management: Manajemen Hubungan Pelanggan*. (A. Subiyanto, Trans.) Malang: Bayumedia Publishing.
- Chihocky, J., & Bullard, M. (2009). *How Strategic Internal Communications Can Positively Affect Your Business*. White Paper JANSON Communication.
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendy, O. U. (2009). *Human Relation and Public Relation*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Fombrun, J. C., & Van Riel, C. B. (2009). *Essentials of Corporate Communication: Implementing Practices for Effective Reputation Management*. New York: Routledge.
- Griffin, J. (2016). *Customer Loyalty*. (S. Yati Sumiharti, Ed., & D. D. Yahya, Trans.) Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Handito. (2002). *Manajemen Hubungan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hikmawati, F. (2018). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 13). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 13). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2014). *Teori Komunikasi* (9th ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook* (Vol. Edition 3). United States of America: Sage Publications.

- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2015). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Morissan. (2019). *Riset Kualittaif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Muhidin, S. A. (2009). *Konsep Efektivitas Pembelajaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. (2015). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Patilima, H. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Peppers, D., & Rogers, M. (2011). *Managing Customer Relationship (2 ed.)*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Pratama, I. P. (2019). *Customer Relationship Management (CRM): Teori dan Praktek Berbasis Open Source*. Bandung: Informatika.
- Ruliana, P., & Lestari, P. (2019). *Teori Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sarosa, S. (2012). *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar*. Jakarta: PT Indeks.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suryadi, E., Darmawan, D., & Mulyadi, A. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi: Dengan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono. (2007). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wursanto. (2005). *Dasar-Dasar Ilmu Organisasi*. Yogyakarta: Andi.
- Yusuf, A. M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Sumber Jurnal Online:

- Ahmad, M. (2013, Novemver 11). Analisis Manajemen Hubungan Pelanggan. Retrieved April 25, 2021, from <https://repository.ung.ac.id/hasilriset/show/1/285/analisis-manajemen-hubungan-pelanggan.html>
- Ariyanti, M. (2006). Manajemen Hubungan Pelanggan Melalui Manajemen Pengetahuan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Seminar Knowledge Management, KKMI FTI ITB - Universitas Widyatama*, 201.

- Gifano, A. (2012). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Program Garuda Frequent Flyer Pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di Jakarta).
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2007). *Management Information System. 10th*. Retrieved Februari 14, 2021, from <https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/694/jbptunikompp-gdl-riansyahpe-34676-13-16uniko-a.pdf>
- Lukas, A. P. (2006). Makalah Seminar: Customer and Partner Relationship Management Telematic Research Group.
- Mularsih, H. (2006, November 3). Pembelajaran Bahasa: Suatu Pendekatan Psikologis. *Mimbar Bahasa, 10*, 78. Retrieved Juli 19, 2021, from repository.untar.ac.id
- Mutiana, P., Arsyah, U. I., Gema, R. L., Rahma, A. A., & Aldi, F. (2019). Efektivitas Penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada Toko Nil Mizar Sport Apparel. *Jurnal BIT, Volume 16*(Nomor 2), 7-8. Dipetik Maret 2021, dari <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/bit>
- Sanjaya, C. P. (2016, Agustus). Analisis CRM Perusahaan Forward Event Creator. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnes, 1*, 272. Retrieved Februari 14, 2021, from <file:///C:/Users/User/Downloads/169-Article%20Text-311-1-10-20160906.pdf>
- Sari, H. K. (2009, Desember). Efektivitas Loyalty Program dalam Customer Relationship Management terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmukomunikasi, VOLUME 6*(NOMOR 2), 180. Retrieved Maret 2021
- Sari, H. K. (2009). Efektivitas Loyalty Program dalam Customer Relationship Management terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 6*(2), 178.
- Utami, D. H. (2016, Oktober). Efektivitas Penggunaan Customer Relationship Management dalam Meningkatkan Customer Loyalty. *Volume 18*(Nomor 2), 99-100. Retrieved Maret 2021
- Widyastuti, S. (2016). *Membina Keakraban Pelanggan: Manajemen Hubungan Pelanggan Sejati*. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila. Retrieved Februari 14, 2021, from <http://dosen.univpencasila.ac.id/dosenfile/1192211017152489488528April2018.pdf>