



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Perbaikan Sistem *Customer Relationship Management* di  
CV. Lombok Abadi**

Skripsi

Oleh

Rivan Okkyvianus Ventana

2013320061

Bandung

2017



**Universitas Katolik Parahyangan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*  
*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Perbaikan Sistem *Customer Relationship Management* di  
CV. Lombok Abadi**

Skripsi

Oleh  
Rivan Okkyvianus Ventana  
2013320061

Pembimbing  
Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

Bandung  
2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Rivan Okkyvianus Ventana  
Nomor Pokok : 2013320061  
Judul : Perbaikan Sistem Customer Relationship Management di CV.  
Lombok Abadi

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Rabu, 12 Juli 2017  
Dan dinyatakan **LULUS**



**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**  
James Rianto Situmorang, Drs., M.M.

**Sekretaris**

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

**Anggota**

Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



## Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Rivan Okkyvianus Ventana

Nomor Pokok : 2013320061

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Perbaikan Sistem *Customer Relationship Management* di CV.  
Lombok Abadi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat dari pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 20 Juli 2017



Rivan Okkyvianus Ventana

## ABSTRAK

Nama : Rivan Okkyvianus Ventana

NPM : 2013320061

Judul : Perbaikan Sistem *Customer Relationship Management* di CV. Lombok Abadi

---

CV. Lombok Abadi berdiri sejak tahun 1985 dan berlokasi di Bandung, Jawa Barat. CV. Lombok Abadi menjadi distributor resmi di Kota Bandung untuk *merk* kertas Bola Dunia. Untuk menjaga hubungan dengan pelanggannya, CV. Lombok Abadi melakukan beberapa cara, salah satunya adalah adanya perbedaan untuk pemberian harga dan layanan ke setiap pelanggannya. Namun permasalahan yang terjadi adalah setiap pemberian harga dan layanan ke setiap pelanggan, belum memiliki standar. Selain itu permasalahan lainnya adalah masih kurang terintegrasinya data dari setiap divisi yang ada di CV. Lombok Abadi.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif analitis dan menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dan studi kepustakaan. Sedangkan untuk teknik analisa data yang digunakan untuk membantu dalam perbaikan sistem *Customer Relationship Management* (CRM) adalah MIT 90's Framework, tujuannya adalah agar dapat mengetahui permasalahan yang ada di dalam dan luar perusahaan, sehingga dapat menentukan teknologi yang sesuai dan cocok dengan permasalahan tersebut. Untuk membantu dalam membuat detail rancangan sistem maka digunakan *Business Process Model and Nation*.

Hasil dari penelitian ini adalah perbaikan sistem CRM yang disusulkan kepada pihak CV. Lombok Abadi untuk dapat memberikan harga dan layanan barang dengan kategori pelanggan yang telah ditentukan dan memiliki standar. Selain itu beberapa data di perusahaan terutama data barang dan data pelanggan menjadi dapat diakses langsung untuk setiap divisi di perusahaan. Dengan adanya perbaikan sistem CRM ini diharapkan hubungan antara pelanggan dengan CV. Lombok Abadi menjadi lebih terjaga.

## ***ABSTRACT***

Nama : Rivan Okkyvianus Ventana

NPM : 2013320061

Title : *Improved Customer Relationship Management system in CV. Lombok Abadi*

---

*CV. Lombok Abadi established since 1985 and located in Bandung, West Java. CV. Lombok Abadi became the official distributor in Bandung City for Bola Dunia paper brand. To maintain relationships with customers, CV. Lombok Abadi performs several ways for servicing customer. One of them is making different pricing and servicing aspect. But, the real time problem is there is no standardized pricing and servicing aspect to every customer and also less integrated data from many division.*

*This research using descriptive analytical research method and the data collecting techniques are using interview and literature study method. For assisting data analysis techniques for improvement of Customer Relationship Management (CRM) system is MIT 90's Framework, the goal is able to know the change of internal information and also external information, so they can determine appropriate technology for the existing problem in the company and also Business Process Model and Notation helping company to make any detail on this system design*

*The results of this research is the improvement of the proposed CRM system to CV. Lombok Abadi and be able to provide the price and service of goods with predefined and standard customer category. In addition, some data in the company, especially on data goods and customer data be more accessible to each division in the company. With the improvement of CRM system is expected relationship between customers with CV. Lombok Abadi becomes more supervised.*

## **KATA PENGANTAR**

Segala hormat dan puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan karunia-Nya, penulisan skripsi yang berjudul “ Perbaikan Sistem CRM di CV. Lombok Abadi” dapat selesai tepat pada waktunya. Penulisan skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi syarat menempuh Ujian Akhir Starta-1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam penulisan skripsi saya mendapat banyak bantuan, saran, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya selaku penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada seluruh pihak yang membantu dalam penyelesaian pembuatan skripsi ini, diantaranya :

1. Kepada papa, mama, dan adik, saya mengucapkan terima kasih karena selalu memberikan doa, semangat dan dukungan yang luar biasa besar, baik moral maupun materi dalam menyelesaikan Strata-1.
2. Kepada Bapak Drs. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.
3. Kepada Ibu Dr. Margareta Banowati Talim Dra., M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah meluangkan waktu untuk memberikan persetujuan dan tanda tangannya.

4. Kepada Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia dalam meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta dengan penuh kesabaran memberikan arahan dan nasehat yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
5. Kepada CV. Lombok Abadi yang telah bersedia mengizinkan perusahaannya menjadi objek penelitian penulisan skripsi ini.
6. Kepada seluruh dosen pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan, terutama Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis.
7. Kepada teman-teman “BEGUNDALS 13” Adrian, Andreas, Vidya, Reinhart, Triadi, Yoseffane, Ediwan, Alif dan Erick yang telah berjuang bersama, memberikan semangat terutama untuk Erick yang memberikan hiburan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
8. Kepada teman-teman WLFT yang telah memberikan motivasi dan dukungan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
9. Kepada Charly, Erick, Lucky, dan Henri yang telah memberikan motivasi, hiburan, dan dukungan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
10. Kepada seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas doa, dukungan dan nasehat yang diberikan.

Saya menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, segala kritik dan saran akan diterima dengan senang hati, untuk menjadi bahan masukan dan pertimbangan di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis



mengucapkan terimakasih dan semoga skripsi ini dapat membantu dan bermanfaat untuk tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Bandung,24 Juni 2017

Penulis,  
Rivan Okkyvianus Ventana

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2 KERANGKA TEORI.....	8
2.1 Customer Relationship Management (CRM).....	8
2.1.1 Pengertian CRM .....	8
2.1.2 Tahapan-Tahapan CRM .....	9
2.1.3 Proses CRM.....	10
2.1.4 Karakteristik CRM berdasarkan loyalitas.....	11
2.1.5 Keuntungan menerapkan CRM .....	11
2.1.6 Klasifikasi CRM.....	13
2.2 Sistem Informasi Manajemen.....	14
2.2.1 Pengertian Sistem Informasi.....	14
2.2.2 Klasifikasi Sistem Informasi .....	15
2.2.3 Komponen Sistem Informasi Manajemen .....	16
2.3 Sistem Customer Relationship Management.....	17
2.4 <i>Five Forces Model</i> .....	18

2.5 10 School Strategy Mintzberg.....	20
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	22
3.2 Metode Penelitian.....	22
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.4 Lokasi dan Sumber Data .....	24
3.5 Teknik Analisa Data.....	25
3.5.1 MIT 90's Framework .....	25
3.5.2 BPMN ( Business Process Modeling Notation) .....	27
3.5.2.1 Simbol BPMN .....	28
3.6 Operasionalisasi Variable.....	29
<b>BAB 4 OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
4.1 Profil Perusahaan.....	30
4.2 Proses Bisnis Umum.....	31
4.2.1 Waktu Operasional CV. Lombok Abadi .....	32
4.3 Struktur Organisasi.....	33
<b>BAB 5 PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
5.1 Proses Bisnis Aktual CV. Lombok Abadi .....	34
5.2 Proses Bisnis Usulan CV. Lombok Abadi.....	38
5.2.1 Proses Penerimaan Pesanan.....	41
5.2.2 Proses Mencatat Pesanan.....	43
5.2.3 Pembuatan Kategori Pelanggan.....	44
5.2.4 Proses penagihan ke pelanggan .....	51
5.3 Analisa persiapan CV. Lombok Abadi untuk Perbaikan Sistem CRM .....	52
5.3.1 Eksternal .....	53
5.3.2 Strategi.....	56
5.3.2.1 Strategi Saat Ini .....	56
5.3.2.2 Analisa SWOT Strategi Saat Ini .....	57

5.3.2.3 Strategi yang Diusulkan.....	58
5.3.3 Individual and Roles.....	59
5.3.4 Struktur.....	59
5.3.5 Manajemen Proses.....	60
5.3.6 Teknologi.....	61
5.3.7 Eksternal teknologi.....	62
5.4 Tampilan software AAA.....	64
5.5 Tanggapan Pemilik.....	73
5.5.1 Analisa SWOT Sistem Usulan.....	73
5.5.2 Penilaian dari Pimpinan.....	74
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
6.1 Kesimpulan.....	77
6.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	83

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Karakteristik Kategori Pelanggan.....	3
Tabel 3.1 Keterangan symbol BPMN.....	28
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variable.....	29
Tabel 4.1 Daftar merk dan ukuran kertas yang dijual CV Lombok Abadi.....	31
Tabel 5.1 Sample Penjualan CV. Lombok Abadi bulan Juni 2016.....	45
Tabel 5.2 Kategori pelanggan berdasarkan frekuensi.....	47
Tabel 5.3 Kategori pelanggan berdasarkan jumlah beli .....	48
Tabel 5.4 Kategori Pelanggan .....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses CRM.....	10
Gambar 3.1 MIT 90's Framework.....	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV. Lombok Abadi .....	33
Gambar 5.1 Proses bisnis aktual CV. Lombok Abadi .....	35
Gambar 5.2 Proses Bisnis Usulan.....	38
Gambar 5.3 Proses Penerimaan Pesanan.....	41
Gambar 5.4 Proses Pencatatan Pesanan .....	43
Gambar 5.5 Proses Pembuatan Kategori Pelanggan.....	44
Gambar 5.6 Proses penagihan .....	51
Gambar 5.7 MIT 90's Framework CV. Lombok Abadi.....	52
Gambar 5.8 Tampilan Login .....	64
Gambar 5.9 Tampilan Menu.....	65
Gambar 5.10 Tampilan Tagihan.....	66
Gambar 5.11 Tampilan detail pembelian pelanggan .....	68
Gambar 5.12 Tampilan Detail Tagihan .....	69
Gambar 5.13 Tampilan Pesanan.....	70
Gambar 5.14 Tampilan Bukti Kunjungan .....	72

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Wawancara dengan pimpinan CV. Lombok Abadi .....	83
Lampiran 2 Sample Data Penjualan bulan .....	85

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh BKPM (Badan Koordinasi Penanaman Modal) pada triwulan pertama tahun 2016, industri kertas menjadi industri yang paling diminati untuk ditanamkan modal oleh para investor, baik investor dari dalam negeri maupun luar negeri. Total investasi yang ditanamkan di industri kertas yaitu sebesar 18,7% dari total investasi semua industri atau senilai Rp. 27,5 T (bkpm.go.id,2016). Industri pulp dan kertas juga memiliki potensi untuk dikembangkan serta memiliki daya saing yang paling baik di Indonesia, karena negara lain sudah tidak memiliki ruang untuk mengembangkan lagi kecuali Indonesia dan negara di Amerika Latin (Handoyo, 2014).

Saluran distribusi untuk suatu industri terdiri dari produsen→cabang penjualan produsen→distributor→pengecer→konsumen (Kotler & Keller, 2008). Salah satu yang memiliki peranan penting dalam saluran distribusi adalah distributor, karena kedudukannya paling mendukung kerjasama antara konsumen dengan produsen. Selain itu distributorlah yang membuat konsumen mengenal nama produk dan nama dari produsen suatu produk. Bahkan terkadang produsen sangat bergantung pada distributor untuk menawarkan dan memasarkan produknya, karena distributor lebih mengenal pelanggannya dibandingkan produsennya.



Bola Dunia sebagai salah satu merk kertas membuat cabang penjualan produsen di setiap provinsi besar. Dari setiap cabang penjualan produsen akan mempunyai 2-3 distributor. Hal ini bertujuan agar mempermudah pemantauan dan agar tidak saling bersaing antar distributor dalam memasarkan produknya. Distributor diberi kebebasan untuk menentukan sendiri konsumennya dan diberi kebebasan dalam pemberian harga kertas yang ditawarkan tanpa adanya batas minimal.

Distributor kertas yang diteliti adalah CV. Lombok Abadi yang berlokasi di Jalan Lombok no. 59, Bandung. Perusahaan ini resmi berdiri sejak 1985. CV. Lombok Abadi menjadi distributor kertas resmi dari PT. Cakrawala Mega Indah dengan merk Bola Dunia, yang merupakan lokal marketing dari APP (Asia Pulp and Paper). Barang yang dijual di CV. Lombok Abadi adalah kertas dengan berbagai ukuran dan dengan merk mulai dari Bola Dunia, Copy Paper, E Paper, dan Natural

Salah satu cara yang dilakukan CV. Lombok Abadi untuk mempertahankan pelanggannya adalah membagi pelanggan menjadi 2 kategori yaitu pedagang grosir dan toko foto copy / alat tulis. Setiap kategori pelanggan memperoleh harga dan layanan yang berbeda sesuai kategorinya. Tabel 1.1 menjelaskan tentang karakteristik kategori pelanggan di CV. Lombok Abadi dan layanan yang diberikan perusahaan ke pelanggannya. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa CV. Lombok Abadi telah membedakan perlakuan kepada setiap pelanggannya, yang berarti secara tidak sadar perusahaan telah menjalankan prinsip CRM (Customer Relationship Management), tetapi belum memiliki standar.

Tabel 1.1 Karakteristik Kategori Pelanggan

	<b>Kategori A</b>	<b>Kategori B</b>
<b>Kebiasaan pelanggan :</b>		
1. Frekuensi pembelian	2-3x seminggu	1-2x sebulan
2. Jumlah barang	>1000 rim sebulan	<1000 rim sebulan
<b>Layanan Yang diberikan :</b>		
1. Pengiriman Barang	Diantar ke lokasi	Diantar ke lokasi
2. Penataan barang	Ditata oleh CV Lombok	Ditata oleh pelanggan
3. Harga	Mendapat diskon setiap pembelian 120 rim	Tidak ada potongan
4. Tempo Pembayaran	1 bulan	2 minggu
5. Bonus hari raya	Parsel dan kalender	Kalender

CRM adalah proses pengelolaan informasi secara rinci untuk masing-masing pelanggan dan secara cermat mengelola pelanggan demi memaksimalkan kesetiaan pelanggan (Kotler & Keller, 2008). Berdasarkan pengertian tersebut maka untuk menerapkan CRM diperlukan pengelolaan informasi pelanggan secara rinci dan mengelola pelanggan dengan cermat. Saat ini CRM yang telah dilakukan oleh CV. Lombok Abadi dengan memberikan layanan yang berbeda ke setiap pelanggannya yang dapat dilihat pada pada tabel 1.1.

CV. Lombok Abadi sebenarnya sudah memiliki informasi pelanggan dengan rinci tetapi belum mengelola data tersebut dengan baik (tidak memiliki standar), sehingga berakibat pada pengelolaan pelanggan yang tidak maksimal. Contohnya adalah pelanggan kategori A tidak mendapatkan harga dan layanan yang sesuai, sehingga menimbulkan keluhan dari pelanggan tersebut. Selain itu untuk pemberitahuan akan

kenaikan harga kertas, perusahaan biasanya memberitahu ke pelanggan yang dekat dengan pemimpin atau Divisi Pencatatan.

Selain itu Divisi *Salesman* sering mengalami permasalahan ketika melakukan penagihan ke pelanggan. Permasalahan yang terjadi adalah Divisi *Salesman* tidak mengetahui kebiasaan pelanggan yang akan ditagih karena CV. Lombok Abadi rutin dalam melakukan rotasi wilayah penagihan. Sebagai contoh, *salesman* tidak mendapatkan hasil penagihan karena tidak dapat menemui bagian pembayaran/pemilik dari toko tersebut karena tidak berada di tempat.

Permasalahan lainnya adalah Divisi Pencatatan lama dalam konfirmasi untuk ketersediaan barang pesanan pelanggan. Hal ini dikarenakan Divisi Pencatatan harus menghubungi Divisi Gudang terlebih dahulu untuk mengetahui ketersediaan barang pesanan yang memerlukan waktu  $\pm 10$  menit. Hal ini membuat pelanggan mengeluh karena harus menunggu.

Dari masalah - masalah tersebut CV. Lombok Abadi perlu melakukan perbaikan antara lain:

- Data barang yang terintegrasi antara Divisi Pencatatan dengan Divisi Gudang, sehingga Divisi Pencatatan dapat langsung mengetahui ketersediaan barang.
- Dibuatnya standar untuk setiap kategori pelanggan
- Adanya data kebiasaan pelanggan yang dapat bermanfaat, salah satunya untuk Divisi *Salesman* dalam melakukan penagihan

- Divisi Pencatatan harus mengetahui pelanggan mana yang harus diberi info kenaikan harga kertas.

Tujuan dari perbaikan-perbaikan tersebut agar CV. Lombok Abadi menjalankan prinsip CRM dengan benar, yaitu dengan membuat setiap pelanggan merasa diistimewakan. Oleh karena itu untuk mempersiapkan perbaikan dari CRM yang telah dilakukan oleh CV. Lombok Abadi, maka dibuat penelitian dengan judul “Perbaikan Sistem Customer Relationship Management di CV. Lombok Abadi”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dapat disimpulkan masalah yang akan diteliti antara lain :

1. Bagaimana sistem CRM yang telah dilakukan oleh CV. Lombok Abadi saat ini?
2. Apa kelebihan dari rancangan perbaikan sistem CRM yang diajukan untuk CV. Lombok Abadi?
3. Bagaimana persiapan CV. Lombok Abadi untuk menerapkan rancangan perbaikan sistem CRM?
4. Bagaimana tanggapan pemilik dengan rancangan perbaikan sistem CRM yang baru bagi CV. Lombok Abadi?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, maka diharapkan hasil penelitian ini dapat memecahkan masalah yang dialami CV. Lombok Abadi yaitu dengan:

1. Menjelaskan sistem CRM yang ada saat ini beserta kelemahan-kelemahannya dan disertai dengan solusi yang diberikan.
2. Merancang dan mendesain sistem yang sesuai dengan CV. Lombok Abadi untuk memberikan harga dan layanan yang sesuai dengan kategori.
3. Melihat kemampuan perusahaan dalam menerapkan perbaikan sistem CRM yang diusulkan.
4. Mengetahui tanggapan pemilik dan usulan yang diberikan terhadap rancangan perbaikan sistem CRM.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu bagi:

1. Perusahaan:
  - a. Membantu perusahaan untuk lebih mengenal pelanggannya
  - b. Menjaga hubungan perusahaan dengan pelanggan.
  - c. Dapat mengidentifikasi kelebihan dan kelemahan dari rancangan sistem yang diterapkan.
  - d. Memberikan masukan berupa strategi yang sesuai bagi perusahaan dan bermanfaat untuk pengelolaan perusahaan.
2. Penulis
  - a. Menambah pengetahuan mengenai penerapan rancangan sistem CRM di perusahaan disertai dampak positif dan negatifnya.

- b. Dapat menerapkan ilmu yang didapat selama di perkuliahan terutama di bidang Sistem Informasi