

**PENTINGNYA *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*  
UNTUK KEPUASAN PELANGGAN PT. TIMAH**

**TUGAS AKHIR**



**STEVEN DAVID JOSUA BOLANG**

**1141001016**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE**

**2019**

**PENTINGNYA *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*  
UNTUK KEPUASAN PELANGGAN PT. TIMAH**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen



**STEVEN DAVID JOSUA BOLANG**

**1141001016**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE**

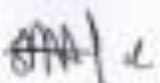
**2019**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Steven David Josua Bolang

NIM : 1141001016

Tanda Tangan : 

Tanggal : 26 Juli 2019

## HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

---

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Steven David Josua Bolang  
NIM : 1141001016  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Pentingnya *Customer Relationship Management*  
untuk kepuasan pelanggan PT.Timah

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi SI Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dedy Herdiansjah, M.Sc, MBA, Ph.D

Penguji I : Ariel B. Sulkoko, Ph.D

Penguji II : B.P Kusumo Bintoro, Ir., MBA, Dr.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 21 Agustus 2019



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul **“PENTINGNYA *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* UNTUK KEPUASAN PELANGGAN PT.TIMAH.”** Tugas akhir ini diajukan guna melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Bakrie. Selesaiannya penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak. Deddy Herdiansjah, M.Sc, MBA, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta juga dengan sabar untuk memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian tugas akhir ini.
2. Bapak Arief B. Suharko , Ph.D selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan untuk penyempurnaan tugas akhir ini;
3. Bapak BP. Kusumo Bintoro selaku dosen penguji dan pembimbing kedua yang telah memberikan saran dan masukan untuk penyempurnaan tugas akhir ini;
4. Direktur PT.Timah Bapak Mochtar Riza Pahlevi Tabrani yang telah memberikan saya kesempatan magang dan yang sudah menganggap saya seperti keponakannya sendiri;
5. Pembimbing-pembimbing magang saya dari PT.Timah Bapak Fajri, Bapak Sigit Prabowo, Bapak Denny, Mba Yeni, Bapak Ayos, Ibu Ria dan Bapak Purwoko atas kesediaannya membantu penulis dalam melakukan penelitian
6. Orang tua tercinta mama Fenty Novi Bolang dan Papa Johnneddy yang selalu mendoakan peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir dengan penuh semangat;
7. Rizky Amanda, Hilmi Fadhilla, Archie, Muhammad Faris Dzak, Ali Syahbana, Mas Suwandi, Jehena, dan Dharman yang telah memberi dukungan penuh kepada peneliti dalam pengerjaan tugas akhir;

8. Geng baper Danny, Ava nugroho, Dimas, Didit, Aqil yang sudah menghibur saya saat saya di Universitas Bakrie

Hanya doa yang dapat peneliti panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas semua kebaikan Bapak/Ibu/Saudara/i dan teman-teman sekalian. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak. Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Steven David Josua Bolang  
NIM : 1141001016  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

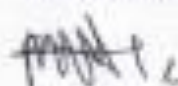
**"PENTINGNYA CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT UNTUK KEPUASAN  
PELANGGAN PT.TIMAH."**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan bebas Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengahmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 29 Juli 2019

Yang menyatakan,



Steven David Josua Bolang

**PENTINGNYA *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*  
UNTUK KEPUASAN PELANGGAN PT.TIMAH**  
**Steven David Josua Bolang**

---

**ABSTRAK**

Pelanggan merupakan elemen dasar dari setiap bisnis. Pelanggan merupakan faktor penentu bagi eksistensi suatu perusahaan. Dari pelangganlah sumber pendapatan perusahaan berasal. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan perusahaan karena pelanggan merupakan alasan mengapa suatu perusahaan eksis . Seiring berjalannya waktu PT. Timah ingin meningkatkan sistem pelayanannya. PT. Timah sangat memiliki peranan penjualan yang sangat besar dalam negeri, dan untuk mempertahankan pelanggannya PT.Timah perlu memperhatikan *strategy* perusahaan untuk memenuhi kepuasan Pelanggannya.

Penelitian Ini mempunyai tujuan untuk menganalisis tahapan *Customer Relationship management* memakai Theory 3R Barnes yaitu *Relationship*, *Retention*, dan *Recovery* dalam membangun kepuasan pelanggan. Dalam hubungan bisnis dengan pelanggan PT.Timah bersifat B2B. Dari hasil yang didapatkan oleh penulis, penulis menyimpulkan bahwa PT.Timah sudah menerapkan tahapan-tahapan yang disebutkan sehingga *Customer* merasa puas atas kinerjanya

Kata kunci: CRM, Kepuasan Pelanggan



**THE IMPORTANT OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT FOR CUSTOMER  
SATISFCATION OF PT.TIMAH**

**Steven David Josua Bolang**

---

**ABSTRACT**

*Customers are Primary element of every business. Customers are determine factor for the existence of a company. From the Customer, the source of the company's income comes from. Customer satisfaction is one of the important factors that must be considered by the company because the Customer is the reason why a company exists. Over time PT. Timah wants to improve its service system. PT. Timah has a very large sales role in the country, and to maintain its Customers PT. Timah needs to pay attention to the company's strategy to fulfill its Customers' satisfaction.*

*This study aims to analyze the stages of Customer Relationship management using the Barnes Theory 3R namely Relationship, Retention, and Recovery in building Customer satisfaction. In connecting business with PT. Timah Customers are B2B. From the results obtained by the author, the author conclude that PT. Timah has implemented the steps mentioned so that Customer feels satisfied with its performance.*

Key Word: CRM, Customer Satisfaction

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	III
HALAMAN PENGESAHAN.....	IV
KATA PENGANTAR .....	V
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	VII
ABSTRAK .....	VIII
ABSTRACT.....	IX
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR GAMBAR .....	XIII
DAFTAR TABEL.....	XIV
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penulisan .....	8
1.4 Manfaat Penulisan .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Timah.....	10
2.2 Bauran Produk .....	11
2.3 <i>Business to Business</i> .....	11
2.4 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	12
2.4.1 <i>Komponen Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	13
2.4.2 <i>Operasional Customer Relationship Management</i> .....	16
2.5 Kepuasan Pelanggan.....	17
2.5.1 <i>Manfaat Kepuasan Pelanggan</i> .....	18
2.6 Kerangka Analisis .....	19

BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Jenis Penelitian .....	20
3.2 Tempat Penelitian .....	20
3.3 Jenis Data.....	21
3.3.1 Data <i>Premier</i> .....	21
3.3.2 Data Sekunder .....	21
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	22
3.4.1 Observasi.....	22
3.4.2 Wawancara .....	22
3.4.3 Tri Angulasi .....	23
3.5 Teknik Analisis Data .....	23
3.5.1 Pengolahan Data.....	24
3.5.2 Penyajian Data .....	24
3.5.3 Verifikasi Data .....	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	25
4.1 Profil Perusahaan.....	25
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	26
4.1.2 Visi Dan Misi .....	28
4.1.3 Struktur organisasi .....	30
4.2 Hasil penelitian .....	32
4.2.1 Pentingnya <i>Customer Relationship Management</i> dalam membangun kepuasan Pelanggan .....	32
4.2.2 Strategi <i>Customer Relationship Management</i> PT.Timah .....	34
4.2.3 Interaksi antar Divisi <i>Marketing</i> PT.Timah dan pelanggan .....	36
4.2.4..... <i>Customer Relationship Management</i> dalam menanggulangi keluhan Pelanggan .....	37

4.2.4 Membangun Kepuasan Pelanggan .....	39
4.3 Pembahasan .....	41
4.3.1 Pelaksanaan Operasional <i>Customer Relationship Management</i> ( <i>Relationship, Recovery, Retention</i> ) .....	41
4.3.2 Kepuasan pelanggan.....	49
<b>BAB V SARAN DAN KESIMPULAN.....</b>	<b>53</b>
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Saran .....	56
5.2.1 Saran Akademis .....	56
5.2.2 Saran Praktis .....	56
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>58</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>60</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Logam Timah Dalam Negeri.....	3
Gambar 2.1 Logam Timah .....	10
Gambar 4.1 Kapal Keruk Timah.....	25
Gambar 4.2 Logo Perusahaan .....	28
Gambar 4.3 Struktur Organisasi.....	30
Gambar 4.4 Indeks Kualitas Produk dan Layanan Pada Pasar Dalam Negeri.....	42
Gambar 4.5 <i>Costumer Gathering</i> .....	44
Gambar 4.6 <i>Costumer Gathering</i> 2018.....	45
Gambar 4.7 <i>Costumer Visit</i> 2018.....	46
Gambar 4.8 Pelanggan Berdasarkan Waktu Berhubungan Bisnis .....	47
Gambar 4.9 Tingkat Kepuasan Dalam Negeri .....	50

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Pelanggan Dalam Negeri PT.Timah tbk.....	4
Tabel 1.2 Keluhan Pelanggan PT. Timah Tbk Dalam Negeri .....	5
Tabel 1.3 Program CRM PT. Timah Tbk .....	10
Tabel 4.1 Sejarah Perusahaan .....	26