

ISBN : 978-602-8557-31-3



PROSIDING

**SEMINAR NASIONAL
& KONFERENSI**

FORUM MANAJEMEN INDONESIA (FMI) KE - 9

Penguatan Daya Saing Melalui Inovasi, Manajemen Pengetahuan, dan Jejaring



SEMARANG & KARIMUNJAWA , 8 - 10 NOVEMBER 2017



**FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KORWIL JAWA TENGAH**

SEKRETARIAT :

- Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro Gedung A Kampus FEB UNDIP
Tembalang Semarang
- Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank (UNISBANK)
Jl. Kendeng V Bendan Ngisor Semarang

ISBN : 978-602-8557-31-3



9 78 - 6 0 2 - 8 5 5 7 - 3 1 - 3



ISBN : 978-602-8557-31-3

**PROSIDING
SEMINAR NASIONAL
& KONFERENSI**

FORUM MANAJEMEN INDONESIA (FMI) KE-9

Penguatan Daya Saing Melalui Inovasi, Manajemen Pengetahuan, dan Jejaring

Patra Semarang Hotel & Convention, 8 November 2017

DAFTAR REVIEWER

1. Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA (UNDIP)
2. Prof. Christantius Dwiatmadja, SE, ME, Ph.D (UKSW)
3. Prof. Dr. Suliyanto, MM (UNSOED)
4. Dr. Harjum Muharam, SE, M.Si (UNDIP)
5. Dr. Mutamimah, M.Si (UNISSULA)
6. Dr. Bambang Sudiyatno, M.M. (UNISBANK)
7. Dr. Euis Soliha, SE, M.Si (UNISBANK)
8. Dr. Berta Bekti Retnawati, SE,MS (UNIKA)
9. Olivia Fachrunnisa, Ph.D (UNISSULA)
10. Dr. Sih Darmi Astuti, M.Si (UDINUS)
11. Dra. Amie Kusumawardhani, M.Sc., Ph.D (UNDIP)
12. Dr. Alimuddin Rizal Rivai, M.M. (UNISBANK)
13. Dr. Budhi Cahyono, SE, MSi (UNISSULA)
14. Dr. Tri Purwani, M.M (UNAKI)

NO.ID	JUDUL	PENULIS	HLM
57	THE USE OF NINE BUILDING BLOCKS OF BUSINESS MODEL CANVAS TO DETERMINE BUSINESS MODEL OF BRASS INSTRUMENT REPARATION BUSINESS	Rico Saktiawan Jang Jaya	56
58	IDENTIFIKASI POTENSI PERTUMBUHAN EKONOMI DENGAN PENDEKATAN MULTIPLIER EFFECT (STUDI KASUS DI SURABAYA, INDONESIA)	Yuniningsih	57
59	ANALISIS SIMULTAN STRUKTUR KEPEMILIKAN, LEVERAGE, DAN KEBIJAKAN DIVIDEN SEBAGAI MEKANISME KONTROL AGENCY PROBLEM	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari	58
60	PENGEMBANGAN MODEL REKRUTMEN DAN SELEKSI KARYAWAN PADA SPIRITUAL COMPANY (STUDI KASUS PADA MANGROVE GRAFIKA YOGYAKARTA)	Yayan Firmansah Fajar Surya Ari Anggara Ely Windarti Hastuti	59
61	ENGAGEMENT KARYAWAN SEBAGAI PEMEDIASI PENGARUH COPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP PHSYCHOLOGICAL WELLNESS KARYAWAN	Anik Herminingsih	60
62	PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS MELALUI STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN	Fatina Rofika Ersya Musdholifah	61
63	PENGARUH SOCIAL MEDIA, WORD OF MOUTH DAN SERVICESCAPE TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE TAMAN WISATA ALAM SIBIO-BIO (AEK SABAON) DI KABUPATEN TAPANULI SELATAN	Syafrizal Helmi Situmorang Hardi Mulyono Syakina Reza Harahap	62
64	PENGELOLAAN HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) GUNA OPTIMALISASI PENJUALAN (Studi Kasus pada PT BBG)	Meilisa Puspitasari Fajria Fatmasari	63
65	INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAERAH DAN PREDIKSI KINERJA KEUANGAN DI SUMATERA UTARA	Isfenti Sadalia Corlina Fince Santalian Novi Andrani Butar-Butar	64
66	KUALITAS INTERAKSI DAN KEPRIMAAN KINERJA DALAM PEMASARAN RELASIONAL: PERAN KEPERCAYAAN SEBAGAI KEY MEDIATING VARIABLE	Allen Kristiawan Rully Arlan Tjahyadi	65
67	MENSINERGIKAN ANTARA PERAN PEMERINTAH DAERAH TERHADAP PEMBERDAYAAN BUDAYA LOKAL KERAJINAN SONGKET PALEMBANG	Kristina Sedyastuti Emi Suwarni Deny Erlansyah	66
69	PENGUNGKAPAN PROGRAM CSR DAN DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAN HARGA SAHAM	Marisya Mahdia Khoirina Ana Khusnul Awaliyah	67
70	CORPORATE GOVERNANCE, STRUKTUR MODAL, LEVERAGE DAN KINERJA KEUANGAN : STUDI PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN DI INDONESIA	Abdul Azis Ulil Hartono	68
71	PENGARUH PENGEMBANGAN KARIR TERHADAP KOMITMEN KARIR KARYAWAN MELALUI KOMPENSASI FINANSIAL DAN PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN KARYAWAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Bank Syariah di Kecamatan Sidoarjo dalam meningkatkan kinerja UMKM di Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur, Indonesia)	Rizky Eka Febriansah	69
72	MODEL PENENTU MARKET PRICE OF SHARE PADA SEKTOR MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI	Tita Deitiana Renata Chriselda	70
73	MANAGING GLOBAL TALENTS IN FACING VUCA THROUGH WISDOMS, INNOVATIONS, AND NETWORKS	Fajar Surya Ari Anggara	71
74	MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM MELALUI KAPASITAS INOVASI DI ERA MEA DENGAN PERSPEKTIF GENDER	Maya Yusnita Nanang Wahyudin	72
75	ANALISIS DETERMINAN YANG MEMPENGARUHI KUALITAS LABA	Heni Kusumawati	73

**PENGELOLAAN HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN
(CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)
GUNA OPTIMALISASI PENJUALAN
(Studi Kasus pada PT BBG)**

Meilisa Puspitasari dan Fajria Fatmasari
meilisapuspitasari70@yahoo.co.id, fajria@kemenperin.go.id
Program Studi Manajemen Pemasaran, Politeknik APP Jakarta

ABSTRAK

Pengelolaan hubungan dengan konsumen saat ini menjadi salah satu fokus perusahaan. Di samping memperkuat jejaring, pengelolaan hubungan dengan pelanggan diyakini dapat memberikan dampak positif yang nyata bagi perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan segala aktivitas pada PT. BBG berkaitan dengan pengelolaan hubungan dengan konsumen (CRM) serta dampak dari aktivitas yang telah dilakukan. Metode penelitian bersifat deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, pengumpulan dokumentasi dan *in-depth interview* dengan pihak terkait, serta *desktop-research* beragam literatur berkaitan dengan CRM. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa serangkaian aktivitas berkaitan CRM dilakukan oleh PT. BBG. Berdasarkan frekuensi, aktivitas tersebut diklasifikasikan menjadi kegiatan rutin dan tidak rutin (*insidental*). Berdasarkan sifatnya, aktivitas pengelolaan hubungan dengan pelanggan dibedakan menjadi beberapa kegiatan, yakni hiburan, edukasi, dan olahraga. Aktivitas CRM dilakukan oleh PIC (*person incharge*) yang ditunjuk oleh perusahaan. Dampak dari aktivitas CRM pada PT. BBG antara lain perpanjangan kontrak, penambahan kapasitas volume gas, serta *brand associate*. Berdasarkan hal tersebut, dapat ditarik kesimpulan jika aktivitas CRM diperlukan guna mengoptimalkan penjualan sehingga mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Meskipun diperlukan biaya serta waktu untuk pendekatan, namun CRM sangat memberikan dampak positif bagi perusahaan.

Kata kunci: pengelolaan hubungan pelanggan, gas, kualitatif

ABSTRACT

Management of customer relationships is now one of the company's focus. In addition to strengthening the network, customer relationship management is believed to have a real positive impact on the company. The purpose of this research is to explain all activities at PT. BBG relates to customer relationship management (CRM) as well as the impact of activities that have been done. The research method is qualitative descriptive. Data collection is done through observation, documentation collection and in-depth interviews with related parties, as well as desktop-research of various literatures related to CRM. Based on the research that has been done, obtained the result that a series of activities related to CRM conducted by PT. BBG. Based on frequency, these activities are classified into routine and non-routine (incidental) activities. Based on its nature, customer relationship management activities are divided into several activities, namely entertainment, education, and sports. The CRM activity is performed by the PIC (person in charge) designated by the company. The impact of CRM activity on PT. BBG includes contract renewal, gas volume capacity addition, and brand associate. Based on this, it can be deduced if CRM activity is needed to optimize sales so as to bring benefits to the company. Although cost and time is required for the approach, CRM has a positive impact on the company.

keywords: *customer relationship management, gas, qualitative*