

**CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) SYSTEMS
IMPLEMENTATION TO CAPTURE NEW LEADS AND OPTIMIZING
BUSINESS CONSULTANT PRODUCTIVITY**

By:

Andi Puspita
12007093

BACHELOR'S DEGREE
in

INDUSTRIAL ENGINEERING
FACULTY OF ENGINEERING AND INFORMATION TECHNOLOGY



SWISS GERMAN UNIVERSITY
The Prominence Tower
Jalan Jalur Sutera Barat No. 15, Alam Sutera
Tangerang, Banten 15143 - Indonesia

June 2022

STATEMENT BY THE AUTHOR

I hereby declare that this submission is my own work and to the best of my knowledge, it contains no material previously published or written by another person, nor material which to a substantial extent has been accepted for the award of any other degree or diploma at any educational institution, except where due acknowledgement is made in the thesis.

Andi Puspita

Student

Date

Approved by:

Ivan Kurniawan, S.T., B.Eng., M.T., M.B.A.

Thesis Advisor

Date

Dr. Tanika D. Sofianti, S.T., M.T.

Thesis Co-Advisor

Date

Dr. Maulahikmah Galinium, S.Kom., M.Sc.

Dean

Date

Andi Puspita

ABSTRACT**CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) SYSTEMS
IMPLEMENTATION TO CAPTURE NEW LEADS AND OPTIMIZING BUSINESS
CONSULTANT PRODUCTIVITY**

By

Andi Puspita

Ivan Kurniawan, S.T., B.Eng., M.T., M.B.A., Advisor

Dr. Tanika D. Sofianti, S.T., M.T., Co-Advisor

SWISS GERMAN UNIVERSITY

Pesatnya perkembangan teknologi digitalisasi membuat pekerjaan manual pada umumnya dapat diselesaikan dengan cepat dan akurat. Teknologi digitalisasi merupakan salah satu alat yang sering digunakan dalam aktivitas manusia, misalnya penggunaan aplikasi pada *notebook* atau *smartphone* untuk menginput, mengelola dan menyimpan *big data*. Digitalisasi juga merambah ke berbagai sektor seperti perusahaan distributor alat berat PT ABC.

Pada awal tahun 2021, PT ABC mengembangkan sistem *Customer Relationship Management* (CRM), yang merupakan alat untuk mengintegrasikan interaksi manusia, proses dan infrastruktur. CRM ini akan menghubungkan pelanggan melalui *front office* atau *Business Consultant* (BC) yang terhubung dengan *back office* (*Marketing, Finance, Service, Logistics*). Dengan sistem ini, Divisi Penjualan akan memiliki dasbor lengkap yang menjelaskan tentang Saluran Penjualan, AR, dan Pelacakan Prospek untuk mengetahui perkembangan prospek hingga *deal* atau *lost deal*. Mengukur rasio kemenangan dan menganalisis transaksi yang hilang, mengetahui perkembangan keluhan pelanggan.

Dengan penelitian ini akan diperoleh data peningkatan *lead* atau prospek penjualan dan tingkat adopsi sejak penerapan CRM sehingga pada akhirnya akan digunakan untuk merumuskan saran pengembangan strategis terkait Change Management dari sisi pengguna.

Keywords: *Customer Relationship Management, CRM, Digitalisasi, Business Consultant.*

ABSTRACT**CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) SYSTEMS
IMPLEMENTATION TO CAPTURE NEW LEADS AND OPTIMIZING BUSINESS
CONSULTANT PRODUCTIVITY**

By

Andi Puspita

Ivan Kurniawan, S.T., B.Eng., M.T., M.B.A., Advisor

Dr. Tanika D. Sofianti, S.T., M.T., Co-Advisor

SWISS GERMAN UNIVERSITY

The rapid development of digitalization technology makes the manual work in general can be completed quickly and accurately. Digitization technology is one of the tools that is often used in human activities, for example the use of applications on notebooks or smartphones to input, manage and store big data. Digitization has also penetrated into various sectors such as the heavy equipment distributor company PT ABC.

In early 2021, PT ABC developed a Customer Relationship Management (CRM) system, which is a tool to integrate human interaction, processes and infrastructure. This CRM will connect customers through the front office or Business Consultant (BC) which is connected to the back office (Marketing, Finance, Service, Logistics). With this system, the Sales Division will have a comprehensive dashboard describing the Sales Funnel, AR and Leads tracking to find out the progress of leads to deals or losses. Measuring winning ratios and analyzing lost deals, knowing the progress of customer complaints.

With this research, data of increasing leads or sales prospects and adoption rate since the implementation of CRM will be obtained so in the end it will be used to formulate strategic development advice related to Change Management from the User side.

Keywords: Customer Relationship Management, CRM, Digitalization, Business Consultant.

© Copyright 2022
oleh Andi Puspita
Hak cipta dilindungi

LEMBAR PERSEMBAHAN

Tesis ini didedikasikan untuk keluargaku tercinta, PT Bina Pertiwi dan masa depan
negaraku: Indonesia

PENGHARGAAN

Alhamdulillah rabbi 'alamin, saya panjatkan puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas berkat dan rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tesis ini.

Ucapan terimakasih kepada istri dan anak-anakku tercinta yang telah memberikan dukungan yang luar biasa dengan merelakan waktunya kepada saya sebagai suami dan ayah dari anak-anak untuk menyelesaikan tesis ini dengan baik.

DAFTAR ISI

	Hal
LEMBAR PERSEMBAHAN	6
PENGHARGAAN.....	7
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR TABEL	13
BAB 1 – PENDAHULUAN	14
1.1 Latar Belakang	14
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Batasan Penelitian	16
1.5 Manfaat Penelitian	16
1.6 Pertanyaan Penelitian.....	17
1.7 Struktur Penulisan.....	17
BAB 2 - KAJIAN PUSTAKA.....	19
2.1 Pandangan Teoretis	19
2.1.1 DMAIC	19
2.1.2 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	20
2.1.2.1 Pengertian CRM.....	20
2.1.2.2 Ruang Lingkup CRM.....	21
2.1.2.3 Tujuan CRM	22
2.1.3 Salesman	23
2.1.4 Manajemen Perubahan.....	25
2.1.4.1 Konsep Perubahan	25
2.1.4.2 Konsep Manajemen Perubahan.....	25
2.1.4.3 Faktor Pendorong Perubahan.....	26

2.1.4.4	Faktor Penghambat Perubahan	27
2.1.4.5	Sejumlah Tujuan dari Perubahan yang Direncanakan	27
2.1.4.6	Sasaran Perubahan	28
2.1.4.7	Proses dan Indikator Manajemen Perubahan	28
BAB 3	- METODE PENELITIAN	31
3.1	Tahap Identifikasi dan Penelitian Awal	32
3.1.1	Identifikasi Masalah	32
3.1.2	Penentuan Tujuan Penelitian	32
3.2	Tahap Pengumpulan Data	33
3.2.1	Pengambilan Data <i>Performance</i> dan Pengamatan Langsung	33
3.2.2	Survey dari Pengguna	33
3.3	Tahap <i>Define</i>	33
3.4	Tahap <i>Measure</i>	33
3.5	Tahap <i>Analyze</i>	33
3.6	Tahap <i>Improve</i>	34
3.7	Tahap <i>Control</i>	34
3.8	Tahap Kesimpulan dan Saran	34
BAB 4	- PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	35
4.1	Tahap <i>Define</i>	35
4.1.1	<i>Business Process Flow</i>	35
4.1.2	Implementasi <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	36
4.2	Tahap <i>Measure</i>	55
4.2.1	Data <i>Performance</i> Perusahaan	55
4.2.2	<i>Adoption Rate CRM</i>	59
4.2.3	Lead Opportunity CRM	60
4.2.4	Kuesioner <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	60
4.3	Tahap <i>Analyze - Customer Relationship Management (CRM)</i> dengan Metode Fishbone	67
4.4	Solusi <i>Improvement</i>	70
4.5	Tahap <i>Control</i>	74
4.5.1	<i>Standart Operating Procedure (SOP)</i>	75
4.5.2	Manajemen Perubahan	75

BAB 5 - KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	80
Form Kuesioner	80
CURRICULUM VITAE	87

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 3. 1 Alur metode penelitian menggunakan DMAIC	31
Gambar 4. 1 Business Process CRM sebagai aplikasi Demand Management	36
Gambar 4. 2 Flowchart Monthly Planner	37
Gambar 4. 3 Aplikasi Monthly Planner	38
Gambar 4. 4 Flowchart Call Report	39
Gambar 4. 5 Aplikasi Call Report	40
Gambar 4. 6 Flowchart Leads	42
Gambar 4. 7 Aplikasi Leads Tracking	43
Gambar 4. 8 Flowchart Customer Care	45
Gambar 4. 9 Aplikasi Customer Care	46
Gambar 4. 10 Flowchart Monthly Target	48
Gambar 4. 11 Aplikasi Monthly Target	48
Gambar 4. 12 Flowchart Cash In	50
Gambar 4. 13 Aplikasi AR dan Cash In	51
Gambar 4. 14 Flowchart Promotion	52
Gambar 4. 15 Aplikasi Promotion	52
Gambar 4. 16 Flowchart Support Needed	53
Gambar 4. 17 Aplikasi Support Needed	54
Gambar 4. 18 Total revenue PT ABC dalam Miliar Rupiah, aktual sampai tahun 2021 (Sumber: Laporan internal perusahaan)	55
Gambar 4. 19 Revenue PT ABC tahun 2021 menurut sektor bisnis dalam Miliar Rupiah (Sumber: Laporan internal perusahaan)	56
Gambar 4. 20 Revenue PT ABC menurut lini bisnis dalam Miliar Rupiah, aktual sampai 2021 (Sumber: Laporan internal perusahaan)	56
Gambar 4. 21 Penjualan selama tahun 2021 dan 2022 menurut Lini Bisnis	57
Gambar 4. 22 Penjualan selama tahun 2021 dan 2022 untuk Lini Bisnis Unit	58

Gambar 4. 23 Penjualan Unit Forklift selama tahun 2021 dan 2022 dalam amount dan jumlah unit.	58
Gambar 4. 24 Sektor penjualan Forklift	59
Gambar 4. 25 CRM <i>Adoption Rate</i> selama tahun 2021 dan 2022	59
Gambar 4. 26 <i>Lead</i> prospek Unit Forklift selama tahun 2021 dan 2022 dalam amount	60
Gambar 4. 27 Kuesioner CRM menggunakan Google Form	61
Gambar 4. 28 Grafik respon kuesioner bagian pertama mengenai pengenalan CRM dan peran manajemen.	63
Gambar 4. 29 Grafik respon kuesioner bagian kedua mengenai pelatihan dan kesiapan implementasi CRM.	65
Gambar 4. 30 Grafik respon kuesioner bagian ketiga mengenai motivasi penggunaan CRM.....	67
Gambar 4. 31 <i>Fishbone Diagram Customer Relationship Management (CRM) PT ABC</i>	69

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 4. 1 Master Data Monthly Planner	38
Tabel 4. 2 Master Data Call Report	41
Tabel 4. 3 Master Data Leads	44
Tabel 4. 4 Master Data Quotation	44
Tabel 4. 5 Master Data Customer Care	47
Tabel 4. 6 Master Data Monthly Target	49
Tabel 4. 7 Master Data AR dan Cash In.....	51
Tabel 4. 8 Master Data Promotion	52
Tabel 4. 9 Master Data Support Needed	54
Tabel 4. 10 Skala Likert	61
Tabel 4. 11 Respon kuesioner bagian pertama mengenai pengenalan CRM dan peran manajemen.	62
Tabel 4. 12 Respon kuesioner bagian kedua mengenai pelatihan dan kesiapan implementasi CRM.	64
Tabel 4. 13 Respon kuesioner bagian ketiga mengenai motivasi penggunaan CRM. ...	66
Tabel 4. 14 Solusi <i>Improvement</i> dari Analisa <i>Fishbone Diagram Customer Relationship Management (CRM) PT ABC kelompok Man</i>	70
Tabel 4. 15 Solusi <i>Improvement</i> dari Analisa <i>Fishbone Diagram Customer Relationship Management (CRM) PT ABC kelompok Method</i>	71
Tabel 4. 16 Solusi <i>Improvement</i> dari Analisa <i>Fishbone Diagram Customer Relationship Management (CRM) PT ABC kelompok Material</i>	72
Tabel 4. 17 Solusi <i>Improvement</i> dari Analisa <i>Fishbone Diagram Customer Relationship Management (CRM) PT ABC kelompok Machine</i>	73