

BAB I

PENDAHULUAN

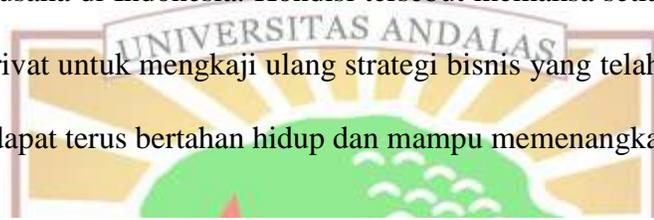
1.1.Latar Belakang

Menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan merupakan kunci sukses perusahaan yang mampu bertahan dan melayani kebutuhan konsumennya dengan baik. *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan salah satu alat bantu perusahaan untuk menciptakan tawaran-tawaran kepada pelanggan dan juga dapat meningkatkan pelayanannya, untuk membantu perusahaan mempertahankan pelanggannya serta mengarah pada manfaat lain yang dapat diperoleh perusahaan

Dalam melakukan pemasaran, segala usaha dilakukan untuk dapat meraih pelanggan sebanyak-banyaknya. Akan tetapi, saat ini bukan bagaimana menyampaikan produk atau jasa perusahaan sampai ke tangan pelanggan, tetapi bagaimana cara perusahaan dapat menyediakan produk dan jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. CRM (*Customer Relationship Management*) sangat diperlukan perusahaan dalam melakukan sebuah usaha atau strategi untuk dapat melayani pelanggan dengan baik. Peran CRM disini tidak terbatas kepada kepuasan pelanggan, tetapi lebih jauh dengan adanya penerapan CRM ini perusahaan dapat melayani pelanggan dengan baik serta tetap mempertahankan loyalitas pelanggan..

Demikian pula bagi PT. PLN (Persero) yang merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang jasa kelistrikan. Salah satu tugas

utamanya adalah menyediakan sumber daya tenaga listrik untuk kebutuhan seluruh bangsa Indonesia. PT. PLN (Persero) adalah pelaku tunggal (monopoli) dalam usaha kelistrikan, dengan Pemerintah Republik Indonesia sebagai pemegang saham terbesar. Era globalisasi dan berkembangnya komitmen pemerintah untuk menerapkan ekonomi pasar serta memangkas praktek-praktek monopoli, telah menyebabkan meningkatnya iklim persaingan usaha di Indonesia. Kondisi tersebut memaksa setiap perusahaan, baik publik maupun privat untuk mengkaji ulang strategi bisnis yang telah diterapkan selama ini, agar mereka dapat terus bertahan hidup dan mampu memenangkan persaingan.



Meskipun merupakan perusahaan yang memonopoli usaha dibidang kelistrikan, tetapi PT PLN (Persero) sebagai sumber pokok paling utama dalam penyedia layanan sumber daya atau tenaga listrik di Indonesia berusaha untuk memberikan peningkatan pelayanan kepada para pelanggannya dengan mengembangkan strategi CRM yang membuat banyak otomatisasi pada proses bisnisnya.

Salah satunya menangani pelayanan pelanggan secara terpusat. Sehingga akan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dari PT PLN (Persero) dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para pelanggan. Agar tujuan tersebut dapat tercapai maka diperlukan sebuah sistem yang berkualitas. salah satu model strategi yang digunakan oleh PT PLN adalah diterapkannya *Customer Relationship Management* (CRM) yang mengintegrasikan dan menyimpan semua data perusahaan dengan pelanggan.

Dengan adanya sistem CRM (*Customer Relationship Management*), maka diharapkan agar PT. PLN dapat mengetahui bagaimana langkah langkah atau cara cara melayani konsumen, agar konsumen merasa puas sehingga keuntungan yang diperoleh semakin meningkat, karena apabila konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka secara otomatis konsumen tersebut akan loyal terhadap perusahaan.

Berdasarkan atas permasalahan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di perusahaan tersebut untuk melihat secara langsung bagaimana perusahaan menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM).

Oleh karena itu, proposal penelitian ini di beri judul **“PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) PADA PT. PLN (Persero) AREA PADANG RAYON BELANTI“**



1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk membahas rumusan masalah yaitu tentang Bagaimana bentuk penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) pada PT. PLN (Persero) Area Padang Rayon Belanti?

1.3 Tujuan Magang

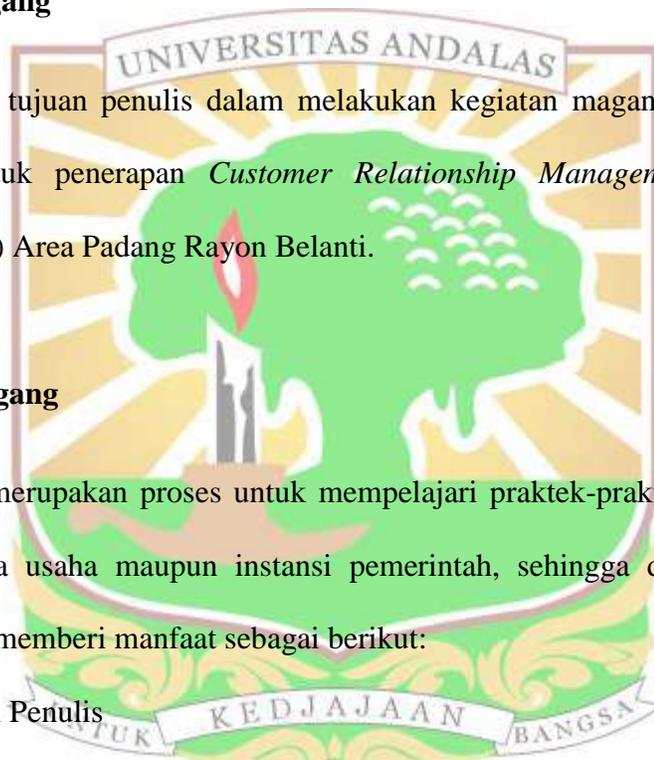
Adapun tujuan penulis dalam melakukan kegiatan magang ini adalah untuk mengetahui bentuk penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) pada PT.PLN (Persero) Area Padang Rayon Belanti.

1.4 Manfaat Magang

Magang merupakan proses untuk mempelajari praktek-praktek pekerjaan yang nyata pada dunia usaha maupun instansi pemerintah, sehingga diharapkan laporan magang ini akan memberi manfaat sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Penulis dapat menerapkan ilmu dan teori-teori yang telah dipelajari selama kuliah dan mengimplementasikan pada kegiatan yang sesungguhnya, kemudian penulis juga mempunyai peluang untuk mendapatkan pengetahuan baru di bidang pemasaran dan manajemen hubungan pelanggan pada suatu perusahaan.



b. Bagi Perusahaan

Hasil dari magang ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk menyelesaikan suatu masalah dan juga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam penyempurnaan perusahaan.

c. Bagi Pembaca

Hasil dari magang ini diharapkan dapat memberikan salah satu sumbangan dan tambahan pemikiran bagi perkembangan dunia ilmu pengetahuan dan teknologi pada era globalisasi saat ini.

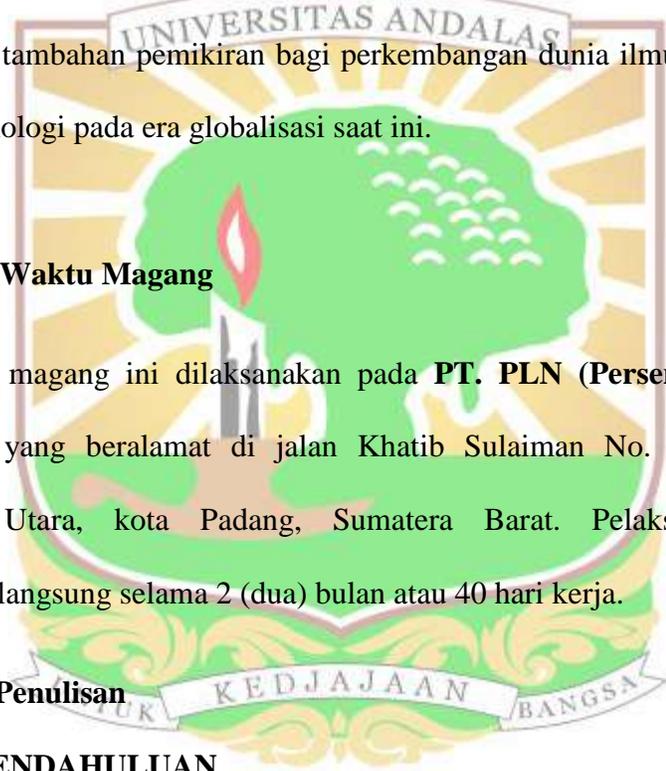
1.5 Tempat dan Waktu Magang

Kegiatan magang ini dilaksanakan pada **PT. PLN (Persero) Area Padang Rayon Belanti** yang beralamat di jalan Khatib Sulaiman No. 44, Ulak Karang Selatan, Padang Utara, kota Padang, Sumatera Barat. Pelaksanaan penelitian direncanakan berlangsung selama 2 (dua) bulan atau 40 hari kerja.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat magang, tempat dan waktu magang, jadwal kegiatan magang, dan sistematika penulisan laporan.



BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisikan tentang landasan teori yang berkaitan dengan konsumen serta *Customer Relationship Management* (CRM).

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini penulis menguraikan hal-hal yang berkaitan dengan PT.PLN (Persero) Padang. Uraian ini berisi tentang sejarah perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi dan kegiatan umum PT. PLN (Persero) Area Padang Rayon Belanti.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisikan laporan dari hasil kegiatan yang dilaksanakn selama magang yaitu menguraikan tentang penerapan CRM pada PT.PLN (Persero) Area Padang Rayon Belanti.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini memberikan kesimpulan dan saran terhadap permasalahan yang timbul berdasarkan pengamatan penulis selama melakukan magang di PT. PLN (Persero) Area Padang Rayon Belanti.

