

PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DI PT. WANINDO PRIMA

PROYEK AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam
menyelesaikan Program Diploma IV
Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara
Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun Oleh:

FAIZ AKBAR ILYAS

Nomor Induk: 2020306006

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN KONVENSI DAN ACARA
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG**

2024

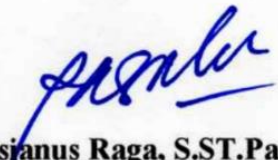
LEMBAR PENGESAHAN

PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DI PT. WANINDO PRIMA

NAMA : FAIZ AKBAR ILYAS
NIM : 2020306006
JURUSAN : PERJALANAN
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN KONVENSI DAN ACARA

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Marsjanus Raga, S.ST.Par., MM.Par., CEE.
NIP. 19751024 200902 1 001


R. Darmawan Sundavana, S.Sos., MM.Par.
NIP. 19601102 199803 1 001

Bandung, 16 Juni 2024

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.

NIP. 19710316 199603 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI PT. WANINDO PRIMA

NAMA : Faiz Akbar Ilyas
NIM : 2020306006
PROGRAM STUDI : Pengelolaan Konvensi dan Acara (PKA)

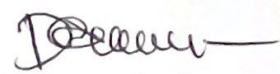
Pembimbing Utama,


Marsianus Raga, S.ST.Par.,

MM.Par., CEE.

NIP. 19751024 200902 1 001

Pembimbing Pendamping,


R. Darmawan Sundayana, S.Sos.,

MM.Par.

NIP. 19601102 199803 1 001

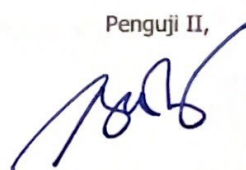
Penguji I,


Endang Komesty Sinaga, S.S.,

MM.Par., CHE., CHRMP.

NIP. 19741103 200812 2 001

Penguji II,


Bagus Githa Adhitya Muhammad,

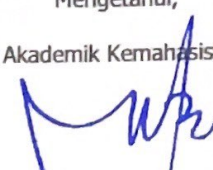
MM.Par., CEP., CEM., CEE.

NIP. 19851124 202321 1 010

Bandung, 14 Agustus 2024

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama


Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE

NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung


Dr. Anwari Masatip., MM.Par., CEE

NIP. 19750415 200212 1 001



A CONTUMELIIS ORITUR, EX DEFECTU DISCIMUS

“From insults, we arise, and from failure, we learn.”

Karya Ini Saya Persembahkan Untuk :

ALLAH SWT,

Karena semua ini berjalan lancar dan tidak ada masalah dikarenakan atas rahmat dan izin-Nya.

Bunda, Ayah, dan Adik Saya Tercinta,

Karena telah mendidik, mendoakan, dan memberikan dukungan moral dan materil, dan atas kasih sayang yang telah diberikan kepada saya hingga saat ini.

Kakek, Nenek, dan Keluarga Terkasih,

Terima kasih atas dukungan dan juga kasih sayang yang telah diberikan, pendapat serta saran yang diberikan kepada penulis.

Dosen Pembimbing, dan Dosen Program Studi PKA,

Terimakasih atas ilmu, kritik, saran, & masukan yang sangat berguna untuk diri saya nantinya.

Kosan Cobra,

Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada Andre, Akbar, Irfan, Gurit, Leri, Fadel, Ical, dan Dion yang telah memberikan dukungan, dan banyak menghabiskan waktu bersama saya dalam situasi yang menyenangkan dan sedih. Mereka telah menjadi tempat bercerita bagi saya.

Serta Kawan-Kawan Sea Monkeys,

Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Afta, Farhan, Bayu, Je, Aril dan semua teman lainnya yang telah menjadi teman seperjuangan dan sangat membantu saya selama perkuliahan saya ini.

“Semoga Kalian Semua Senantiasa Berada Dalam Lindungan-Nya”

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertandatangan di bawah ini, saya :

Nama : Faiz Akbar Ilyas
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung / 4 Mei 2002
NIM : 2020306006
Program Studi : Pengelolaan Konvensi dan Acara
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:
"Penerapan Customer Relationship Management di PT. Wanindo Prima" ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari dosen pembimbing.
2. Di dalam Proyek akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas tercantum sebagai acuan di dalam naskah sebagai sumber, nama pengarang dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila didalam naskah Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan, atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Demikian Surat pernyataan ini saya buat dengan sebaik-baiknya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Bandung, 19 Juni 2024



Faiz Akbar Ilyas
NIM 2020306006

ABSTRAK

Persaingan di industri *event* sangat ketat, terutama di antara kontraktor pameran. PT. Wanindo Prima berusaha tetap kompetitif dengan menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM) untuk mengelola hubungan pelanggan dan mengumpulkan informasi kebutuhan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi serta menganalisis penerapan *Customer Relationship Management: People, Process, and Technology* (Kumar & Reinartz, 2018). Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan alat pengumpulan data yaitu kuesioner atau angket dengan sifat tertutup. Adapun pengumpulan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan teknik *non probability sampling*. Penelitian ini menggunakan rumus Krejcie and Morgan guna menetapkan jumlah sampel, dengan sampel yang diambil berasal dari pengguna jasa kontraktor event pameran di PT. Wanindo Prima tahun 2023. Data yang didapat diolah dengan menggunakan *software Microsoft Excel* dan *SPSS Statistics*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan menilai bahwa aspek *people*, *process*, dan *technology* di PT. Wanindo Prima secara keseluruhan sudah cukup baik dalam mendukung tercapainya kepuasan pelanggan, meskipun masih ada ruang untuk peningkatan dalam hal profesionalisme staf, kecepatan respons, dan pengembangan teknologi yang lebih *user-friendly*. Rekomendasi yang dapat diterapkan oleh perusahaan ialah peningkatan keterampilan SDM melalui pelatihan komunikasi dan studi kasus, penambahan karyawan untuk meningkatkan pelayanan, penyusunan SOP yang lebih rinci, penggunaan sistem manual untuk keamanan data pelanggan, serta pengaktifan kembali dan peningkatan responsivitas *website* perusahaan untuk memudahkan akses informasi bagi pelanggan.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management (CRM), People, Process, Technology, Kontraktor Event Pameran*

ABSTRACT

Competition in the events industry is fierce, especially among exhibition contractors. PT Wanindo Prima is trying to stay competitive by implementing customer relationship management (CRM) to manage customer relationships and gather information on their needs. This research aims to identify and analyze the implementation of Customer Relationship Management: People, Process, and Technology (Kumar & Reinartz, 2018). The research method used is a descriptive method with a quantitative approach using a data collection tool, namely a questionnaire or questionnaire with a closed nature. The sample collection used purposive sampling with a non-probability sampling technique. This study uses the Krejcie and Morgan formula to determine the number of samples, with samples taken from users of exhibition event contractor services at PT Wanindo Prima in 2023. The data obtained is processed using Microsoft Excel and SPSS Statistics software. The results showed that customers considered that the people, process, and technology aspects at PT Wanindo Prima were overall quite good in supporting the achievement of customer satisfaction, although there is still room for improvement in terms of staff professionalism, response speed, and the development of more user-friendly technology. Recommendations that can be implemented by the company are: improving HR skills through communication training and case studies; adding employees to improve services; preparing more detailed SOPs; using a manual system for customer data security; and reactivating and increasing the responsiveness of the company website to facilitate access to information for customers.

Keywords : Customer Relationship Management (CRM), People, Process, Technology, Exhibition Stand Contractor

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur selalu saya panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan proyek akhir saya dengan judul **“Penerapan *Customer Relationship Management* di PT. Wanindo Prima”** hingga selesai sesuai dengan periode yang telah ditentukan.

Melalui lembar kata pengantar ini saya ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang terkait serta telah mendukung pembuatan proyek akhir ini, yaitu:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, S.Sos., MM.Par., CEE. selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, B.A., M.M.Par., CHE. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama
3. Bapak Marsianus Raga, S.ST.Par., MM.Par., CEE. selaku Ketua Jurusan Perjalanan dan Dosen Pembimbing Utama
4. Bapak Reza Nurizki, S.Pd., M.Sc., CHE. selaku Ketua Prodi Pengelolaan Konvensi dan Acara
5. Bapak R. Darmawan Sundayana, S.Sos., MM.Par. selaku Dosen Pembimbing Pendamping
6. Seluruh karyawan PT. Wanindo Prima yang telah mendukung dan membantu penulis dalam mengerjakan penelitian ini

7. Seluruh dosen dan staff pengajar, terutama pada program studi Pengelolaan Konvensi dan Acara yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan sehingga penulis dapat menyusun proyek akhir ini dengan benar.
8. Rekan-rekan Pengelolaan Konvensi dan Acara 2020 yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam menyusun proyek akhir ini.

Proyek akhir ini dibuat sebaik-baiknya oleh saya, namun tentu saja masih banyak kekurangan dalam pembuatan proyek akhir ini baik secara teknis maupun non teknis, maka dari itu saya sangat terbuka dan mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun untuk peningkatan kualitas yang lebih baik kedepannya.

Sekian kata-kata sambutan yang dapat saya sampaikan, semoga penelitian ini dapat berguna bagi pembacanya. Atas perhatiannya saya ucapkan banyak terima kasih.

Bandung, 19 Juni 2024

Faiz Akbar Ilyas

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN TEORI.....	11

A. Kajian Teori	11
1. Pemasaran	11
2. Pemasaran Jasa	12
3. <i>Customer Relationship Management</i>	16
B. Kerangka Pemikiran	50
BAB III METODE PENELITIAN	52
A. Pendekatan Penelitian	52
B. Obyek Penelitian	53
C. Populasi dan Sampel	54
D. Metode Pengumpulan Data	56
E. Definisi Operasional Variabel	59
F. Analisis Data	60
G. Jadwal Penelitian	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	69
A. Profil Responden	69
B. Hasil Penelitian	70
C. Pembahasan	85
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI	93
A. Kesimpulan.....	93

B. Rekomendasi	94
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 LOGO PERUSAHAAN PT. WANINDO PRIMA.....	4
GAMBAR 2 KERANGKA PEMIKIRAN.....	51
GAMBAR 3 RUMUS KREJCIE AND MORGAN	55
GAMBAR 4 SKALA RENTANG	64
GAMBAR 5 DIAGRAM JABATAN RESPONDEN.....	69
GAMBAR 6 RENTANG PENILAIAN DIMENSI PEOPLE.....	74
GAMBAR 7 RENTANG PENILAIAN DIMENSI PROCESS (INTERAKSI) ...	78
GAMBAR 8 RENTANG PENILAIAN DIMENSI PROCESS (PERSONALISASI).....	81
GAMBAR 9 RENTANG PENILAIAN DIMENSI TECHNOLOGY	84
GAMBAR 10 SEMINAR DAN PELATIHAN KARYAWAN DNVB	95
GAMBAR 11 BINGKISAN PERUSAHAAN	96
GAMBAR 12 WEBSITE PT. WANINDO PRIMA	97

DAFTAR TABEL

TABEL 1 BOOTH CONSTRUCTION PT. WANINDO PRIMA	5
TABEL 2 SKALA LIKERT.....	58
TABEL 3 MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL	60
TABEL 4 SKALA LIKERT.....	62
TABEL 5 UJI VALIDITAS.....	66
TABEL 6 UJI RELIABILITAS.....	68
TABEL 7 JADWAL PENELITIAN.....	68
TABEL 8 TANGGAPAN RESPONDEN DIMENSI PEOPLE	71
TABEL 9 TANGGAPAN RESPONDEN DIMENSI PROCESS (INTERAKSI). 75	
TABEL 10 TANGGAPAN RESPONDEN DIMENSI PROCESS (PERSONALISASI).....	78
TABEL 11 TANGGAPAN RESPONDEN DIMENSI TECHNOLOGY.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 SURAT PENGANTAR KETERANGAN PENELITIAN	100
LAMPIRAN 2 SURAT IZIN PENELITIAN	101
LAMPIRAN 3 SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN DARI LOKUS.....	102
LAMPIRAN 4 KUESIONER PENELITIAN PROYEK AKHIR “PENERAPAN <i>CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT</i> DI PT. WANINDO PRIMA”	103
LAMPIRAN 5 BUKTI BIMBINGAN.....	109
LAMPIRAN 6 HASIL TURNITIN.....	109
LAMPIRAN 7 BIODATA PENULIS.....	110

DAFTAR PUSTAKA

- Alfatih, M. F. (2023). Pelaksanaan Manajemen Kontraktor Proyek Stand Event Pameran di PT Wanindo Prima. *Politeknik Negeri Lampung*, 4.
- Aprilia, N. (2023). Peran Kontraktor Pameran dalam Penyelenggaraan Pameran ICRAFT 2023 oleh PT. Cityneon Prima Mandiri. *Universitas Mercu Buana Jakarta*.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Buttle, F., & Maklan, S. (2016). *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies (3rd ed.)*. London: Routledge.
- Darmadi, H. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Getz, D. (2007). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. Routledge.
- Hadjar, I. (1996). *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kwantitatif Dalam Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kementerian Pariwisata & Ekonomi Kreatif. (2020). *Outlook Pariwisata & Ekonomi Kreatif Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pariwisata & Ekonomi Kreatif.
- Kesrul, M. (2004). *Meeting, Incentive Trip, Conference, Exhibition*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Boston: Pearson.
- Kumar, V., & Reinartz, W. (2018). *Customer Relationship Management*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.

- Kusuma, C. S. (2019). Jurnal Efisiensi – Kajian Ilmu Administrasi. *MICE- MASA DEPAN BISNIS PARIWISATA INDONESIA*, 2.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). *Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey*. Journal of Marketing.
- Lukas, A. P. (2001). *Customer and Partner Relationship Management*. Jakarta: Telematic Research Group.
- Margono. (2004). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Musfiquon, H. M. (2012). *Pengembangan Media dan Sumber Pembelajaran*. Jakarta: PT. Prestasi Pustakarya.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Newell, F. (2003). *Why CRM Doesn't Work: How to Win by Letting the Customers Manage the Relationship*. USA: Berne Convention.
- Noor, Z. Z. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Deepublish.
- Oxford Economics. (2018). *Global Economic Significance*. Event Industry Council.
- Payne, A. (2020). *Handbook of CRM: Achieving Excellence in Customer Management (2nd ed.)*. Routledge.
- Ratnasari, T. R., & Aksa, M. H. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rumerung, J. J. (2018). MODUL EVENT ORGANIZER. 10-11.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyati. (2012). *Metodologi Penelitian Komputerisasi Akuntansi*. Bandung: LABKAT.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tunggal, A. W. (2008). *Dasar-dasar Customer Relationship Management (CRM)*. Harvarindo.