

ABSTRAK

Customer Relationship Management (CRM) mengelola hubungan dengan pelanggan dengan menggunakan semua data interaksi secara efektif yang fungsinya untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan CRM di Telkom Wilayah Telkom Sumatera Barat dengan menggunakan beberapa elemen CRM dari Sin *et al.* (2005). Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik analisis yaitu *content analysis*. Dalam mengumpulkan data penelitian, peneliti melakukan wawancara kepada 6 narasumber yang berasal dari internal perusahaan. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa CRM sudah tepat untuk diterapkan pada perusahaan Telkom Wilayah Telkom Sumatera Barat. Hal ini terlihat dari beberapa elemen CRM yang telah diimplementasikan oleh perusahaan dalam rangka membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Pada *key customer focus*, perusahaan telah memberikan pelayanan dan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan, serta dapat selalu berkoordinasi dalam melakukan perubahan terkait produk dan layanan sesuai permintaan pelanggan. Pada *CRM organization*, perusahaan berhasil merancang struktur organisasi dengan cermat untuk mengembangkan keahlian yang dibutuhkan agar dapat mempertahankan pelanggan. Pada *knowledge management*, perusahaan menyediakan sarana komunikasi dua arah antara perusahaan dan pelanggan melalui media *offline* dan *online* agar pelanggan dapat mengharapkan pelayanan yang cepat dan mudah. Pada *technology-based CRM*, perusahaan telah memilih sumber daya manusia yang tepat untuk memanfaatkan teknologi komputer dalam membangun hubungan dengan pelanggan.

Kata kunci: *Customer Relationship Management, Key Customer Focus, Customer Relationship Management Organization, Knowledge Management, Technology based Customer Relationship Management*

ABSTRACT

Customer Relationship Management (CRM) manages customer relationships by using all interaction data effectively to improve customer engagement. This study aims to analyze how the influence of CRM on PT. Telkom Wilayah Telkom West Sumatra by using several CRM elements (Sin et al, 2005). This qualitative research uses an analytical technique, namely Content analysis. In collecting research data, researchers interviewed 6 respondents from internal sources. The results of this study indicate that CRM is appropriate to be applied to PT. Telkom Wilayah Telkom West Sumatra. This can be seen from several CRM elements the company has implemented to build long-term customer relationships. In key customer focus, the company has provided services and products that are to the wishes and needs of customers and can always coordinate in making changes related to products and services according to customer requests. In the CRM organization, the company designed an organizational structure carefully to develop the skills needed to retain customers. In knowledge management, the company provides two-way communication between the company and customers through offline and online platforms so that customers can expect fast and easy service. In technology-based Customer Relationship Management, the company has chosen the right human resources to utilize computer technology to build customer relationships.

Keywords: Customer Relationship Management, Key Customer Focus, Customer Relationship Management Organization, Knowledge Management, Technology-Based Customer Relationship Management