

ABSTRAKSI

Latar belakang penelitian ini berkaitan dengan kehadiran internet yang telah mengubah aktivitas bisnis perusahaan. Aktivitas yang sebelumnya banyak dilakukan secara tatap muka kini mulai beralih dengan menggunakan internet, seperti komunikasi dengan pelanggan, pemenuhan kebutuhan produksi hingga transaksi. Ruang dan waktu tidak lagi menjadi batas penghalang interaksi perusahaan dengan pelanggan atau partner bisnis lainnya, sehingga efisiensi dan efektivitas kerja perusahaan dapat tercapai. Jakpat sebagai perusahaan riset pasar berbasis aplikasi turut memanfaatkan internet dalam aktivitas bisnisnya. Saat ini keberadaan perusahaan riset pasar berbasis aplikasi hanya ada dua di Indonesia, yaitu Nusaresearch yang berasal dari Jepang dan Jakpat yang berasal dari Indonesia. Jakpat sebagai perusahaan yang baru telah berhasil mengembangkan bisnisnya. Ini dilihat dari banyaknya perusahaan yang tertarik menjadi pelanggan Jakpat. Pelanggan yang ditangani oleh Jakpat merupakan perusahaan yang berasal dari dalam maupun luar negeri dan individu yang kebanyakan merupakan mahasiswa. Seluruh aktivitas yang berkaitan dengan pelanggan dilakukan dengan internet. Mulai dari proses penjangkauan pelanggan hingga pemeliharaan hubungan pelanggan seluruhnya dilakukan secara daring.

Atas hal tersebut penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penerapan manajemen hubungan pelanggan (*Customer Relationship Management*) Jakpat. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui penerapan *Customer Relationship Management* Jakpat dan menganalisisnya. Objek penelitian ini adalah aktivitas dan program kehumasan Jakpat yang berkaitan dengan *customer relationship management*. Metode yang digunakan penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Kemudian untuk memperoleh data penelitian, peneliti melakukan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menjabarkan temuan lapangan dan analisis *Customer Relationship Management*. Kemudian analisis akan dijelaskan berdasarkan lima tahap *customer relationship management*, yaitu analisis portofolio pelanggan, keintiman pelanggan, pengembangan jaringan, pengembangan proposisi nilai dan pengelolaan siklus hidup pelanggan. Secara garis besar Jakpat telah menerapkan *customer relationship management*. Namun, terdapat permasalahan pada tahap pengembangan jaringan, yaitu hubungan Jakpat dengan responden sebagai penyedia data riset. Perlu dilakukan pembenahan agar kedepannya tidak muncul permasalahan serius yang mengganggu penerapan *customer relationship management*.

Kata kunci : *E-Business*, aktivitas humas, *customer relationship management*.

ABSTRACT

This research background is associated with presence of internet which has changed company business activity. Business activity used to be conducted face to face but now by using internet, company could do some business activity without physical meeting, for example; interaction with costumers, ordering goods for production and transaction. Space and time are no longer limit company to interact with costumers or any business partner and as a result company could attain efficiency and effectiveness. Jakpat, as market research company based on application, also use internet in business activity. In Indonesia there are two market research company, which are Nusaresearch from Japan and Jakpat from Indonesia. Jakpat as a start up company has been successful developing their business. It is showed by large number of company that Jakpat handle as costumers. Jakpat's costumers are company from national or multi national company and individual that most of them are college students. All activity that is related to costumers accomplished with internet.

Based on that explanation, this research is held to discover how Jakpat's customer relationship management is applied. The research's objective is to discover Jakpat's customer relationship management and analyse it. Then for the research's object are public relations program and activity which are related to customer relationship management. The research method uses case study with qualitative approach. Deep interview, observation and documentation are used to obtaining data research.

The result of research explain about various findings and customer relationship management analyses. The analyses explain about five stage of customer relationship management. There are customer portfolio analyses, costumer intimation, network development, proportion value development and customer live circle management. Generally the result shows that Jakpat has been able to apply customer relationship management. However, there is an issue in network development which is relationship between Jakpat and responden as data research provider. It is adviced that Jakpat fix the issue to avoid a serious problem which could interfer customer relationship management application.

Key words: E-Business, public relations activity, customer relationship management.