

**AKTIVITAS CRM (*CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*) PADA
CV. SUMBERMAS MOTOR AMBULU (*dealer resmi Honda*)**

Nama : Aldo Putra Wijaya
Jurusan/ Program Studi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing :

1. Dudi Anandya
2. Prita Ayu Kusumawardhany

ABSTRAK

Laporan Kerja Lapangan (LKL) ini bertujuan membahas tentang aktivitas pada departemen *Customer Relationship Management* (CRM) di CV. Sumbermas Motor Ambulu. laporan ini akan membahas bagaimana peranan sistem CRM atau standar operasional untuk departemen *marketing* dan lebih spesifiknya pada *Selling*, dimana CRM pada CV. Sumbermas Motor Ambulu sebagai standar yang ditetapkan oleh induk perusahaan dalam mempengaruhi aktivitas dalam penjualan barang, serta pengelolaan database pembeli. Berdasarkan pengalaman selama melakukan praktik kerja lapangan ada beberapa sistem CRM yang tidak dapat terealisasikan dengan baik, karena kendala tertentu. Sehingga perlu dilakukannya evaluasi terhadap sistem CRM dan perbaikan untuk kedepannya, supaya sistem CRM yang ada dapat berjalan yang lebih baik efektif dan efisien.

Kata kunci : *Customer Relationship Management, Marketing.*

**IMPLEMENTATION OF CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT) SYSTEM IN CV. SUMBERMAS MOTOR AMBULU
(official honda dealer)**

Name : Aldo Putra Wijaya
Dicipline/ StudyProgramme : Manajemen Pemasaran

Contributor :

1. Dudi Anandya
2. Prita Ayu Kusumawardhany

ABSTRACT

This Field Work Report (LKL) aims to discuss activities in the Customer Relationship Management (CRM) department at CV. Sumbermas Motor Ambulu. This report will discuss how the role of the CRM system or operational standards for the marketing department and more specifically on Selling, where CRM on CV. Sumbermas Motor Ambulu as a standard set by the parent company in influencing activities in the sale of goods, as well as managing the database of buyers. Based on experience during field work practices, there were several CRM systems that could not be realized properly, due to certain constraints. So it is necessary to evaluate the CRM system and improve it for the future, so that the existing CRM system can run better, more effectively and efficiently.

Keywords: Customer Relationship Management, Marketing.