



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

LAPORAN KERJA MAGANG

AKTIVITAS CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA

PT HARDANA KACIDA REANA



Nama : Syaraffy Ahmad Kurnia

Nim : 10120110275

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2017

**Lembar Pernyataan tidak Melakukan Plagiat dalam Penyusunan
Laporan Kerja Magang**

Dengan ini saya :

Nama : Syaraffy Ahmad Kurnia
NIM : 10120110275
Program Studi : Ilmu Komunikasi / *Public Relations*

Menyatakan bahwa saya telah melakukan praktik kerja magang :

Nama Perusahaan : PT Hardana Kacida Reana
Alamat Perusahaan : Graha Mas blok A no. 30
Fatmawati, Jakarta Selatan.
Divisi : Marketing
Periode Magang : 08 Agustus 2016 – 8 November 2016
Pembimbing Lapangan : Eko N. Jayasudirja

Laporan kerja magang merupakan hasil karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain yang digunakan dalam laporan magang ini, telah saya cantumkan sumbernya di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari ditemukan kecurangan atau penyimpangan baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan kerja magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan tidak lulus dalam mata kuliah kerja magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 5 Juli 2017

Syaraffy Ahmad Kurnia

ABSTRAK

Pesatnya penggunaan *e-money* yang terjadi di Indonesia disadari oleh PT Hardana Kacida Reana (EMO), sehingga EMO memerlukan strategi – strategi yang menjadi pembeda dari kompetitornya dan hal ini dirasakan perlu oleh EMO melalui Kartu Jajan sehingga management bisnis suatu perusahaan dengan *Public Relation* atau PR tidak dapat lagi dipisahkan. Keduanya saling bahu membahu untuk keberhasilan tingkat penjualan dan citra serta reputasi yang baik.

Dengan pertimbangan tersebut EMO merupakan sebuah perusahaan yang berbasis IT dengan fokus pada *financial technology* menerapkan *Customer Relationship Management* dalam mendukung kegiatan *Public Relation* yang bertujuan untuk mengelola hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggan, mengelola *database* sekolah, mempertahankan pelanggan yang ada, serta menciptakan kepuasan pelanggan pada perusahaan. Selain itu, untuk menghadapi lapangan pekerjaan yang memiliki beragam bentuk, maka mahasiswa perlu berlatih dengan mengikuti kegiatan praktek kerja magang.

PT Hardana Kacida Reana (EMO) merupakan sebuah perusahaan pertama yang memiliki *e-money* yang dibuat khusus untuk anak sekolah. Sebagai perusahaan berbasis jasa sistem, EMO turut melakukan strategi CRM untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya. Beberapa kegiatan CRM yang dilakukan adalah mengelola *database* sekolah, survey kepuasan pelanggan, dan sebagainya.

Kata Kunci: *E-money, Customer Relationship Management, PT Hardana Kacida Reana, EMO*

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan anugerah-Nya, laporan kerja magang yang berjudul “*Aktivitas Customer Relationship Management Pada PT Hardana Kacida Reana*” ini dapat terselesaikan dengan baik.

Laporan kerja magang ini dibuat sebagai bentuk pertanggungjawaban atas kerja magang yang telah dilakukan. Melalui praktek kerja magang, penulis mendapatkan banyak pengalaman dan pengetahuan berharga mengenai aktivitas *Public Relations*, khususnya pada bidang Komunikasi Bisnis yang dilakukan oleh PT Hardana Kacida Reana yang merupakan perusahaan *Financial Technology*. Penulis mendapat banyak dukungan dan dorongan dari berbagai pihak selama penyusunan laporan magang. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. C. Eko Hadi Saputro; SE; M.M., selaku Dosen Pembimbing penulis yang senantiasa membimbing, memberikan arahan, saran, dan motivasi sehingga laporan magang ini dapat selesai dengan baik.
2. Eko Jayasudirja, selaku Supervisor Marketing & Operational PT Hardana Kacida Reana dan pembimbing lapangan, yang telah memberikan arahan dan membantu penulis dalam melakukan segala aktivitas selama kerja magang.
3. Teman penulis selama magang di divisi Marketing yaitu, Randy, Kenji, Sherly, Tasya, kak Maya, Raxy yang selalu menemani, membantu, dan juga berbagi suka dan duka selama di tempat kerja magang.
4. Seluruh karyawan PT Hardana Kacida Reana yang sangat bersahabat.

5. Kedua Orang Tua penulis, yang tiada hentinya menguatkan, memberikan dukungan, dan semangat dalam menjalankan proses kerja magang.
6. Sahabat-sahabat dari Universitas Multimedia Nusantara yang juga selalu memberikan dukungan dan motivasi selama penyusunan laporan kerja magang.

Penulis menyadari bahwa laporan magang ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis menghargai setiap kritik dan saran yang sifatnya membangun guna melengkapi laporan ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

Tangerang, 5 Juli 2017

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN KERJA MAGANG	ii
LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG	iii
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi

BAB I – PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Kerja Magang	5
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5

BAB II – GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	8
2.2 Filosofi Logo	9
2.3 Visi dan Misi Perusahaan	10
2.4 Produk Perusahaan	10
2.5 Ruang Lingkung Kerja Divisi Terkait	13
2.5.1 Presentation & Socialization	13
2.5.2 Customer Relation	13
2.2 Struktur Organisasi Divisi Marketing EMO	14

BAB III – PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi	15
------------------------------------	----

3.2 Tugas yang Dilakukan	16
3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	18
3.3.1 Customer Relation	18
3.4 Kendala yang Ditemukan	23
3.5 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan	23

BAB IV – SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Simpulan	24
4.2 Saran	25
4.2.1 Saran bagi Universitas	25
4.2.2 Saran bagi Perusahaan	25

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP



DAFTAR GAMBAR

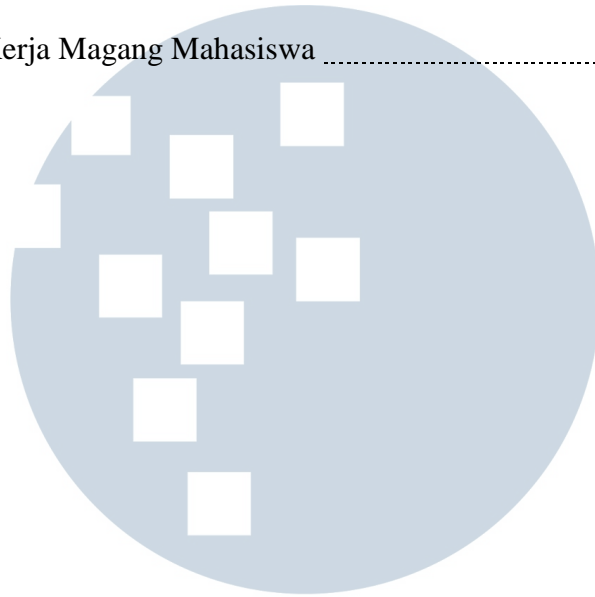
Gambar 2.1 Logo EMO	9
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Divisi Marketing EMO	14



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Gambar 3.1 Kerja Magang Mahasiswa17



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA