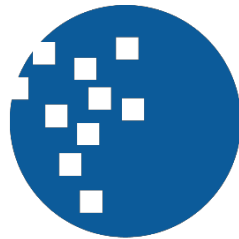


**AKTIVITAS *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*  
DI PT SUMBER TRIJAYA LESTARI (AKSESMU)**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

**TANZANIA FEBRIANA**

**00000054777**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2024**

**AKTIVITAS *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DI PT**

**SUMBER TRIJAYA LESTARI (AKSESMU)**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MAGANG MBKM**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**TANZANIA FEBRIANA**

**00000054777**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Tanzania Febriana

Nomor Induk Mahasiswa : 00000054777

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

### **AKTIVITAS CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI PT SUMBER TRIJAYA LESTARI**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 11 Juni 2024



(Tanzania Febriana)

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM Magang dengan judul  
**AKTIVITAS CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI PT  
SUMBER TRIJAYA LESTARI (AKSESMU)**

Oleh

Nama : Tanzania Febriana  
NIM : 00000054777  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

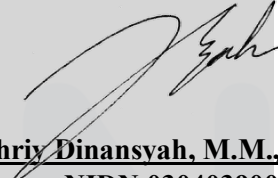
Telah diujikan pada hari Senin, 24 Juni 2024  
Pukul 14.00 s/d 15.00 dan dinyatakan  
LULUS  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



**Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si.**  
NIDN 0308036601

Penguji



**Fakhriy Dinansyah, M.M., M.I.Kom.**  
NIDN 0304039001

Pembimbing



**Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si.**  
NIDN 0308036601

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendra Rizky  
Anugrah Bangun  
2024.07.01  
09:41:23 +07'00'

**Cendra Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.**  
NIDN 0304078404

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Tanzania Febriana

NIM : 00000054777

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Laporan MBKM

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**AKTIVITAS CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI PT  
SUMBER TRIJAYA LESTARI**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, <<11 Juni 2024>>

Yang menyatakan,



Tanzania Febriana

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: **“AKTIVITAS CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI PT SUMBER TRIJAYA LESTARI”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Dr. Indiwana Seto Wahjuwibowo, M.Si., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Bapak Fakhriy Dinansyah S.I.Kom., M.M., sebagai dosen Penguji telah banyak meluangkan waktu untuk menguji sidang magang pada Senin, 24 Juni 2024.
6. Ibu Maria Endah Wahyu Utami sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
7. Kepada PT Sumber Trijaya Lestari - Aksesmu yang telah memberikan kesempatan magang.
8. Supervisi dan seluruh tim MSCM PT Sumber Trijaya Lestari - Aksesmu yang membimbing dan memberikan edukasi langsung di lapangan.
9. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral,

10. Sahabat - sahabat yang selalu mendukung saya terutama Darren Nathaniel, selaku teman seperjuangan penulis dari semester 1 hingga saat ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi kedepannya bagi para pembaca khususnya bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, <<11 Juni 2024>>



(Tanzania Febriana)

**AKTIVITAS CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI PT  
SUMBER TRIJAYA LESTARI**

Tanzania Febriana

**ABSTRAK**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran krusial dalam perekonomian Indonesia, menyumbang sekitar 61,97% dari Produk Domestik Bruto (PDB), melihat kontribusi signifikan UMKM salah satu perusahaan retail terkemuka, PT Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart) pada tahun 2022 mendirikan Aksesmu. Aksesmu merupakan aplikasi digital yang beroperasi memfasilitasi kebutuhan UMKM. Dalam menjangkau target pasar dan membangun hubungan yang kuat dengan konsumen, penulis, yang menjadi bagian dari sub-divisi CRM di Aksesmu, berperan dalam mengkomunikasikan berbagai informasi terkait penawaran, fitur aplikasi terbaru, dan program-program baru kepada Outlet Binaan Aksesmu (OBA). Melalui kesempatan tersebut, penulis menerapkan secara langsung strategi *Customer Relations, Sales Promotion, dan Social Media Marketing Strategy*, melalui grup WhatsApp di berbagai wilayah. Divisi CRM juga bertugas menanggapi pesan dari OBA, bekerja sama dengan admin dan layanan pelanggan.

**Kata kunci:** *Customer Relationship Management, Sales Promotion, Social Media Strategy*



***CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT ACTIVITIES AT PT  
SUMBER TRIJAYA LESTARI (AKSESMU)***

Tanzania Febriana

***ABSTRACT***

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in Indonesia's economy, contributing approximately 61.97% to the Gross Domestic Product (GDP). Recognizing the significant contribution of MSMEs, one of the leading retail companies, PT Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart), established Aksesmu in 2022. Aksesmu is a digital application designed to facilitate the needs of MSMEs. In reaching the target market and building strong relationships with consumers, the author, who is part of the CRM subdivision at Aksesmu, is responsible for communicating various information related to offers, new application features, and new programs to Aksesmu's Partner Outlets (OBA). Through this opportunity, the author directly applies Customer Relations, Sales Promotion, and Social Media Marketing Strategy via WhatsApp groups across various regions. The CRM division is also responsible for responding to messages from OBA, in collaboration with the admin and customer service teams.*

***Keywords:*** *Customer Relationship Management, Sales Promotion, Social Media Strategy*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b>	2
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b>	3
Laporan MBKM Magang dengan judul	3
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b>	4
<b>KATA PENGANTAR</b>	5
<b>ABSTRAK</b>	7
<i>ABSTRACT</i>	8
<b>DAFTAR ISI</b>	9
<b>DAFTAR TABEL</b>	11
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	12
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	13
<b>BAB I</b>	14
<b>PENDAHULUAN</b>	14
1.1. Latar Belakang	14
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	17
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	17
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	17
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	20
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	20
2.1.1 Logo	21
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	23
<b>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG</b>	30
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	30

3.2	Tugas dan Uraian Kerja Magang	31
3.3	Kendala yang Ditemukan	54
3.4	Solusi atas Kendala yang Ditemukan	54
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN</b>		56
4.1	Kesimpulan	56
4.2	Saran	57
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		60

## **I. DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan .....	17
Tabel 3.1 Tugas Utama & Tambahan Kerja Magang.....	32

## II. DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah UMKM di Indonesia Tahun 2021 .....	15
Gambar 2.1 Logo Aksesmu.....	21
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Aksesmu .....	23
Gambar 2.3 Struktur <i>Department Commercial</i> .....	25
Gambar 3.1 Struktur Divisi PR & Digital Media 2024.....	30
Gambar 3.2 Timeline Kerja Magang.....	31
Gambar 3.3 IDIC Model Pepper & Rogers (2016). .....	36
Gambar 3.4 Hasil Polling WhatsApp Group (2024). .....	37
Gambar 3.5 Hasil Pemetaan WA Group Aksesmu Tiap Area (2024).....	38
Gambar 3.6 Hasil Pemetaan Member Mandiri WA Group (2024). .....	38
Gambar 3.7 WhatsApp Group Blast Sosial Media Berhadiah (2024).....	40
Gambar 3.8 WhatsApp Group Blast Mudik Berkah Aksesmu (2024). .....	42
Gambar 3.9 <i>Divisi Marketing Development</i> di Acara Mudik (2024).....	43
Gambar 3.10 Seluruh Tim Aksesmu di Acara Mudik (2024). .....	43
Gambar 3.11 Data Kuantitas <i>Voucher Win Back</i> Tiap Area (2024).....	44
Gambar 3.12 WhatsApp Blast dan Interaksi di WhatsApp Group (2024). .....	47
Gambar 3.13 Fitur Promo Bulan Junin Aplikasi Aksesmu (2024).....	48
Gambar 3.14 Poster Live Podcast Nge-Warung Aksesmu (2024). .....	50
Gambar 3.15 WhatsApp Blast Live Podcast Aksesmu (2024).....	51
Gambar 3.16 Penulis Sebagai Admin Live Podcast Aksesmu (2024).....	51
Gambar 3.17 Rekap Pesan Blast WA Group April - Awal Mei 2024.....	53
Gambar 3.18 Caption Soft Selling di Komunitas Facebook... ..	53

### III. DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Formulir Bimbingan Magang .....	62
Lampiran B Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	63
Lampiran C Kartu MBKM (MBKM 02).....	64
Lampiran D Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03). ....	65
Lampiran E Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04) ...	66
Lampiran F Surat Penerimaan Magang (LoA).....	67
Lampiran G Hasil Pengecekan Turnitin.....	68