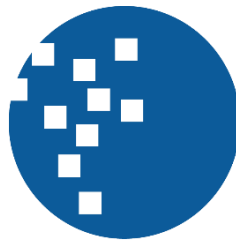


**PENERAPAN TEKNOLOGI CRM DALAM MENGELOLA
DATA CALON MAHASISWA BARU DAN
MENINGKATKAN EFISIENSI DAN EFEKTIVITAS
PEMASARAN DI UMN**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

**ERLANGGA PUTRA TAUFAN
00000068265
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PENERAPAN TEKNOLOGI CRM DALAM MENGELOLA
DATA CALON MAHASISWA BARU DAN MENINGKATKAN
EFISIENSI PEMASARAN DI UMN**



Erlangga Putra Taufan
00000068265

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Erlangga Putra Taufan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000068265

Program Studi : Manajemen

Laporan dengan judul:

PENERAPAN TEKNOLOGI CRM DALAM MENGELOLA DATA CALON MAHASISWA BARU DAN MENINGKATKAN EFISIENSI PEMASARAN DI UMN

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, Juni 2025



Erlangga Putra Taufan

NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

PENERAPAN TEKNOLOGI CRM DALAM MENGELOLA DATA CALON MAHASISWA
BARU DAN MENINGKATKAN EFISIENSI PEMASARAN DI UMN

Oleh

Nama : Erlangga Putra Taufan
NIM : 00000068265
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah di setujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Laporan Kerja Magang Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang, Juni 2025

Pembimbing


Nofica Rizkalla, S.E., M.Sc.
0320089001

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M.
0323047801

MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

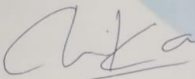
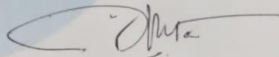
HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul
PENERAPAN TEKNOLOGI CRM DALAM MENGELOLA DATA CALON MAHASISWA BARU
DAN MENINGKATKAN EFISIENSI PEMASARAN DI UMN

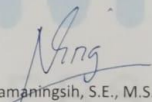
Oleh

Nama : Erlangga Putra Taufan
NIM : 00000068265
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Kamis, 5 Juni 2025
Pukul 11:00 s/d 12:00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing	Penguji
	
Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc. 0320089001	Dr. Ir. Yosef Budi Susanto, M.M. 0301056103

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M.
0323047801

iv
Penerapan Teknologi CRM dalam Mengelola Data Calon Mahasiswa Baru dan Meningkatkan Efisiensi Pemasaran di UMN

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Erlangga Putra Taufan

NIM : 00000068265

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Jenis Karya : Laporan MBKM

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

PENERAPAN TEKNOLOGI CRM DALAM MENGELOLA DATA CALON MAHASISWA BARU DAN MENINGKATKAN EFISIENSI PEMASARAN DI UMN

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, 13 Maret 2025

Yang menyatakan,



Erlangga Putra Taufan

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: “**PENERAPAN TEKNOLOGI CRM DALAM MENGELOLA DATA CALON MAHASISWA BARU DAN MENINGKATKAN EFISIENSI PEMASARAN DI UMN**” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M.) Jurusan Manajemen Pada Fakultas Bisnis 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. Dr. Ir. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Arief Setiyadi Hernawa, S.T. M.MT, sebagai General Manager departemen marketin Universitas Multimedia Nusantara.
6. Fenny, S.Ikom, sebagai pembimbing saat penulis melakukan magang untuk kepentingan perkuliahan.
7. Kepada Marketing Universitas Multimedia Nusantara, yang menerima penulis untuk melakukan program MBKM.
8. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu dan memberikan masukan selama mengerjakan laporan praktek kerja magang. Penulis menyadari bahwa laporan praktek kerja magang yang ditulis memiliki kekurangan dan belum sempurna. maka penulis ingin meminta maaf apabila ada kesalahan kata dalam penulisan laporan ini. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat untuk para pembaca dan dalam menambah informasi yang berkaitan dengan informasi pada bidang yang sesuai dengan hasil karya penulisan laporan penulis. Tangerang,

Tangerang, 13 Maret 2025



Erlangga Putra Taufan

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PENERAPAN TEKNOLOGI CRM DALAM MENGELOLA DATA CALON MAHASISWA BARU DAN MENINGKATKAN EFISIENSI PEMASARAN DI UMN

Erlangga Putra Taufan

ABSTRAK

Laporan ini mengkaji penerapan teknologi Customer Relationship Management (CRM) dalam meningkatkan efisiensi pemasaran dan pengelolaan data calon mahasiswa baru di Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Dalam menghadapi persaingan ketat antar perguruan tinggi di Indonesia, UMN mengadopsi sistem CRM untuk mengoptimalkan proses komunikasi, segmentasi prospek, pengingat pembayaran, serta pendistribusian informasi promosi seperti program beasiswa dan fasilitas kampus. Penulis menjalani program magang MBKM sebagai Student Intern di Divisi Marketing – Unit Undergraduate Student Recruitment dan terlibat langsung dalam pengelolaan data CRM, pelayanan informasi melalui WhatsApp Business, penyusunan konten promosi, serta pelaksanaan presentasi ke sekolah mitra. Hasil magang menunjukkan bahwa penerapan CRM mampu meningkatkan efisiensi kerja tim pemasaran hingga 40% serta memperkuat hubungan emosional dengan calon mahasiswa. Kendala seperti duplikasi data, keterbatasan otomatisasi, dan volume komunikasi yang tinggi diatasi melalui solusi teknis dan manajerial, seperti standarisasi input data, penggunaan template komunikasi, dan visualisasi data mingguan. Pengalaman ini menegaskan pentingnya integrasi teknologi, proses, dan sumber daya manusia dalam strategi pemasaran institusi pendidikan modern.

Kata kunci: CRM, pemasaran pendidikan tinggi, efisiensi operasional, komunikasi digital, calon mahasiswa, Universitas Multimedia Nusantara.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

***Implementation of CRM Technology in Managing New Student
Prospective Data and Increasing Marketing Efficiency at
UMN Erlangga Putra Taufan***

ABSTRACT (English)

This report explores the implementation of Customer Relationship Management (CRM) technology to enhance marketing efficiency and manage prospective student data at Universitas Multimedia Nusantara (UMN). In response to the intense competition among higher education institutions in Indonesia, UMN adopted a CRM system to streamline communication processes, prospect segmentation, payment reminders, and the distribution of promotional information such as scholarship programs and campus facilities. The author participated in an MBKM internship program as a Student Intern in the Marketing Division – Undergraduate Student Recruitment Unit, and was actively involved in managing CRM data, handling inquiries via WhatsApp Business, creating promotional content, and conducting presentations at partner schools.

The internship findings show that CRM implementation improved the marketing team's operational efficiency by up to 40% and strengthened emotional engagement with prospective students. Challenges such as data duplication, limited automation, and high message volume were addressed through both technical and managerial solutions, including standardized data entry protocols, communication templates, and weekly data visualizations. This experience highlights the crucial role of integrating technology, processes, and human resources in shaping effective marketing strategies within modern educational institutions.

Keywords: CRM, higher education marketing, operational efficiency, digital communication, prospective students, Universitas Multimedia Nusantara.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	4
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
 BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	10
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	10
2.2 Visi Misi	15
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	16
 BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	21
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	21
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	27
3.3 Kendala yang Ditemukan	31
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	34
3.5 Etika Bisnis	37

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	38
4.1 Simpulan	38
4.2 Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Perusahaan.....	10
Gambar 2.2 Struktur Perusahaan.....	16

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Produk Distribusi Perusahaan.....	10
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	44
B. Kartu MBKM (MBKM 02).....	45
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03).....	46
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)..	61
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA)	62
F. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	63
G. Lembar Konsultasi Bimbingan.....	65
H. Semua Hasil Karya Tugas yang Dilakukan Selama MBKM.....	66