



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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.

**IMPLEMENTASI STRATEGI  
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT  
PT. GE OPERATIONS INDONESIA HEALTHCARE  
DALAM MENJAGA LOYALITAS PELANGGAN**

**SKRIPSI**



Skripsi Ini Disampaikan kepada Universitas Multimedia Nusantara, Program Studi Ilmu Komunikasi sebagai Bagian dari Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom.)

Gideon Aprilio Putra Santosa

10120110212

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2015**

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangannya, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 27 Januari 2015

Gideon Aprilio Putra Santosa

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**Implementasi Strategi *Customer Relationship Management***

**PT GE Operations Indonesia Healthcare dalam Menjaga Loyalitas Customer**

Oleh

Gideon Aprilio Putra Santosa

Telah disetujui untuk diajukan dalam

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 27 Januari 2015

Dosen Pembimbing

Inco Harry Perdana, S.I.Kom, M.Si.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si.

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**“Implementasi Strategi *Customer Relationship Management*  
PT. GE Operations Indonesia dalam Menjaga Loyalitas Customer”**

oleh:

Gideon Aprilio Putra Santosa, 10120110212

Telah diujikan pada hari Selasa, 10 Februari 2015, pukul 14.30-16.00 dan  
dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut:

Ketua Sidang

Syarifah Amelia, S.Sos, M.Si

Penguji Ahli

Dian Anggraeni, S.S.,M.Si

Dosen Pembimbing

Inco Harry Perdana, S.I.Kom, M.Si.

Disahkan oleh:

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN

Dr. Bertha Sri Eko M.,M.Si

## HALAMAN PERSEMBAHAN



*Untuk keluarga, teman-teman, dan semua pihak  
yang sudah mendukung saya dalam proses sampai sejauh ini  
Inilah sebuah bentuk dari dukungan mereka  
Semoga berkenan*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat yang diberikan, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Implementasi Strategi *Customer Relationship Management* PT. GE Operations Indonesia divisi *Healthcare* dalam Menjaga Loyalitas *Customer*”. Skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk memenuhi program Strata 1, Program Studi Ilmu Komunikasi, Jurusan Multimedia *Public Relations*, Universitas Multimedia Nusantara.

Peneliti memilih untuk melakukan penelitian ini karena kesehatan merupakan salah satu faktor krusial yang wajib dimiliki oleh seluruh umat manusia yang harus dilakukan secara berkelanjutan. Untuk mewujudkan hal tersebut, dibutuhkan keterlibatan dari pemerintah dan semua pihak untuk mewujudkan hal tersebut sebagai bagian dalam menghadapi persaingan global. Salah satu yang terlibat dalam hal ini adalah GE Healthcare sebagai salah satu perusahaan yang besar dalam bidang kesehatan. Secara tidak langsung, GE melalui relasinya dengan rumah sakit sebagai target utama bisnis mereka hadir untuk menjawab kebutuhan kesehatan masyarakat Indonesia yang lebih baik. Untuk mencapai tujuannya, CRM merupakan salah satu hal yang harus dipenuhi oleh perusahaan untuk mengelola dan menjaga hubungan baik dengan *customernya*, dalam hal ini adalah pihak rumah sakit dan instansi terkait.

Untuk itu, peneliti mencoba untuk membuat penelitian yang dilakukan di GE Healthcare sebagai kunci penelitian untuk kemudian dikaitkan dengan

beberapa konsep dan teori terkait yang dijabarkan dalam pembahasan dalam skripsi ini. Tak lupa peneliti membandingkan dengan literatur yang diambil dari berbagai sumber. Seperti buku, media cetak dan elektronik, dan internet.

Peneliti mengucapkan terima kasih, kepada:

1. Inco Hary Perdana, S.I.Kom, M.Si, selaku dosen pembimbing, yang dengan sabar membimbing dan memberikan masukan bagi peneliti dari awal hingga akhir pembuatan skripsi ini.
2. Dian Anggraeni, S.S, M.Si, dan Syarifah Amelia, S.Sos, M.Si, selaku dosen penguji dan ketua sidang yang telah memberikan masukan kepada peneliti untuk penyempurnaan skripsi ini.
3. GE Healthcare, khususnya kepada Ibu Ani Rahardjo selaku *Marketing Leader* dan Bapak Deni Firmansyah selaku *Service Engineer* dari GE Healthcare, yang telah memberikan ijin bagi peneliti untuk melakukan penelitian dan wawancara secara mendalam mengenai informasi terkait GE Healthcare. Dan untuk pihak Rumah Sakit Mitra Keluarga Kelapa Gading, untuk Dokter Julia dan Bapak Arya selaku informan yang memberikan informasi penting yang dibutuhkan peneliti.
4. Keluarga peneliti. Terutama untuk kedua orang tua peneliti, Suwita Santosa dan Winny Yudiarto, serta adik peneliti, Arnold Julian Satria. Terima kasih atas dukungan dan motivasi yang sangat berarti bagi peneliti ketika saat senang ataupun sulit. Juga untuk keluarga besar yang sudah mendukung peneliti dalam hal moral, sehingga membantu peneliti untuk lebih semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Teman-teman satu bimbingan dan seperjuangan, untuk Jessica Winoto, Yosefin Melissa Pora, Peter Witama, Rika Maya Sebastian, dan beberapa mahasiswa angkatan 2011 yang bersama dalam satu tujuan menyelesaikan skripsi. Motivasi dan semangat satu sama lain menguatkan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman satu kampus yang selalu memberikan motivasi dan semangat bagi peneliti. Lundy Adinta Rachman, Alexander Jerry Suselo, Nerissa Arviana Husien, Kiki Natalia, Flaviana Giovanni Natasha Guntoro, Cindy Febriani Rukmana, Angelina Corbara Citra Sekar Aroem, Elvinta Kusumo, Inasshabihah, Suviyanti, Edwin Setiawan. Terima kasih atas dukungan dalam bentuk kebersamaan dan keceriaan yang membangkitkan semangat peneliti dan membuat hari-hari lebih berwarna.
7. Untuk Juliana Tanadi, Rendi Julian, Stephanie Angela, dan teman-teman lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungan dan motivasi dalam bentuk apapun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya. Salam.

Tangerang, 27 Januari 2015

Peneliti

# **IMPLEMENTASI STRATEGI**

## **CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT**

### **PT. GENERAL ELECTRIC OPERATIONS INDONESIA DALAM MENJAGA LOYALITAS CUSTOMER**

#### **ABSTRAK**

Terdapat sejumlah tantangan dan permasalahan pembangunan kesehatan di masa depan yang diperkirakan akan bertambah berat, seperti isu pelayanan kesehatan rujukan yang belum memenuhi standar, pelayanan yang kurang profesional, belum optimalnya penerapan standar mutu pelayanan kesehatan rujukan, dan pembiayaan kesehatan yang sulit dijangkau. Sedangkan dari segi tantangan pelayanan kesehatan kedepannya, hal yang harus dihadapi adalah globalisasi (pelayanan kesehatan yang melampaui batas negara), teknologi kesehatan yang semakin maju, dan kompetisi dari tenaga kesehatan asing. Untuk mengatasi hal itu harus diupayakan melalui pemenuhan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia rumah sakit yang memadai, sekaligus sebagai upaya menghadapi persaingan global. Dan General Electric (GE), merupakan salah satu perusahaan yang ambil bagian dalam hal ini. Bisnisnya bersifat *Business Market Customers* (B2B), khususnya rumah sakit dan berfokus pada alat-alat besar untuk keperluan scanning.

Berdasarkan hal itu, maka langkah-langkah yang dilakukan dalam bisnis mereka berbeda dibandingkan dengan korporasi yang fokus pada B2C. Termasuk dalam hal membangun, membina, dan menjaga relasi dengan pelanggan ke arah loyalitas, yang disebut sebagai *Customer Relationship Management* (CRM), sekaligus menjadi topik yang ingin diteliti secara mendalam oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan *five CRM priorities strategy in business markets* menurut Darrell K. Rigby dalam (Hutt dan Speh, 2007: 102)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, metode studi kasus, serta menggunakan paradigma post-positivisme, sebagai dasar bagi peneliti untuk melakukan penelitian. Melalui metode ini, peneliti dapat menganalisis data secara komprehensif. Sedangkan hasil yang didapat menunjukkan bahwa layanan *aftersales* dan edukasi secara intensif menjadi dasar utama bagi GE Healthcare dalam memberikan pelayanan terbaik bagi customernya.

*Kata Kunci:* 5 CRM Priorities Strategy of B2B, CRM, Business Market Customers (B2B), GE Healthcare

# **IMPLEMENTATION OF THE STRATEGY**

## **CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT**

### **PT. GENERAL ELECTRIC OPERATIONS INDONESIA IN MAINTAINING CUSTOMER LOYALTY**

#### **ABSTRACT**

There are a number of challenges and problems of the development of healthcare in the future which are expected to gain weight, such as the issue of health care has not met the standards of reference, less professional services, not to its optimal application of the quality standard reference, health services and health financing are difficult to reach. While the challenges in terms of health services going forward, things to be faced is globalisation (health services beyond the borders of the country), a more advanced health technologies, and competition from foreign health workers. To address it should be attempted through the fulfillment of the quality and quantity of human resources adequate hospitals, as well as efforts to deal with global competition. And General Electric (GE), is one of the companies that took part in this. Its business is the Business Market Customers (B2B), especially hospitals and focusing on great tools for scanning purposes.

Based on that, then the steps undertaken in the business they are different compared to the corporate focus on B2C. Included in this build, build, and maintain relationships with customers in the direction of loyalty, referred to as Customer Relationship Management (CRM), as well as the subject wants to canvassed in depth by researchers. This research uses the five priorities of the CRM strategy in business markets according to Darrell K. Rigby in (Hutt and Speh, 2007: 102)

This study used a qualitative approach, methods, case studies, as well as using the paradigm of post-positivism, as the basis for researchers to conduct research. Through this method, researchers can analyze data in a comprehensive manner. Whereas the results obtained indicate that the educational and aftersales service intensively into the main base for GE Healthcare in providing the best service for their customer.

*Keywords:* 5 CRM Priorities Strategy of B2B, CRM, Business Market Customers (B2B), GE Healthcare

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL.....	xiv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang.....	1
1.2.Masalah Penelitian.....	12
1.3.Tujuan Penelitian.....	12
1.4.Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1. Manfaat Akademis.....	12
1.4.2. Manfaat Praktis.....	12
BAB II: KERANGKA KONSEP.....	13
2.1.Tinjauan Literatur.....	13
2.2.Konsep yang Digunakan.....	16
2.2.1. <i>Marketing Public Relations</i> (MPR).....	16
2.2.1.1. <i>Public Relations</i> (PR).....	16
2.2.1.2. <i>Marketing in Business Markets</i> .....	20

2.2.1.3. Definisi <i>Marketing PR</i> (MPR).....	24
2.2.2. <i>Stakeholder Relationship</i> .....	27
2.2.3. <i>Business Market Customers</i> .....	29
2.2.4. <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) .....	35
2.2.4.1. Definisi CRM.....	31
2.2.4.2. <i>Customer Lifecycle</i> ....	37
2.2.4.3. <i>Five-ways CRM Priorities Strategy</i>	44
2.3.Alur Pemikiran.....	47
 BAB III: METODOLOGI PENELITIAN.....	48
3.1.Jenis dan Sifat Penelitian.....	48
3.2.Metode Penelitian.....	52
3.3. <i>Key Informant</i> dan <i>Informant</i> .....	53
3.4.Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5.Keabsahan Data.....	60
3.6.Teknik Analisis Data.....	61
3.7.Fokus Penelitian.....	63
 BAB IV: PEMBAHASAN.....	64
4.1.Subjek dan Objek Perusahaan.....	64
4.1.1. General Electric (GE).....	64
4.1.2. Mitra Group.....	70
4.2.Hasil Penelitian.....	72
4.2.1. <i>Healthymagination</i> dan Kaitannya dengan <i>Aftersales</i> dan Teknologi.....	72
4.2.2. Edukasi sebagai Cara untuk Meningkatkan Intensitas Komunikasi dan Pelayanan bagi <i>Customer</i>	76
4.2.3. Peran Komunikasi dalam Upaya	

Mempertahankan <i>Customer</i> .....	81
4.2.4. GE Beliefs, GE Elfun, dan Implementasi untuk Kepentingan <i>Customer</i> .....	84
4.2.5. Implementasi Strategi GE kepada <i>Customer</i> Mitra Group.....	87
4.3.Pembahasan.....	91
 <b>BAB V: KESIMPULAN</b>	
5.1.Kesimpulan.....	127
5.2.Saran.....	129
5.2.1. Saran untuk GE Healthcare..	129
5.2.2. Saran untuk Institusi Pemerintah dan Pihak-pihak yang Terkait.....	130
5.2.3. Saran Akademis.....	131
DAFTAR PUSTAKA.....	132
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	



## DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Gambar 2.1. Indikator Intensitas <i>Customer Relationship</i> .....	38
Gambar 2.2. <i>The Relationship Marketing Ladder of Loyalty</i> ..	44
Gambar 4.1. Logo General Electric (GE).....	64
Gambar 4.2. Logo Mitra Group.....	70
Gambar 4.3. Gedung Rumah Sakit Mitra Keluarga Kelapa Gading	71
Gambar 4.4. <i>Healthymagination</i> .....	76
<hr/>	
Tabel 1.1. <i>Installment Database GE Healthcare</i> .....	11
Tabel 2.1. Perbedaan antara <i>Consumer Markets</i> dan <i>Business Markets</i> menurut Fill dan Fill.....	29
Tabel 2.2. Perbedaan Karakteristik Pembelian antara B2B dan B2C menurut Fill dan Fill.....	34

