

***CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PADA
PT INDOTEX TRIPADU JAYA***

***CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) ON
PT INDOTEX TRIPADU JAYA***

Sopana Hermawanto¹, Elis Dwiana Ratnamurni²

^{1,2}Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Jenderal Achmad Yani
E-mail: sopanahermawanto9@gmail.com¹, elis.dwiana@lecture.unjani.ac.id²

ABSTRACT

This study analyzes the implementation of Customer Relationship Management (CRM) at PT Indotex Tripadu Jaya, focusing on the challenges in product delivery. The findings reveal that these challenges are caused by the complex interaction of four main factors: machine, man, material, and method. First, inconsistent scheduling and unstable machine performance lead to inefficient workflows and poor record-keeping. Second, inadequate training and limited employee experience negatively impact the consistency of work processes. Third, inconsistent material quality results in production and delivery issues, such as product damage and delays. Finally, high raw material costs present challenges in the production process, affecting the company's competitiveness in the market. Using a fishbone diagram, this study concludes that addressing delivery challenges requires improvements in all four aspects. Recommended actions include better scheduling, more intensive employee training, ensuring consistent material quality, and more effective raw material cost management. These improvements are expected to enhance the efficiency of production and delivery processes, thereby improving the company's performance in meeting customer needs.

Keywords: *Customer Relationship Management CRM, Delivery, Machine, Man, Material, Method.*

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis implementasi Customer Relationship Management (CRM) di PT Indotex Tripadu Jaya dengan fokus pada kendala dalam pengiriman produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kendala-kendala ini disebabkan oleh interaksi kompleks antara empat faktor utama: mesin, manusia, material, dan metode. Pertama, penjadwalan yang tidak konsisten dan performa mesin yang tidak stabil menyebabkan alur kerja yang tidak efisien dan pencatatan yang buruk. Kedua, pelatihan yang kurang memadai dan pengalaman yang terbatas di antara karyawan berdampak negatif pada konsistensi proses kerja. Ketiga, kualitas material yang tidak konsisten mengakibatkan masalah dalam produksi dan pengiriman, seperti kerusakan produk dan keterlambatan. Terakhir, biaya bahan baku yang tinggi menjadi kendala dalam proses produksi dan mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk bersaing di pasar. Dengan menggunakan diagram fishbone, penelitian ini menyimpulkan bahwa untuk mengatasi kendala pengiriman, perusahaan perlu meningkatkan keempat aspek tersebut. Upaya perbaikan termasuk penjadwalan yang lebih baik, pelatihan karyawan yang lebih intensif, jaminan kualitas material, dan pengelolaan biaya bahan baku yang lebih efektif. Dengan demikian, efisiensi proses produksi dan pengiriman diharapkan meningkat, sehingga dapat memperbaiki kinerja perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

Kata kunci: *Customer Relationship Management CRM, Pengiriman, Mesin, Manusia, Material, Metode.*

PENDAHULUAN

Di tengah kondisi perekonomian global yang mengalami perlambatan yang ditandai juga dengan menurunnya tren harga komoditas utama ekspor, perekonomian Indonesia pada kuartal kedua 2023 tetap mampu untuk mencetak pertumbuhan positif sebesar 5,17% (yoy) capaian tersebut juga menandai pertumbuhan ekonomi Indonesia yang telah berada di atas lima persen selama tujuh triwulan berturut-turut. Selain itu, Indonesia juga telah kembali menjadi negara *upper middle income*, berdasarkan klasifikasi Bank Dunia yang dimutakhirkan pada Juli 2023 (Ekon.Go.Id., 2023).

Laju Pertumbuhan Ekonomi (LPE) Provinsi Jawa Barat tumbuh positif dari tahun ke tahun. Pada 2023, LPE diyakini kembali setelah tertekan akibat pandemi di 2020. LPE pada 2019, tercatat sebesar 5,02 persen. Namun, LPE melambat pada 2020 saat pandemi COVID-19 merebak di Indonesia, sehingga LPE menjadi minus 2,52 persen. Kendati begitu, LPE Jabar terus menunjukkan perbaikan seiring teratasnya pandemi COVID-19. LPE pada 2021 kembali positif sebesar 3,74 persen. Kemudian, pada 2022, LPE mencapai 5,45 persen, atau kembali seperti kondisi sebelum pandemi terjadi bahkan lebih baik. Dengan demikian, LPE 2023 Jabar optimistis akan semakin membaik (Jabarprov.go.id 2023)

Pada beberapa tahun terakhir tepatnya di tengah pandemi covid-19 industri tekstil banyak menghadapi tantangan sekaligus tekanan dimana pasar tekstil domestik dan ekspor keluar negeri tergerus oleh produsen dibandingkan negara lain. Semakin berat pada perang dagang. Belum pulih dengan pukulan - pukulan tersebut, industri tekstil saat itu kolaps lantaran

pengaruh pandemi Covid-19. Permintaan sandang pada masa pandemi menurun tajam seiring tutupnya pusat perbelanjaan sampai pusat tekstil, hingga menyebabkan 80% tenaga kerja telah dirumahkan dikarenakan penurunan permintaan dalam sektor tekstil di Indonesia, dan adanya penurunan likuiditas dalam perusahaan (Katadata.co.id 2023).

Manajemen rantai pasok yang efektif dapat menghasilkan produk yang murah, berkualitas dan tepat waktu guna mencapai tujuan pemasaran dan memperoleh keuntungan bagi perusahaan (Yusuf & Soediantono, 2022). Selain dapat menguntungkan bisnis, manajemen rantai pasok yang dikelola dengan baik juga dapat memuaskan pelanggan dan menciptakan hubungan baik di antara mereka.

Customer Relationship Management (CRM) suatu pendekatan yang memandang bahwa pelanggan adalah inti dari bisnis dan keberhasilan suatu perusahaan tergantung dari bagaimana mereka mengelola hubungannya secara efektif. Dimana hal ini menjadikan CRM sebagai salah satu proses ataupun strategi bisnis yang menarik untuk diperbincangkan. (Nojeem et al.,2023. Untuk meningkatkan nilai pelanggan, nilai perusahaan, dan nilai pemegang saham dengan cara yang serupa. Strategi CRM harus mampu mewujudkannya Informasi atau informasi yang akurat mengenai konsumen dan dunia usaha merupakan hal yang penting mengidentifikasi pelanggan yang berharga, yang berarti perusahaan dapat membaca pelanggan yang nantinya akan lebih mahal untuk bisa menerima metode lain Bisnis dapat menghemat waktu, uang, dan tenaga (Annisa Aura S & Fanni Husnul H, 2021).CRM kekuatan yang

mempengaruhi keinginan konsumen untuk memperoleh dan mengembangkan hubungan yang baik, karena itu kenyamanan yang diperoleh dari kolaborasi perusahaan yang memiliki layanan pelanggan yang baik akan berhasil menciptakan sistem yang berkelanjutan **(Rahmadany Putri dan Zainarti, 2022)**.

Membangun hubungan baik dengan pelanggan sangat penting untuk bisnis apa pun, dan kepemimpinan dan oleh karena itu, nilai pelanggan bagi perusahaan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan produk yang kami miliki. Jika Anda setia pada produk tersebut Setelah dibuat, perilaku pembeli akan muncul (pembelian berulang), dimana pelanggan akan membeli produk tersebut di perusahaan yang sama untuk waktu yang lama. Dan situasi ini, tentu saja, perusahaan dapat mempertahankan dan Tingkatkan terus volume penjualan Anda **(Ariska dkk., 2022)**.

Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) menjadi salah satu kelebihan dalam mempromosikan karya dan membantu membuat keputusan bisnis yang lebih baik. Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM) juga bisa disebut filosofi bisnis yang menggambarkan strategi menempatkan pelanggan sebagai pusat proses dan aktivitas dan budaya yang menerapkannya di banyak tempat meningkatkan pekerjaan di perusahaan dan tentu saja itu menciptakan pelanggan setia. **(Dyantina dkk., 2022)**.

Customer Relationship Management (CRM) secara terpisah menjadi penting juga merupakan sesuatu yang bisa dilakukan digunakan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, berkontribusi pada komunikasi internal yang lebih baik dan Optimalisasi pemasaran akan membantu meningkatkan efisiensi bisnis. *Customer Relationship Management* (CRM) selain

menjadi pusat penelitian Pelanggan baru juga membantu mempertahankannya tingkat kepuasan pelanggan yang ada. *Customer Relationship Management* (CRM) juga membantu dalam pemantauan operasi bisnis dan mengetahui perbaikan apa yang perlu dilakukan dilakukan dan memberikan layanan kepada pelanggan misalnya, kemampuan mengidentifikasi campuran produk itu akan dijual suatu saat nanti, sehingga mengurangi risikonya bekerja, yaitu mengetahui ramalan apa yang akan terjadi peristiwa dan kesalahan yang dibuat oleh pelanggan sejarah. **(Ngelyaratan dkk., 2022)**.

Berdasarkan fenomena dari penelitian-penelitian sebelumnya maka perusahaan harus memberikan pelayanan kepada konsumen agar dapat memberikan hubungan jangka panjang sehingga dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

PT Indotex Tripadu Jaya merupakan perusahaan yang bergerak dibidang distributor kain yang berdiri tahun 2017 dimana awal berdirinya PT Indotex Tripadu Jaya tidak melakukan proses produksi sendiri melainkan hanya membeli barang dari perusahaan lain untuk dijual kembali. Pada tahun 2022 PT Indotex Tripadu Jaya mulai melakukan produksi sendiri dengan memproduksi kain *grey* dengan macam jenis hingga produk setengah jadi menjadi warna. Sistem penjualan di PT Indotex Tripadu Jaya terbagi menjadi 2 sistem, yaitu *ada Pre Order* (PO) dan *Non Pre Order*. Untuk Order biasanya perusahaan menggunakan aplikasi WhatsApp dan Telpn setelah melakukan order perusahaan akan membuatkan surat Pre Order dan setelah surat tersebut dibuat dan ditanda tangani baru akan dibuatkan *sales contact* yang ditanda tangani oleh kedua pihak yang berisi kesepakatan pesanan dan kesepakatan jangka waktu yang sudah

ditentukan keduanya. Untuk sistem Non PO biasanya pembeli bisa langsung order via WhatsApp atau telpon tetapi kalau pelanggan yang sudah biasa order bisa langsung datang ke gudang tempat penjualan kain.

Pada PT Indotex Tripadu *Jaya Customer Relationship Management* (CRM) merupakan suatu hal yang penting untuk membuat hubungan antar perusahaan dan konsumen yang baik dan terus memperhatikan kepuasan

pelanggan akan memberikan keuntungan yang sangat berdampak bagi perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Gentur Pambudi S pada tanggal 17 Juni 2024 Perusahaan Indotex Tripadu Jaya didapatkan bahwa terdapat return penjualan dari konsumen selama 11 bulan berturut-turut dari bulan Agustus 2023 sampai Juni 2024, dimana hal ini sangat berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

Tabel 1. Data Return Penjualan Produk Periode Bulan Agustus – Oktober Tahun 2023-2024

No	Nama Customer	Jenis Barang	Jumlah Beli	Tanggal Pembelian	Jumlah Return	Tanggal Return
1	Ryan	Platinum Embos Abu Biru 107	10 Roll	03/08/2023	4 Roll	05/08/2023
2	Ryan	Platinum Embos Biru Tosca 117	7 Roll	22/08/2023	3 Roll	24/08/2023
3	H.solu	Toyobo Coklat	15 Roll	01/09/2023	5 Roll	05/08/2023
4	Ozi	Toyobo Merah	20 Roll	15/09/2023	4 Roll	19/09/2023
5	EticaHijab	Platinum Emboss Maroon 120	12 Roll	15/09/2023	6 Roll	20/09/2023
6	EticaHijab	Toyobo Hitam	6 Roll	15/09/2023	2 Roll	20/09/2023
7	Ozi	Platinum Emboss Navy Blue 111	30 Roll	22/09/2023	4 Roll	26/09/2023
8	Frengky	Toyobo Pink	10 Roll	03/10/2023	5 Roll	04/10/2023
9	Hamidah	Platinum Emboss Navy Blue 111	23 Roll	06/10/2023	3 Roll	10/10/2023
10	Ryan	Platinum Emboss Abu Hijau Tua	8 Roll	03/01/2024	3 Roll	05/01/2024
11	Ibu Lilis	Toyobo Putih	30 Roll	19/01/2024	6 Roll	23/01/2024
12	Ozi	Toyobo Maroon	15 Roll	24/01/2024	3 Roll	26/01/2024
13	H. Solu	Platinum Embos navy blue 111	12 Roll	05/02/2024	5 Roll	08/02/2024
14	H.Tatang	Toyobo Putih	40 Roll	14/02/2024	6 Roll	16/02/2024
15	H Tatang	Platinum Emboos Coklat	10 Roll	14/02/2024	2 Roll	16/02/2024
16	EticaHijab	Toyobo Putih	20 Roll	19/02/2024	7 Roll	21/02/2024
17	Ibu Titi Textile	Platinum Emboss Hijau tua	30 Roll	04/03/2024	4 Roll	06/03/2024
18	Nibras	Toyobo Maroon	15 Roll	07/03/2024	6 Roll	11/03/2024
19	Nibras	Toyobo Putih	10 Roll	07/03/2024	4 Roll	11/03/2024
20	Hamidah Hijab	Platinum Emboss Putih	25 Roll	02/04/2024	7 Roll	04/04/2024
21	Ibu Lilis	Platinum Emboss Putih	10 Roll	08/04/2024	3 Roll	10/04/2024
22	Nibras	Platinum Emboss Putih	15 Roll	10/04/2024	8 Roll	12/04/2024
23	Ozi	Toyobo Merah	10 Roll	11/06/2024	4 Roll	13/04/2024
24	Ozi	Toyobo Coklat	10 Roll	11/06/2024	2 Roll	13/04/2024

Sumber: PT Indotex Tripadu Jaya

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan adanya return penjualan produk dari konsumen ke perusahaan pada periode bulan Agustus 2023 sampai Juni 2024. Terdapat beberapa produk yang memiliki kecacatan diantaranya yaitu produk kain Platinum Emboss dan Toyobo. Produk-Produk kain berjenis grey tersebut merupakan kain yang diproduksi PT Indotex Tripadu Jaya dan setiap proses pembelian selalu lebih dahulu disepakati oleh kedua belah pihak. Banyak faktor yang membuat beberapa produk mengalami cacat sehingga menyebabkan adanya return penjualan. Dan tentu hal ini membuat kepuasan konsumen menurun dan bahkan tidak sedikit dari konsumen yang mengurungkan niatnya atas bentuk ketidakpuasannya.

Kondisi tersebut juga didukung oleh peneliti sebelumnya dimana disebutkan kepuasan konsumen merupakan keadaan emosional yang dialami oleh konsumen setelah melakukan pembelian, yang dapat menghasilkan berbagai macam reaksi, seperti kesenangan, ketidakpuasan, kemarahan, atau netralitas. (Dinata, 2019). Selanjutnya disebutkan dalam penelitiannya (Widyana et al, 2021) Dengan mengetahui dan memenuhi keinginan konsumen dengan tepat, perusahaan dapat menjaga hubungan yang baik dengan konsumen dan memastikan keberlangsungan bisnis.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Gentur Pambudi selaku Manajer perusahaan menyatakan bahwa adanya return penjualan yang dialami oleh perusahaan memiliki dampak yang cukup besar dimana konsumen merasa tidak puas oleh pelayanan yang ada dan hal tersebut tentu saja mempengaruhi tingkat kesetiaan konsumen menjadi lebih menurun, selain itu perusahaan juga akan mengalami kerugian besar dan akan mengakibatkan kerugian yang lebih

banyak. Kesetiaan konsumen tentu menjadi hal yang sangat penting meskipun fenomena yang terjadi di PT. Indotex Tripadu Jaya merupakan fenomena yang sering terjadi. Namun tentu saja kesetiaan konsumen harus terjaga dengan baik untuk menjadi hubungan jangka panjang, dimana kesetiaan konsumen juga mempengaruhi pendapatan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus menerapkan *Customer Relationship Management* yang baik guna menjaga hubungan dengan konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan.

Menurut (Wijaya, 2019) salah satu peran dari *Customer Relationship Management* (CRM) adalah meningkatkan pendapatan perusahaan melalui pelayanan dan hubungan berkualitas antara konsumen dan perusahaan. Hal ini bertujuan agar konsumen merasa puas dan mendorong terbentuknya loyalitas yang kuat.

Berdasarkan dari uraian di atas dapat diketahui bahwa isu sentral dalam penelitian ini adalah aktivitas hubungan PT. Indotex Tripadu Jaya dengan konsumen dimana perusahaan tidak biasa memenuhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“ANALISIS *COSTUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* PADA PT. INDOTEX TRIPADU JAYA”**

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, maka tidak memerlukan populasi tetapi menggunakan “*social situation*” atau situasi social yang terdiri atas tiga elemen, yaitu; PT. Indotex Tripadu Jaya sebagai tempat (*place*), Bapak Gentur Pambudi selaku Manager perusahaan sebagai pelaku (*Actors*) dan Customer

Relationship Management sebagai aktivitas (*activity*). Dalam penelitian ini, peneliti sendiri yang akan menjadi instrumen penelitian, peneliti akan mengumpulkan data lalu menganalisis data lalu dalam teknik pengumpulan data peneliti akan melakukan dengan cara yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang akan diteliti. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut : Observasi, observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan turun ke lapangan dan mengamati secara langsung mengenai keadaan yang sebenarnya. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mendatangi dan mengamati secara langsung proses penjualan di PT. Indotex Tripadu Jaya. Selanjutnya Wawancara, Dalam penelitian ini menggunakan wawancara semi stuktur (*semistuctured interview*) karena untuk menggali informasi mengenai permasalahan yang terjadi perlu dilakukan secara lebih mendalam dengan bantuan pedoman wawancara namun juga disarankan untuk tidak terlalu terpatok dengan pedoman untuk mendapatkan informasi yang lebih terbuka. Dalam penelitian ini peneliti perlu mendengarkan, mencatat dan berkomunikasi dua arah dengan narasumber. Terakhir dokumentasi, dokumentasi dalam penelitian ini adalah dokumentasi evaluasi supply chain, di mana didalamnya terdapat informasi mengenai data penjualan produk, data return penjualan produk serta struktur organisasi PT. Indotex Tripadu Jaya

Data yang telah terkumpul melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi selanjutnya memasuki tahapan analisis data untuk memecahkan suatu masalah dalam penelitian.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data menurut Rukin (2021) Memiliki empat tahapan diantaranya: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN

Customer Relationship Management PT Indotex Tripadu Jaya

Pengelolaan Hubungan Pelanggan, atau *Customer Relationship Management* (CRM), telah menjadi elemen integral dalam strategi bisnis PT Indotex Tripadu Jaya. Sebagai perusahaan yang beroperasi dalam industri tekstil yang kompetitif, PT Indotex Tripadu Jaya menyadari pentingnya menjaga hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan para pelanggannya. Sistem CRM yang diterapkan perusahaan ini dirancang untuk memaksimalkan interaksi dengan pelanggan, memperkuat loyalitas mereka, dan pada akhirnya meningkatkan profitabilitas.

Dengan memanfaatkan teknologi informasi terkini, PT Indotex Tripadu Jaya mampu mengumpulkan data pelanggan yang berharga, yang kemudian dianalisis untuk memahami kebutuhan dan preferensi mereka. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menawarkan produk dan layanan yang lebih personal dan relevan, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selain itu, sistem CRM yang diimplementasikan oleh PT Indotex Tripadu Jaya juga berfungsi sebagai alat yang efektif untuk mengelola feedback dan keluhan pelanggan. Misalnya, PT Indotex Tripadu Jaya menerima banyak keluhan tentang proses pengiriman yang lambat. Dengan menggunakan sistem CRM, mereka dapat menganalisis data keluhan dan mengidentifikasi penyebab masalah. Perusahaan kemudian dapat

mengambil tindakan untuk memperbaiki proses pengiriman, seperti meningkatkan efisiensi gudang atau bermitra dengan perusahaan logistik yang lebih cepat. Dengan menerapkan strategi pengelolaan feedback dan keluhan yang efektif, PT Indotex Tripadu Jaya dapat membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan meningkatkan citra perusahaan di mata publik. Dengan adanya mekanisme yang terstruktur untuk menangani masukan dari pelanggan, perusahaan dapat dengan cepat menanggapi permasalahan yang muncul dan melakukan perbaikan yang diperlukan. Ini tidak hanya membantu dalam menjaga kepuasan pelanggan tetapi juga meningkatkan citra perusahaan di mata publik. Pentingnya CRM dalam strategi bisnis PT Indotex Tripadu Jaya juga tercermin dalam upaya mereka untuk melatih karyawan agar lebih responsif dan proaktif dalam berinteraksi dengan pelanggan. Sistem CRM ini juga memungkinkan PT Indotex Tripadu Jaya untuk menjalankan kampanye pemasaran yang lebih efektif.

Email Marketing: PT Indotex Tripadu Jaya dapat mengirimkan email promosi yang dipersonalisasi kepada pelanggan yang telah membeli kain katun premium sebelumnya, menawarkan diskon khusus atau informasi tentang produk baru.

Iklan di Media Sosial: PT Indotex Tripadu Jaya dapat menargetkan iklan di media sosial kepada pelanggan yang telah menunjukkan minat pada kain katun premium, menampilkan produk baru dan penawaran khusus.

Program Loyalitas: PT Indotex Tripadu Jaya dapat menawarkan program loyalitas kepada pelanggan yang sering membeli kain katun premium, memberikan poin reward yang dapat ditukarkan dengan diskon atau hadiah. Dengan segmentasi pasar yang lebih baik, perusahaan dapat menargetkan kelompok pelanggan

tertentu dengan penawaran yang spesifik, meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari setiap kampanye pemasaran yang diluncurkan. Penggunaan CRM tidak hanya terbatas pada peningkatan pengalaman pelanggan, tetapi juga memberikan wawasan strategis bagi manajemen dalam pengambilan keputusan bisnis. Dengan analisis data yang mendalam, perusahaan dapat mengidentifikasi tren pasar dan perilaku pelanggan, yang dapat digunakan untuk pengembangan produk baru dan penentuan strategi pemasaran yang lebih baik. Implementasi CRM di PT Indotex Tripadu Jaya telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap operasi bisnis mereka. CRM dapat membantu perusahaan melacak semua interaksi dengan pelanggan, seperti panggilan telepon, email, dan kunjungan situs web. Ini dapat membantu perusahaan memahami kebutuhan pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik. Dengan memprioritaskan hubungan pelanggan dan berfokus pada pengalaman pelanggan, PT Indotex Tripadu Jaya berhasil membangun basis pelanggan yang loyal dan mendapatkan keunggulan kompetitif di industri tekstil. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa investasi dalam teknologi CRM dan pelatihan karyawan merupakan langkah strategis yang penting dalam mencapai pertumbuhan jangka panjang dan keberlanjutan bisnis.

Perencanaan Relationship Management PT Indotex Tripadu Jaya

PT Indotex Tripadu Jaya, dalam upaya membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan pelanggannya, telah merumuskan strategi Customer Relationship Management (CRM) yang komprehensif. Strategi ini terbagi menjadi tiga fokus utama: perencanaan

karyawan, perencanaan proses, dan perencanaan teknologi.

Perencanaan Karyawan CRM PT Indotex Tripadu Jaya

Perencanaan Karyawan pada CRM di PT Indotex Tripadu Jaya merupakan dasar yang esensial dalam membentuk hubungan yang efektif dan berkelanjutan dengan pelanggan. Perusahaan ini memahami bahwa karyawan adalah aset terpenting dalam menjalin hubungan positif dengan pelanggan, yang merupakan kunci keberhasilan dalam kompetisi pasar saat ini.

PT Indotex Tripadu Jaya telah menginisiasi berbagai program pelatihan dan pengembangan yang dirancang khusus untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan karyawan dalam manajemen hubungan pelanggan. Program-program ini mencakup pelatihan intensif mengenai teknik komunikasi efektif, yang bertujuan untuk membekali karyawan dengan kemampuan berinteraksi secara profesional dan empatik. Selain itu, pelatihan penanganan keluhan pelanggan juga menjadi fokus utama, mengingat pentingnya kemampuan menyelesaikan masalah dengan cepat dan memuaskan untuk menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Lebih lanjut, PT Indotex Tripadu Jaya juga menekankan pentingnya strategi membangun loyalitas pelanggan sebagai bagian dari program pelatihan mereka. Karyawan diajarkan bagaimana membangun hubungan yang tidak hanya transaksional tetapi juga emosional dengan pelanggan, melalui pendekatan yang personal dan memahami kebutuhan serta preferensi individu pelanggan. Untuk mendorong kinerja yang unggul, perusahaan ini juga menerapkan sistem insentif dan penghargaan bagi karyawan yang berhasil menunjukkan performa

terbaik dalam membangun dan mempertahankan hubungan pelanggan. Insentif ini meliputi bonus kinerja, pengakuan publik, dan kesempatan pengembangan karir lebih lanjut, yang semuanya bertujuan untuk memotivasi karyawan agar selalu memberikan pelayanan terbaik. Perencanaan karyawan CRM di PT Indotex Tripadu Jaya tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga berupaya menciptakan lingkungan kerja yang mendukung dan memotivasi karyawan untuk berinovasi dalam pelayanan pelanggan. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan dan memperkuat posisi PT Indotex Tripadu Jaya sebagai pemimpin dalam industri mereka.

Perencanaan Proses CRM PT Indotex Tripadu Jaya

Perencanaan proses *Customer Relationship Management* (CRM) di PT Indotex Tripadu Jaya merupakan langkah strategis yang berfokus pada optimalisasi alur kerja serta proses internal terkait pelanggan. Dalam upayanya untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, perusahaan ini telah secara sistematis melakukan pemetaan proses guna mengidentifikasi titik-titik kritis yang berpotensi menghambat interaksi dan kepuasan pelanggan. Melalui analisis yang mendalam, PT Indotex Tripadu Jaya telah mampu mengenali area-area yang memerlukan perbaikan dan penguatan. Sebagai tindak lanjut dari pemetaan tersebut, perusahaan merumuskan prosedur dan standar operasional yang tidak hanya jelas tetapi juga terstruktur dengan baik, sehingga memastikan bahwa setiap interaksi pelanggan berlangsung dengan lancar dan efisien. Dengan adanya prosedur yang terstandarisasi, setiap pegawai dapat

memahami dan menerapkan langkah-langkah yang diperlukan untuk menangani kebutuhan dan masalah pelanggan dengan cepat dan tepat. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui pelayanan yang konsisten dan berkualitas tinggi. Hasil dari perencanaan yang matang ini adalah peningkatan kepuasan pelanggan dan loyalitas yang lebih besar, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan di pasar yang kompetitif.

Perencanaan Teknologi CRM PT Indotex Tripadu Jaya

Perencanaan teknologi *Customer Relationship Management* (CRM) di PT Indotex Tripadu Jaya merupakan langkah strategis yang dirancang untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas interaksi perusahaan dengan pelanggannya. Dengan memanfaatkan teknologi terbaru, perusahaan ini berkomitmen untuk mendukung seluruh proses CRM secara menyeluruh. Salah satu investasi utama yang telah dilakukan PT Indotex Tripadu Jaya adalah pengembangan sistem CRM terintegrasi. Sistem ini tidak hanya memungkinkan pengumpulan data pelanggan secara efisien tetapi juga memberikan kemampuan analitis yang mendalam, memungkinkan perusahaan untuk menyusun strategi yang lebih baik berdasarkan wawasan yang diperoleh. Sistem terintegrasi ini memungkinkan pengelolaan data pelanggan secara terpusat, sehingga setiap departemen dalam perusahaan dapat mengakses informasi yang konsisten dan akurat. Dengan demikian, PT Indotex Tripadu Jaya dapat lebih memahami kebutuhan serta preferensi pelanggan, yang pada gilirannya memungkinkan mereka untuk menyediakan layanan yang lebih

personal dan relevan. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga memperkuat loyalitas mereka terhadap merek. Selain itu, PT Indotex Tripadu Jaya juga memanfaatkan teknologi komunikasi digital untuk memperluas dan memperdalam interaksi dengan pelanggan. Teknologi ini mencakup penggunaan berbagai platform media sosial, yang memungkinkan dialog dua arah dan keterlibatan yang lebih aktif dengan pelanggan. Selain media sosial, perusahaan juga mengimplementasikan strategi pemasaran melalui email yang dirancang untuk memberikan informasi dan penawaran yang tepat sasaran kepada pelanggan mereka. Teknologi chatbot juga diaplikasikan untuk memberikan layanan pelanggan yang responsif dan tersedia 24/7, menjawab pertanyaan dan menyelesaikan masalah pelanggan dengan cepat dan efisien. Dengan perencanaan teknologi CRM yang terstruktur dan adaptif, PT Indotex Tripadu Jaya berusaha untuk tidak hanya memenuhi ekspektasi pelanggan, tetapi juga melampauinya. Melalui pendekatan ini, perusahaan berada dalam posisi yang kuat untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif dan dinamis, dengan tetap fokus pada penciptaan nilai tambah bagi pelanggannya.

Dengan menerapkan strategi CRM yang komprehensif, PT Indotex Tripadu Jaya yakin dapat membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan pelanggannya. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk dan layanan PT Indotex Tripadu Jaya.

Pelaksanaan Relationship Management PT Indotex Tripadu Jaya

PT Indotex Tripadu Jaya menerapkan strategi Relationship Management yang dirancang untuk membangun dan memelihara hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Fokus utama dari strategi ini adalah menciptakan nilai tambah melalui interaksi yang berkelanjutan dan saling menguntungkan.

Dalam pelaksanaannya, perusahaan ini mengintegrasikan berbagai alat teknologi dan pendekatan manajerial untuk mengoptimalkan interaksi dengan pelanggan, memastikan bahwa setiap titik kontak memberikan pengalaman yang positif dan konsisten. Dengan pendekatan ini, PT Indotex Tripadu Jaya berusaha untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat posisi pasar.

Pelaksanaan Karyawan CRM PT Indotex Tripadu Jaya

a. Komunikasi dan Interaksi

Salah satu fondasi utama dalam pelaksanaan Customer Relationship Management (CRM) di PT Indotex Tripadu Jaya adalah kemampuan komunikasi dan interaksi yang efektif antara karyawan dan pelanggan. Perusahaan ini menggarisbawahi pentingnya komunikasi yang tidak hanya jelas, tetapi juga terbuka dan responsif, sebagai sarana untuk membangun kepercayaan serta memahami kebutuhan dan ekspektasi pelanggan secara mendalam. Untuk mencapai tujuan ini, PT Indotex Tripadu Jaya menjadikan pelatihan karyawan sebagai prioritas. Karyawan dilatih secara intensif untuk menguasai berbagai saluran komunikasi, seperti telepon, email, dan media sosial, sehingga mereka dapat menjangkau pelanggan dengan cara yang paling sesuai dan nyaman bagi setiap individu. Pelatihan ini tidak hanya berfokus pada kemampuan teknis penggunaan alat komunikasi,

tetapi juga menekankan pentingnya empati dan perhatian personal dalam setiap interaksi. Dengan menempatkan diri pada posisi pelanggan, karyawan dapat memberikan layanan yang lebih personal dan relevan, yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, PT Indotex Tripadu Jaya juga mengadopsi pendekatan proaktif dalam berkomunikasi. Karyawan didorong untuk secara rutin berinteraksi dengan pelanggan, bahkan di luar konteks transaksi bisnis, untuk membina hubungan yang lebih erat dan berkelanjutan.

Melalui strategi komunikasi yang terstruktur dan berpusat pada pelanggan ini, PT Indotex Tripadu Jaya berharap dapat memposisikan diri sebagai mitra terpercaya bagi para pelanggannya. Implementasi komunikasi yang efektif juga memungkinkan perusahaan untuk memperoleh umpan balik yang berharga, yang dapat digunakan untuk meningkatkan produk dan layanan mereka. Dengan demikian, komunikasi dan interaksi yang dikelola dengan baik menjadi alat strategis dalam upaya PT Indotex Tripadu Jaya untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dan memperkuat loyalitas pelanggan di pasar yang semakin kompetitif.

b. Pelatihan Tenaga Kerja

Pelatihan tenaga kerja merupakan elemen kunci dalam implementasi Relationship Management di PT Indotex Tripadu Jaya. Dalam upayanya untuk tetap kompetitif dan relevan di pasar, perusahaan ini menyadari pentingnya investasi dalam pengembangan sumber daya manusia. Oleh karena itu, PT Indotex Tripadu Jaya secara aktif

menyediakan pelatihan berkelanjutan bagi karyawan mereka. Pelatihan ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan karyawan dalam menggunakan Customer Relationship Management (CRM) dan mendalami pemahaman mengenai dinamika kebutuhan pelanggan yang selalu berubah. Dengan pendekatan ini, karyawan dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memberikan layanan pelanggan yang tidak hanya unggul tetapi juga responsif terhadap berbagai situasi. Karyawan yang terlatih dengan baik mampu merespon pertanyaan dan kebutuhan pelanggan dengan cepat, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat loyalitas mereka terhadap perusahaan. PT Indotex Tripadu Jaya menyadari bahwa pelatihan yang efektif bukan hanya meningkatkan kemampuan individu, tetapi juga memainkan peran penting dalam pencapaian tujuan strategis perusahaan. Dengan membangun hubungan pelanggan yang kuat, perusahaan tidak hanya dapat mempertahankan pangsa pasar mereka, tetapi juga membuka peluang untuk pertumbuhan bisnis yang lebih besar. Oleh karena itu, pelatihan tenaga kerja tidak sekadar dianggap sebagai biaya, melainkan sebuah investasi jangka panjang yang esensial bagi keberlanjutan dan kesuksesan perusahaan di masa depan.

c. Pemberdayaan Karyawan

Pemberdayaan karyawan menjadi salah satu aspek penting yang diutamakan dalam penerapan Customer Relationship Management (CRM) di PT Indotex Tripadu Jaya. Perusahaan ini

menyadari bahwa untuk membangun hubungan pelanggan yang kuat dan berkelanjutan, diperlukan partisipasi aktif dari seluruh lini karyawan. Oleh karena itu, PT Indotex Tripadu Jaya mendorong karyawan untuk mengambil inisiatif dan berperan serta dalam proses pengambilan keputusan yang terkait dengan manajemen hubungan pelanggan. Langkah ini tidak hanya memberikan ruang bagi karyawan untuk menunjukkan kemampuan dan kreativitas mereka, tetapi juga memfasilitasi terciptanya lingkungan kerja yang lebih kolaboratif dan inovatif. Dengan memberikan kebebasan dan tanggung jawab yang lebih besar, karyawan merasa lebih dihargai dan termotivasi untuk memberikan yang terbaik dalam pekerjaan mereka. Pemberdayaan semacam ini juga memupuk semangat kepemilikan di antara karyawan, di mana setiap individu merasa bahwa kontribusi mereka benar-benar berdampak pada kesuksesan perusahaan. Selain itu, pemberdayaan karyawan berkontribusi pada peningkatan kepuasan kerja, yang pada akhirnya dapat menurunkan tingkat turnover karyawan dan menciptakan tim yang lebih stabil dan berpengalaman. Lebih jauh lagi, dengan melibatkan karyawan dalam pengambilan keputusan, PT Indotex Tripadu Jaya mendapatkan berbagai perspektif dan ide baru yang segar, yang sering kali menghasilkan solusi kreatif dalam menangani tantangan pelanggan. Solusi ini tidak hanya memperbaiki proses internal dan efisiensi operasional tetapi juga secara signifikan meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Dengan demikian,

pemberdayaan karyawan menjadi strategi yang tidak hanya memperkuat hubungan internal dalam perusahaan tetapi juga meningkatkan daya saing perusahaan di kancah bisnis yang lebih luas.

Pelaksanaan Proses CRM PT Indotex Tripadu Jaya

a. Proses Penerimaan Pesanan

PT Indotex Tripadu Jaya memiliki proses penerimaan pesanan yang terstruktur dan efisien, yang dirancang untuk memastikan pesanan pelanggan diproses dengan cepat, akurat, dan transparan. Tim penjualan yang berpengalaman menerima pesanan melalui berbagai saluran, seperti telepon, email, dan platform e-commerce, memberikan fleksibilitas bagi pelanggan untuk memilih metode yang paling nyaman. Setiap pesanan yang masuk, baik melalui telepon, email, maupun platform e-commerce, langsung diinput ke dalam sistem CRM (*Customer Relationship Management*) yang terintegrasi. Sistem CRM ini berfungsi sebagai pusat data terpusat untuk semua informasi terkait pesanan, mencatat detail penting seperti nama pelanggan, alamat pengiriman, produk yang dipesan, jumlah, dan tanggal pesanan. Selain itu, sistem CRM juga mencatat status pesanan secara real-time, memungkinkan tim penjualan untuk melacak kemajuan pesanan dengan mudah. Pelanggan juga dapat mengakses informasi status pesanan mereka melalui portal online yang terhubung dengan sistem CRM, memberikan transparansi dan ketenangan pikiran. Dengan sistem pelacakan yang terstruktur ini, tim penjualan dapat menginformasikan

pelanggan tentang status pesanan mereka secara proaktif, baik melalui email, SMS, maupun telepon, memastikan pelanggan selalu mengetahui perkembangan pesanan mereka. Proses penerimaan pesanan yang terstruktur dan efisien ini tidak hanya meminimalkan kesalahan dalam pemrosesan pesanan, tetapi juga meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan pengalaman yang cepat, akurat, dan transparan.

b. Proses Pengiriman

Setelah pesanan diproses, PT Indotex Tripadu Jaya menjalankan tahap pengiriman yang menjadi salah satu aspek krusial dalam rantai pasok mereka. Perusahaan ini telah mengadopsi sistem logistik yang terintegrasi dan canggih untuk memastikan bahwa setiap pesanan dapat tiba di tujuan dengan tepat waktu. Sistem logistik yang digunakan oleh PT Indotex Tripadu Jaya dirancang secara menyeluruh, dengan menggabungkan teknologi mutakhir yang mampu memantau dan mengontrol setiap aspek dari proses pengiriman. Salah satu fitur utama dari sistem ini adalah penggunaan sistem pelacakan pengiriman yang memungkinkan tim logistik untuk memantau lokasi dan status pesanan secara real-time selama proses pengiriman berlangsung. Melalui sistem ini, tidak hanya tim internal yang mendapatkan visibilitas penuh terhadap pergerakan barang, tetapi pelanggan juga diberikan akses untuk melacak pesanan mereka secara online. Hal ini memberikan tingkat transparansi yang tinggi serta ketenangan pikiran bagi pelanggan, karena mereka dapat mengetahui dengan pasti kapan

pesanan mereka akan tiba. Dengan informasi yang tersedia secara akurat dan mudah diakses, pelanggan dapat merencanakan aktivitas mereka dengan lebih baik, mengurangi kecemasan yang sering kali muncul saat menunggu barang pesanan. Selain itu, PT Indotex Tripadu Jaya memahami bahwa kebutuhan setiap pelanggan dapat berbeda, terutama terkait dengan urgensi pengiriman. Oleh karena itu, perusahaan menawarkan berbagai pilihan pengiriman yang fleksibel, termasuk pengiriman standar dan pengiriman ekspres. Pengiriman standar biasanya digunakan untuk pesanan yang tidak terlalu mendesak, dengan waktu pengiriman yang lebih lama namun tetap dalam jangka waktu yang telah dijanjikan. Di sisi lain, pengiriman ekspres dirancang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang memerlukan barang mereka dalam waktu yang lebih cepat. Dengan opsi pengiriman yang beragam ini, PT Indotex Tripadu Jaya dapat memenuhi berbagai permintaan pelanggan, mulai dari yang mengutamakan biaya hingga yang mengutamakan kecepatan.

c. *Proses complain handling*

Proses penanganan keluhan yang terstruktur ini menunjukkan komitmen PT Indotex Tripadu Jaya untuk memberikan pengalaman pelanggan yang positif. Proses penanganan keluhan di PT Indotex Tripadu Jaya merupakan salah satu aspek yang sangat diperhatikan dalam upaya perusahaan untuk memastikan kepuasan pelanggan. PT Indotex Tripadu Jaya menyadari bahwa setiap keluhan pelanggan adalah kesempatan untuk memperbaiki kualitas layanan dan membangun kepercayaan pelanggan.

Oleh karena itu, perusahaan menempatkan tim layanan pelanggan yang terlatih secara profesional untuk menangani setiap keluhan dengan tingkat empati yang tinggi. Tim ini tidak hanya dilatih untuk mendengarkan dengan seksama tetapi juga untuk memahami konteks keluhan dan mencari solusi yang paling tepat sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Setiap keluhan yang diterima tidak hanya didokumentasikan dengan baik tetapi juga ditindaklanjuti dengan segera, memastikan bahwa pelanggan mendapatkan tanggapan yang cepat dan tepat. Proses ini dirancang agar setiap keluhan dapat diselesaikan secepat mungkin, dengan fokus utama pada hasil yang memuaskan pelanggan. PT Indotex Tripadu Jaya juga menerapkan sistem survei kepuasan pelanggan yang komprehensif untuk mengukur kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Survei ini memberikan wawasan berharga tentang pengalaman pelanggan dan membantu perusahaan dalam mengidentifikasi area-area yang memerlukan perbaikan. Dengan pendekatan yang terstruktur dalam menangani keluhan, PT Indotex Tripadu Jaya menunjukkan komitmen yang kuat untuk memberikan pengalaman pelanggan yang positif dan berkelanjutan, serta menjaga hubungan jangka panjang yang baik dengan para pelanggannya.

Pelaksanaan Teknologi CRM PT Indotex Tripadu Jaya

Pelaksanaan Teknologi Customer Relationship Management (CRM) di PT Indotex Tripadu Jaya merupakan langkah strategis untuk meningkatkan efektivitas interaksi perusahaan dengan

pelanggan. Implementasi teknologi ini tidak hanya memerlukan perencanaan yang matang, tetapi juga didukung oleh beberapa faktor penting yang akan memastikan keberhasilan dan keberlanjutan penggunaannya.

a. Ketersediaan tenaga ahli

Ketersediaan tenaga ahli menjadi faktor kunci dalam pelaksanaan teknologi CRM. Tenaga ahli yang kompeten diperlukan untuk mengelola dan mengoptimalkan penggunaan sistem CRM agar dapat mencapai hasil yang diinginkan. Mereka harus memiliki pemahaman mendalam tentang cara kerja sistem, kemampuan untuk menganalisis data pelanggan, dan keterampilan dalam memanfaatkan informasi tersebut untuk mengembangkan strategi bisnis yang lebih baik. Selain itu, tenaga ahli ini juga harus mampu memberikan pelatihan kepada karyawan lain sehingga seluruh tim dapat berkontribusi secara efektif dalam penggunaan teknologi CRM.

b. Ketersediaan perangkat lunak dan keras

ketersediaan perangkat lunak dan keras juga merupakan elemen esensial dalam implementasi teknologi CRM. Perangkat lunak CRM yang handal dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan harus tersedia untuk memastikan bahwa semua fungsi yang diperlukan, seperti manajemen data pelanggan, analisis, dan pelaporan, dapat dilakukan dengan efisien. Selain itu, perangkat keras yang mendukung seperti server, komputer, dan infrastruktur jaringan yang kuat, juga harus dipersiapkan untuk memastikan sistem dapat beroperasi dengan lancar tanpa gangguan. Ketersediaan perangkat keras dan lunak yang optimal akan

menentukan kecepatan, keakuratan, dan keseluruhan kinerja sistem CRM dalam mendukung kegiatan operasional perusahaan.

c. Pemeliharaan Teknologi

pemeliharaan teknologi adalah aspek krusial yang tidak boleh diabaikan dalam pelaksanaan teknologi CRM. Sistem yang sudah diimplementasikan perlu mendapatkan pemeliharaan rutin untuk memastikan bahwa semuanya berjalan sesuai dengan harapan. Pemeliharaan ini mencakup pembaruan perangkat lunak secara berkala, pengawasan terhadap kinerja perangkat keras, dan penanganan masalah teknis yang mungkin timbul. Selain itu, pemeliharaan yang baik juga mencakup perlindungan data pelanggan melalui sistem keamanan yang andal, guna mencegah kebocoran informasi yang dapat merugikan perusahaan dan pelanggan. Dengan pemeliharaan yang tepat, teknologi CRM akan tetap relevan dan dapat terus memberikan manfaat jangka panjang bagi PT Indotex Tripadu Jaya dalam mengelola hubungan pelanggan secara efektif.

Evaluasi Customer Relationship Management PT Indotex Tripadu Jaya

Evaluasi sebagai upaya proses kegiatan untuk mengumpulkan informasi dari hasil implementasi yang telah dilakukan untuk menentukan alternatif yang tepat dalam pengambilan keputusan. Evaluasi dilakukan dengan cara membandingkan apakah pelaksanaan sudah sesuai dengan yang telah direncanakan. Pada penelitian ini secara keseluruhan masih belum berjalan baik, karena masih terdapat beberapa

ketidaksesuaian antara pelaksanaan dan perencanaannya.

Perbaikan CRM

Fishbone Diagram

1. *Man (Manusia)*

Tingkat keterampilan karyawan sangat mempengaruhi produktivitas perusahaan. Pelatihan yang tidak memadai dapat menyebabkan karyawan tidak siap menghadapi tantangan di tempat kerja. Selain itu, kurangnya pengalaman dapat mengakibatkan kesalahan dalam proses yang berdampak pada kualitas produk. Untuk mengatasi ini, penting bagi perusahaan untuk melaksanakan program pelatihan yang teratur dan sesuai dengan kebutuhan industri. Motivasi karyawan merupakan faktor kunci dalam mempertahankan performa kerja yang baik. Moral yang rendah dapat disebabkan oleh lingkungan kerja yang tidak kondusif atau kurangnya penghargaan bagi karyawan yang berprestasi. Insentif yang tidak memadai juga dapat mengurangi motivasi karyawan untuk bekerja lebih keras. Perusahaan perlu menciptakan suasana kerja yang positif dan memberikan penghargaan yang layak untuk meningkatkan semangat kerja. Masalah tenaga kerja, seperti kekurangan staf dan tingkat perputaran karyawan yang tinggi, dapat mengganggu operasional perusahaan. Jika posisi penting tidak terisi, beban kerja akan meningkat pada karyawan yang ada, yang dapat menyebabkan stres dan menurunkan produktivitas. Tingkat perputaran yang tinggi biasanya menunjukkan ketidakpuasan karyawan, baik dalam hal gaji maupun kesempatan untuk berkembang. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan

kesejahteraan karyawan dan menawarkan jalur karir yang jelas. Dengan menganalisis ketiga aspek ini, PT Indotex Tripadu Jaya dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kinerja karyawan dan, pada akhirnya, keefektifan perusahaan secara keseluruhan.

2. *Machine (Mesin)*

Pemeliharaan mesin yang tidak konsisten dapat mengakibatkan peningkatan risiko kerusakan mesin, yang berdampak pada downtime dan kehilangan produktivitas. Jika jadwal pemeliharaan tidak terlaksana dengan baik, mesin dapat beroperasi di luar spesifikasi optimal, mengarah pada kondisi kerja yang tidak efisien. Untuk mengatasi masalah ini, PT Indotex Tripadu Jaya perlu mengimplementasikan program pemeliharaan rutin yang terjadwal, dengan pencatatan yang baik untuk memastikan seluruh mesin tetap dalam kondisi prima. Kinerja mesin yang buruk dapat memengaruhi kualitas produk dan efisiensi operasional. Seringnya kerusakan mesin tidak hanya menyebabkan hilangnya waktu produksi, tetapi juga dapat menghasilkan produk cacat yang memerlukan pengulangan proses. Selain itu, mesin yang tidak efisien dapat meningkatkan biaya operasional, seperti konsumsi energi yang tinggi. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk melakukan evaluasi berkala terhadap performa mesin dan mengganti atau memperbaiki peralatan yang tidak memenuhi standar. Kurangnya otomatisasi dan penggunaan teknologi yang ketinggalan zaman dapat memperlambat proses produksi dan mengurangi daya

saing perusahaan di pasar. Mesin yang tidak dilengkapi dengan teknologi terbaru mungkin tidak mampu memenuhi permintaan produksi yang meningkat. Selain itu, teknologi yang lebih baru biasanya menawarkan efisiensi dan akurasi yang lebih baik, yang pada akhirnya dapat mengurangi biaya jangka panjang. PT Indotex Tripadu Jaya harus mempertimbangkan investasi dalam teknologi modern untuk meningkatkan proses produksi dan efisiensi operasional. Melalui analisis ini, PT Indotex Tripadu Jaya dapat mengidentifikasi dan memperbaiki masalah terkait mesin, sehingga meningkatkan kinerja seluruh sistem produksi dan kualitas produk secara keseluruhan.

3. **Material (Bahan)**

Kualitas material yang tidak konsisten dapat berdampak langsung pada hasil akhir produk. Penggunaan bahan baku yang substandar dapat mengakibatkan cacat produk, yang tidak hanya merugikan reputasi perusahaan, tetapi juga menyebabkan biaya tambahan untuk perbaikan atau penggantian. Untuk memastikan produk berkualitas tinggi, PT Indotex Tripadu Jaya harus melakukan pengecekan kualitas secara ketat terhadap semua bahan baku yang diterima, serta bekerja sama dengan pemasok yang terpercaya dan memiliki standar. Keterlambatan dalam rantai pasokan dapat mengganggu seluruh proses produksi dan menyebabkan penundaan dalam pengiriman produk kepada konsumen. Jika pengiriman bahan baku tidak tepat waktu, ini dapat menyebabkan stok bahan yang tidak mencukupi, mengakibatkan gangguan dalam produksi. PT Indotex Tripadu Jaya

perlu merencanakan strategi rantai pasokan yang lebih efisien dan membangun hubungan yang baik dengan pemasok untuk memastikan kelancaran aliran material.

4. **Method (Metode)**

Proses produksi yang tidak efisien dapat menimbulkan berbagai masalah, termasuk waktu siklus yang panjang dan penggunaan sumber daya yang berlebihan. Jika alur kerja tidak dioptimalkan, karyawan dapat menghabiskan waktu lebih lama untuk menyelesaikan tugas, yang mengurangi produktivitas keseluruhan. PT Indotex Tripadu Jaya perlu meninjau dan mendokumentasikan setiap langkah dalam proses produksi untuk mengidentifikasi titik-titik kemacetan dan mengimplementasikan metode *lean manufacturing* guna meningkatkan efisiensi. Dokumentasi yang buruk dan tidak lengkap dapat menyebabkan kebingungan dan kesalahan dalam operasional sehari-hari. Tanpa prosedur tetap (SOP) yang jelas, karyawan mungkin tidak tahu cara melakukan tugas dengan benar, yang dapat meningkatkan risiko kesalahan. Oleh karena itu, penting bagi PT Indotex Tripadu Jaya untuk mengembangkan dan memperbarui SOP yang lengkap serta memberikan akses mudah bagi seluruh karyawan untuk memastikan bahwa setiap orang mengikuti prosedur yang benar.

SIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa kendala dalam pengiriman disebabkan oleh beberapa faktor yang saling berkaitan. Faktor-faktor tersebut dapat

dikategorikan ke dalam empat aspek utama, yaitu:

1. **Mesin (Machine):** Penjadwalan yang tidak konsisten dan kurangnya konsistensi dalam mesin dapat menyebabkan alur kerja yang tidak efisien dan pencatatan yang buruk.
2. **Manusia (Man):** Pelatihan yang tidak memadai dan kurangnya pengalaman pada manusia dapat menyebabkan kurangnya konsistensi dalam proses kerja.
3. **Material:** Kualitas material yang tidak konsisten dapat menyebabkan masalah dalam proses produksi dan pengiriman.
4. **Metode (Method):** Biaya bahan baku yang tinggi dapat menjadi kendala dalam proses produksi dan pengiriman.

Menunjukkan hubungan antara berbagai faktor yang dapat menyebabkan kendala dalam pengiriman. Diagram ini dibagi menjadi empat kategori utama, yaitu mesin, manusia, material, dan metode. Kategori mesin menunjukkan bahwa penjadwalan yang tidak konsisten dan kurangnya konsistensi dalam kinerja mesin dapat mengakibatkan alur kerja yang tidak efisien dan pencatatan yang buruk, yang pada akhirnya dapat berdampak pada pengiriman. Kategori manusia menunjukkan bahwa pelatihan yang tidak memadai dan kurangnya pengalaman pada pekerja dapat menyebabkan kurangnya konsistensi dalam proses kerja, yang dapat mengakibatkan kesalahan dalam proses produksi dan pengiriman. Kategori material menunjukkan bahwa kualitas material yang tidak konsisten dapat menyebabkan masalah dalam proses produksi dan pengiriman, karena material yang tidak berkualitas dapat menyebabkan kerusakan produk atau keterlambatan pengiriman. Kategori metode menunjukkan bahwa biaya

bahan baku yang tinggi dapat menjadi kendala dalam proses produksi dan pengiriman, karena biaya yang tinggi dapat mengurangi profitabilitas dan membuat perusahaan sulit untuk bersaing.

Berdasarkan hasil tabel fishbone, dapat disimpulkan bahwa kendala dalam pengiriman disebabkan oleh kombinasi dari berbagai faktor yang saling berkaitan. Misalnya, penjadwalan yang tidak konsisten dapat menyebabkan alur kerja yang tidak efisien, yang pada gilirannya dapat menyebabkan keterlambatan pengiriman. Kualitas material yang tidak konsisten dapat menyebabkan kerusakan produk, yang dapat menyebabkan penundaan pengiriman. Biaya bahan baku yang tinggi dapat membuat perusahaan sulit untuk bersaing, yang dapat menyebabkan penurunan permintaan dan penurunan pengiriman. Oleh karena itu, untuk mengatasi kendala dalam pengiriman, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan keempat aspek tersebut. Misalnya, dengan melakukan penjadwalan yang lebih baik, meningkatkan pelatihan dan pengalaman pekerja, memastikan kualitas material yang konsisten, dan mencari cara untuk menekan biaya bahan baku. Dengan meningkatkan keempat aspek tersebut, diharapkan dapat meningkatkan efisiensi proses produksi dan pengiriman, sehingga kendala dalam pengiriman dapat diatasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adosi. (2020). *Qualitative Data Collection Instruments: The Most Challenging And Easiest To Use*.
- Alwi Rizki. (2021). *Analysis Of Customer Relationship Management Implementation At PT. Sisfomedika*

- Amruddin, & Muskanandola, I. S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. CV. Media Sains Indonesia.
- Andi Muhammad Arian. (2021). Analisa Customer Relationship Management (CRM) pada KlikDokter. *Manajemen Ekonomi Bisnis*.
- Ariska, A. M., Irawati, N., & Muhazir, A. (2022). Penerapan Elektronik Customer Relationship Management (E-CRM) Dalam Penjualan Roti Berbasis Web. *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, 6(2), 1090–1101. <https://doi.org/10.30865/mib.v6i2.4002>
- Bali).
- Bentouhami, H., Casas, L., & Weyler, J. (2021). Reporting of “theoretical design” in explanatory research: A critical appraisal of research on early life exposure to antibiotics and the occurrence of asthma. *Clinical Epidemiology*, 13, 755–767. <https://doi.org/10.2147/CLEP.S318287> *Bisnis*.
- Cendani, P. C., Ningsih, N. M. S. U. A., & Andriani, N. K. D. (2022). Penerapan Supply Chain Management Dalam Sistem Operasional Pada Pt. Nestle Indonesia (Studi Kasus Pada Distributor Nestle PT. Siwa Citra Utama *Conflict Studies*. <https://doi.org/10.46743/2160->
- Dinata, A. A. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Hotel Pantai Gapura Makassar. *Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 1–109.
- Dyantina Ovi, Afrina Mira, I. A. (2012). Penerapan Aplikasi CRM (Customer Relationship Management) Berbasis Web Dalam Bidang Jasa," 2009. [Online]. *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, 4, No. 2(2), 516–529. <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/index%0Ahttps://media.neliti.com/media/publications/131120-IDpenerapan-customer-relationship-manageme.pdf>
- eka komalasari, N. (2020). *Analisis Pelaksanaan Customer Relationship Management Pada*. 6(1), 17–31. <https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/view/5283>
- Eungoo, K., & Hwang, H.-J. (2021). *Ethical Conducts in*
- Hang, D. N. T. (2020). *Research Function Or Planning In Administrative Works Modern Offices. The Usv Anals Of Economics And Public Administration*, 20(1(31)).
- Hardani dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV.Pustaka Ilmu Grup. <https://doi.org/10.15722/jrpe.2.2.202109.5%0D>
- Jain, N. (2021). *Survey versus interviews: Comparing data collection tools for exploratory research. In Qualitative Report (Vol. 26, Issue 2, pp. 541–554). Peace and*
- Kumar, R. (2022). *Operations Management. In Operations Management: Vol. Module-1 (1st ed., p. 2). Jyothis Publishers*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S221478532105999X>
- Kurniawan, A. R., Chan, F., Abdurrohman, M., Wanimbo, O., Kurniawan, R., Nelson, A., Frendy, & Jofia, N. (2022). *Membangun Dan Mendidik Generasi Anti Korupsi*

- Bersama SMP Yos Sudarso. 4. Management (CRM). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan*
- Ngelyaratan, D., Soediantono, D., Staf, S., Tni, K., & Laut, A. (2022). Customer Relationship Management (CRM) and Recommendation for Implementation in the Defense Industry: A Literature Review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(3), 2722–8878.
<http://www.jiemar.org>
- Primayana, K. H. (2019). *Prosiding Seminar Nasional Dharma Acarya ke-1 ISBN 978-602-53984-1-4 Tantangan dan Peluang Dunia Pendidikan di Era 4. 71.*
<http://jurnal.stahnmpukuturan.ac.id/index.php/dharmaaca%0Arya>
- Putri, N. H., Intan, F. M., & Samosir, W. L. S. (2019). Problematika Guru Dalam Melaksanakan Program Literasi Di Kelas Iv Sekolah Dasar. *Edustream: Jurnal Pendidikan Dasar*, 3(2), 31–37.
- Qualitative Research Methodology :Participant Observation and Interview Process.*
- Rahmadany Putri, & Zainarti. (2022). Analisis Customer Relationship Management (CRM) Pada PT. Telkom Indonesia, Tbk Medan. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 3(8.5.2017), 2003–2005.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Alfabet.
- ulfa, R. (2021). *Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan.*
- Ulfa, R. (2021). Variabel penelitian dalam penelitian pendidikan. *Al-Fathonah: Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 1(1), 342–351
- Wildyaksanjani, J. P., & Sugiana, D. (2019). Strategi Customer Relationship Management (CRM) PT Angkasa Pura II (Persero). *Jurnal Kajian Komunikasi*.
<https://doi.org/10.24198/jkk.v6i1.8754%0A>
- Yusuf, A. M., & Soediantono, D. (2022). Supply Chain Management and Recommendations for Implementation in the Defense Industry: A Literature Review. *International Journal of Social and Management Studies (Ijosmas)*, 3(3), 63–77.