

LAPORAN MAGANG

PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DAN

ADMINISTRASI B2B DI PT. TELKOM INDONESIA

WITEL YOGYAKARTA

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

DENISA AMARISSA PUTRI

2121 31691

PROGRAM STUDI MANAJEMEN SEKOLAH

TINGGI ILMU EKONOMI YAYASAN

KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

2024

ABSTRAK

Laporan tugas akhir ini menjelaskan kegiatan magang selama tiga bulan di PT. Telkom Indonesia Witel Yogyakarta. Praktikan melakukan kegiatan magang dari 15 Juli hingga 14 Oktober 2024 dan ditempatkan di Divisi *Government Service*. Divisi *Government Service* ini merupakan divisi yang berhubungan langsung dengan layanan pemerintahan. Praktikan di Divisi *Government Service* ini melakukan beberapa aktivitas, termasuk pemasaran produk B2B, administrasi kontrak layanan, dan pengawasan kualitas layanan internet melalui aplikasi “MyIndibiz Assistant”. Selain itu, praktikan juga berpartisipasi dalam kegiatan seperti mendesain poster iklan, telemarketing, pemasaran dan penyusunan dokumen surat kontrak seperti Berita Acara Siap Operasi (BASO), Berita Acara Uji Terima (BAUT). Tujuan magang ini adalah untuk memperoleh pemahaman tentang prosedur kerja di industri Telkom dan penerapan pada teori manajemen di dunia kerja. Hasil kegiatan menunjukkan betapa pentingnya strategi pemasaran dan administrasi yang efektif untuk mendukung keberhasilan operasional perusahaan. Pengalaman ini juga menawarkan pengetahuan tentang manajemen hubungan pelanggan dan perbaikan infrastruktur jaringan. Praktikan juga menghadapi kendala selama kegiatan magang, tetapi praktikan dapat mengatasinya dan menyelesaikan pekerjaan dengan baik. Kegiatan magang ini membantu praktikan mempersiapkan diri untuk di dunia kerja yang kompetitif di masa depan.

Kata kunci: PT.Telkom Indonesia Witel Yogyakarta, Pemasaran, Promosi produk dan Surat Kontrak Berlangganan.

ABSTRACT

This final project report describes three months of internship activities at PT Telkom Indonesia Witel Yogyakarta. Practitioners carried out internship activities from July 15 to October 14, 2024 and were placed in the Government Service Division. This Government Service Division is a division that is directly related to government services. Practitioners in the Government Service Division carry out several activities, including B2B product marketing, service contract administration, and monitoring the quality of internet services through the “MyIndibiz Assistant” application. In addition, practitioners also participate in activities such as designing advertising posters, telemarketing, marketing and preparing contract letter documents such as Berita Acara Siap Operasi (BASO), Berita Acara Uji Terima (BAUT). The purpose of this internship is to gain an understanding of work procedures in the telecommunications industry and the application of management theory in the world of work. The results of the activities show how important effective marketing and administration strategies are to support the success of the company's operations. This experience also offers knowledge about customer relationship management and network infrastructure repair. Practitioners also face obstacles during internship activities, but practitioners can overcome them and complete their work well. This internship activity helps practitioners prepare themselves for the competitive world of work in the future.

Keywords: PT Telkom Indonesia Witel Yogyakarta, Marketing, Product Promotion and Contract Letter.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

LAPORAN MAGANG

PENERAPAN STRATEGI PEMESARAN DAN ADMINISTRASI B2B DI PT. TELKOM INDONESIA WITEL YOGYAKARTA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

DENISA AMARISSA PUTRI

Nomor Induk Mahasiswa: 212131691

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Jumat tanggal 20 Desember 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S.M.)

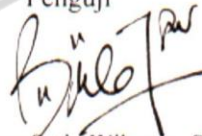
Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Conny Tjandra Raharja, Dra., MM.

Penguji



Bambang Setia Wibowo, SE., M.M.

Yogyakarta, 16 Januari 2025
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua

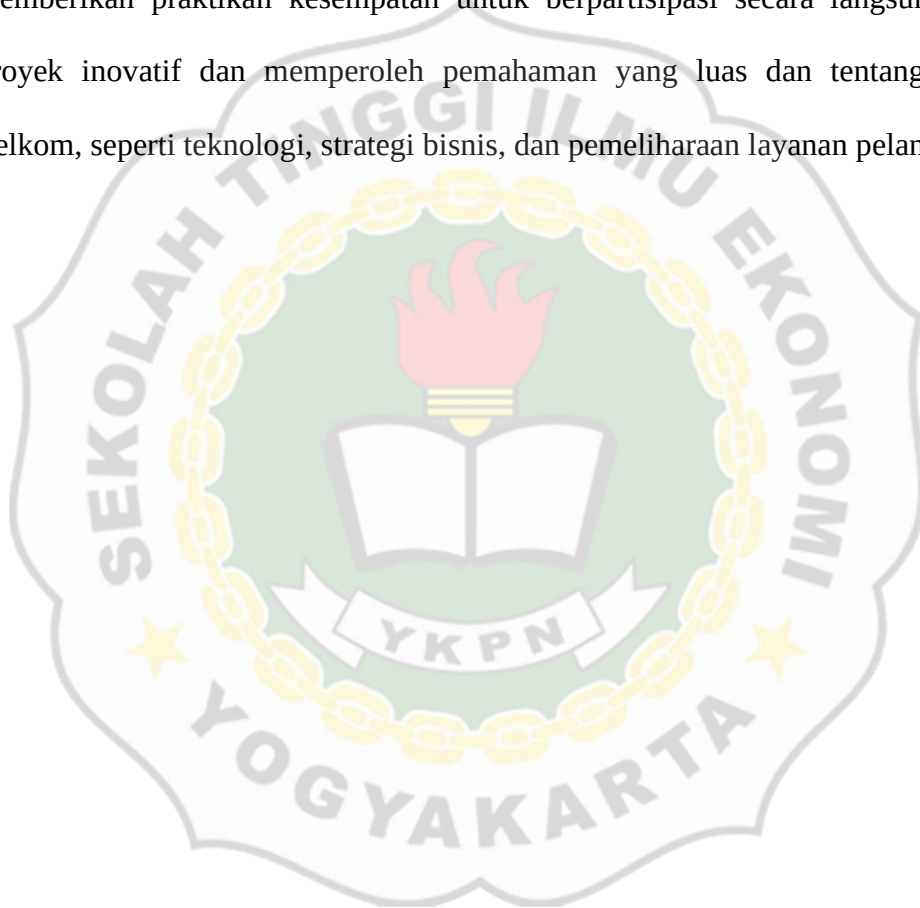


Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Latar Belakang

PT. Telkom Witel Yogyakarta merupakan perusahaan BUMN yang bergerak di bidang teknologi informasi dan telkom, menyediakan layanan seperti internet dan layanan data lainnya. Sebagai perusahaan Telkom terbesar di Indonesia, Telkom memberikan praktikan kesempatan untuk berpartisipasi secara langsung dalam proyek inovatif dan memperoleh pemahaman yang luas dan tentang industri Telkom, seperti teknologi, strategi bisnis, dan pemeliharaan layanan pelanggan.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Profil PT. Telkom Witel Yogyakarta

PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk merupakan perusahaan BUMN yang berkonsentrasi pada komunikasi, teknologi informasi, dan telekomunikasi digital. Peraturan pemerintahan Nomor 25 Tahun 1991 mendirikan PT. Telekomunikasi Indonesia. Sebuah perusahaan swasta didirikan untuk menyediakan layanan pos dan telegraf pada tahun 1881. Namun, pada tahun 1961, statusnya berubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel).

Pada tahun 1965, Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi dibagi menjadi dua perusahaan, Perusahaan Negara Pos dan Giro, dan Perusahaan Negara Telekomunikasi. Kemajuan tersebut menyebabkan Perusahaan Negara Telekomunikasi berubah menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) pada tahun 1974. Kemudian pada tahun 1991 berubah menjadi Perusahaan Perseroan Telekomunikasi Indonesia.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Aktivitas Magang

1. Pemasaran

Aktivitas magang pemasaran yang dilakukan oleh praktikan seperti mempromosikan produk barang, jasa dan layanan melalui survei lapangan terkait dengan kebutuhan pelanggan, visit ke pelanggan.

2. Administrasi

Aktivitas magang administrasi yang dilakukan oleh praktikan seperti administrasi untuk operasional PT. Telkom Witel Yogyakarta, termasuk membuat Surat Penawaran Harga, membuat BA Negosiasi, membuat BA Penjelasan, melengkapi surat Kontrak Berlangganan dll.

3. Aktivitas lainnya

Pemasaran

Melakukan Kegiatan Survei Lokasi

Tujuan dari survei lokasi/POI (*Point of Interest*) adalah untuk mendapatkan informasi yang akurat dan menyeluruh tentang kualitas layanan internet Telkom di wilayah Kentungan, khususnya di tiga desa yaitu, Ngaglik, Ngemplak, dan Wedomartani.

Melakukan Visit ke Pelanggan

Dalam hal ini, kunjungan ke pelanggan yang dimaksud yaitu mengunjungi kantor pelanggan langsung, seperti pada gambar 2.4 *Visit ke Kantor BKKBN DI Yogyakarta*. Tujuan utama dari kunjungan ini adalah memastikan kebutuhan pelanggan apakah layanan Telkom memenuhi kebutuhan mereka, meminta persetujuan anggaran untuk menyetujui biaya layanan yang akan digunakan, serta memberikan penjelasan produk dan layanan terbaru dari Telkom.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Telemarketing

Telemarketing adalah salah satu cara penting dan strategi pemasaran bagi perusahaan Telkom untuk berhubungan langsung dengan pelanggannya. *Telemarketing* melalui telepon ini dapat membantu perusahaan Telkom memperkenalkan produk dan layanan baru, seperti paket internet, TV kabel, dan telepon rumah, dengan memberikan penjelasan.

Mendesain Poster

Mendesain poster produk Telkom ini bertujuan untuk menarik pelanggan dan memperkenalkan produk Indibiz PT. Telkom Witel Yogyakarta. Dengan menunjukkan keunggulan utama produk, poster ini dapat meningkatkan kesadaran pembaca dan mendorong mereka untuk menggunakan produk dalam mendukung operasional bisnis perusahaan.

Administrasi

Membuat Surat Penawaran Harga (SPH)

Surat Penawaran Harga (SPH) adalah dokumen resmi yang dibuat oleh Telkom untuk memberikan rincian harga produk atau layanan tertentu. SPH berisi informasi tentang harga, syarat dan ketentuan yang berlaku, sehingga pelanggan dapat memahami dengan baik penawaran yang ditawarkan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Membuat Berita Acara Negosiasi Penawaran

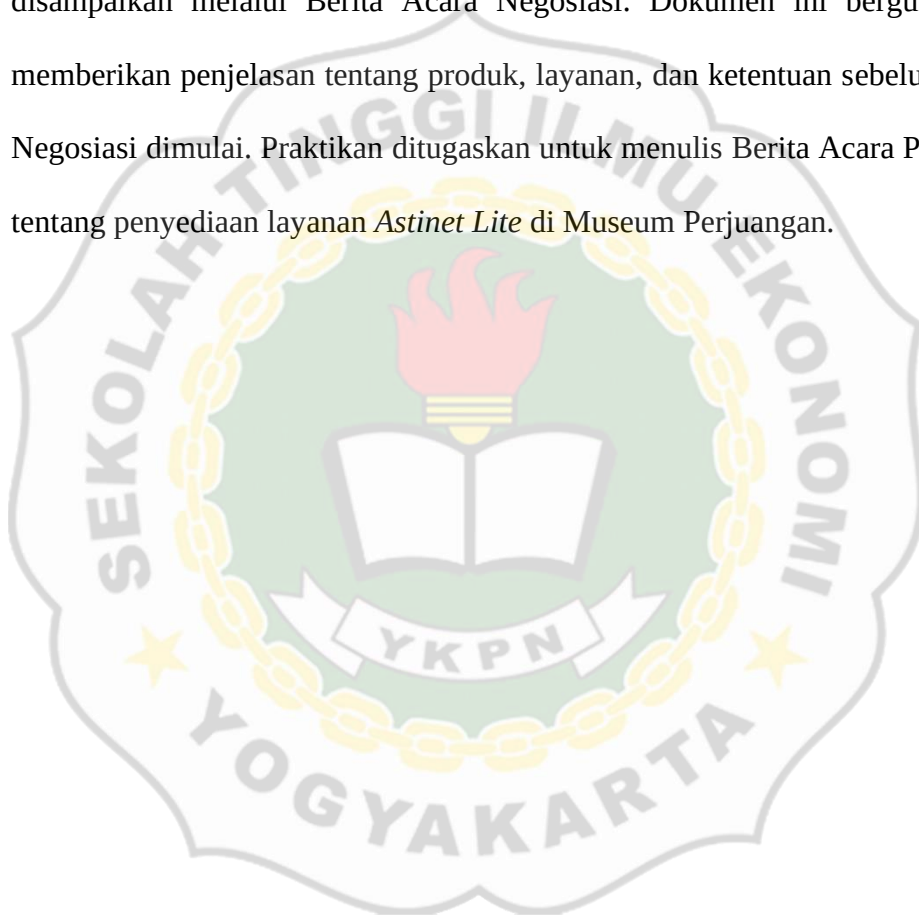
Berita Acara Negosiasi ini merupakan dokumen resmi yang mencatat hasil perundingan antara Museum Perjuangan dan PT. Telkom Witel Yogyakarta. Negosiasi ini dilakukan untuk mencapai kesepakatan tentang layanan internet.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Membuat Berita Acara Penjelasan

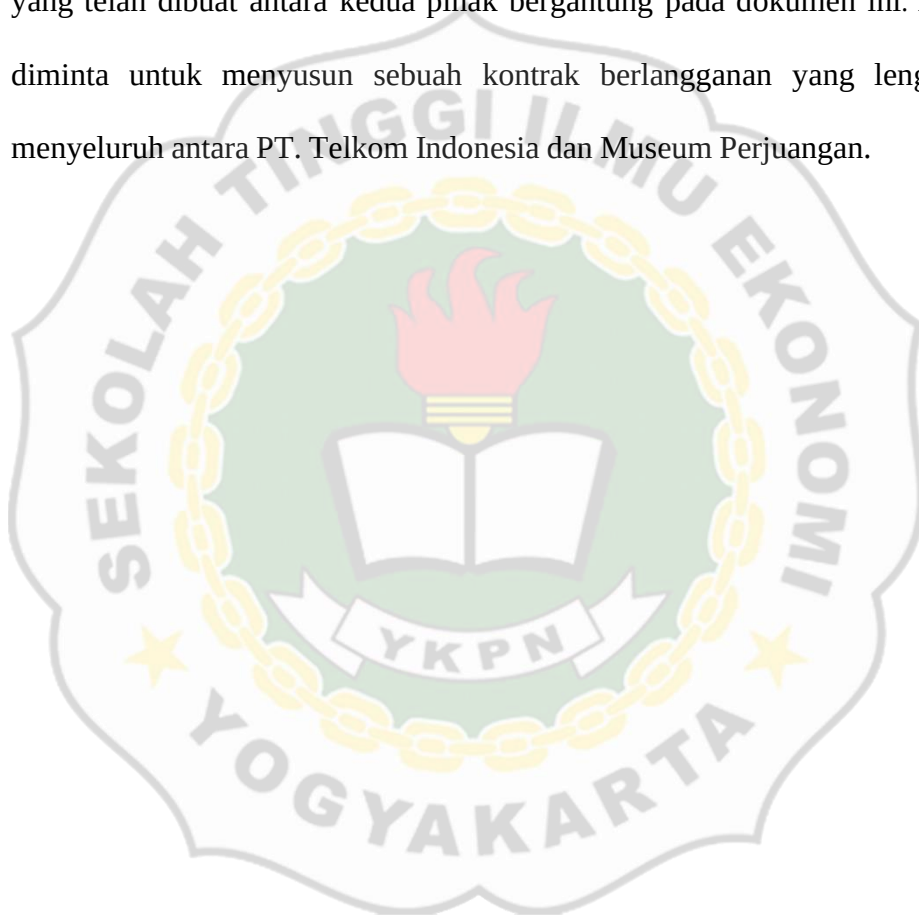
Berita Acara Penjelasan ini berfungsi sebagai hasil dari diskusi dan bertujuan untuk memberikan penjelasan menyeluruh tentang penawaran sebelumnya yang disampaikan melalui Berita Acara Negosiasi. Dokumen ini berguna untuk memberikan penjelasan tentang produk, layanan, dan ketentuan sebelum proses Negosiasi dimulai. Praktikan ditugaskan untuk menulis Berita Acara Penjelasan tentang penyediaan layanan *Astinet Lite* di Museum Perjuangan.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Melengkapi Dokumen Kontrak Berlangganan (KB)

Kontrak berlangganan merupakan tahap terakhir dari serangkaian tindakan yang dimulai dari penyedia SPH hingga penetapan kesepakatan. Seluruh kesepakatan yang telah dibuat antara kedua pihak bergantung pada dokumen ini. Praktikan diminta untuk menyusun sebuah kontrak berlangganan yang lengkap dan menyeluruh antara PT. Telkom Indonesia dan Museum Perjuangan.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Membuat Berita Acara Siap Operasi (BASO)

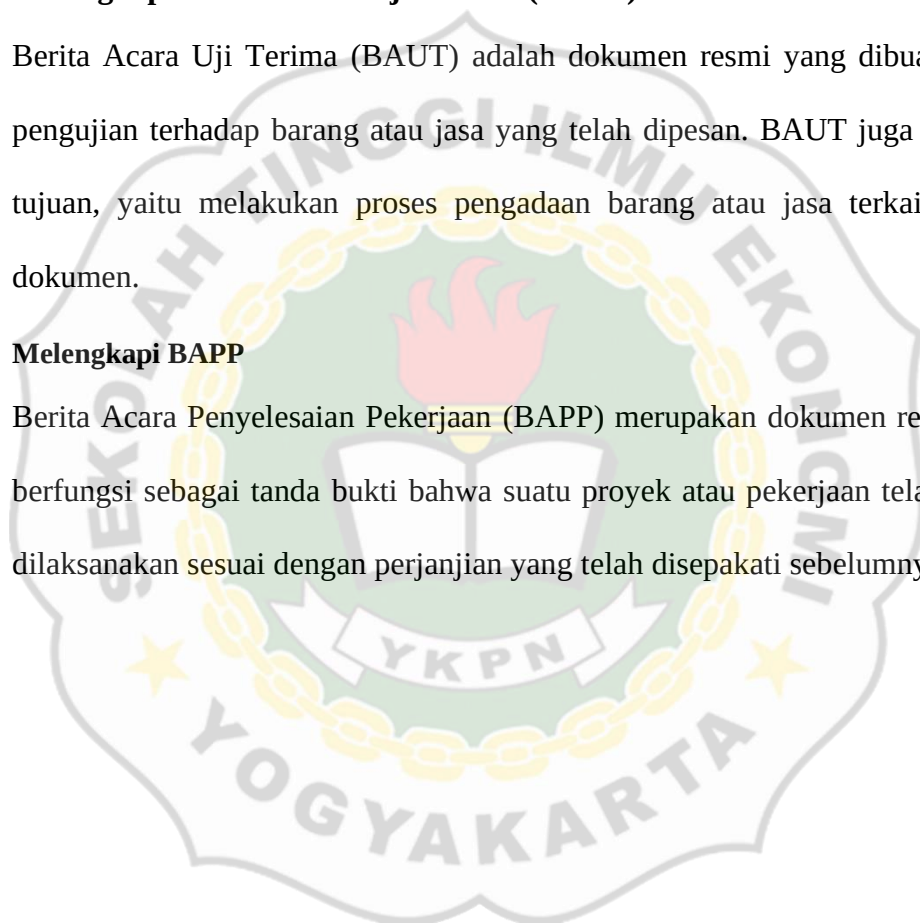
Berita Acara Siap Operasi (BASO) merupakan dokumen resmi yang menunjukkan bahwa sebuah layanan, dalam hal ini layanan internet telah selesai dipasang dan siap digunakan oleh pelanggan.

Melengkapi Berita Acara Uji Terima (BAUT)

Berita Acara Uji Terima (BAUT) adalah dokumen resmi yang dibuat setelah pengujian terhadap barang atau jasa yang telah dipesan. BAUT juga memiliki tujuan, yaitu melakukan proses pengadaan barang atau jasa terkait dengan dokumen.

Melengkapi BAPP

Berita Acara Penyelesaian Pekerjaan (BAPP) merupakan dokumen resmi yang berfungsi sebagai tanda bukti bahwa suatu proyek atau pekerjaan telah selesai dilaksanakan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati sebelumnya.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

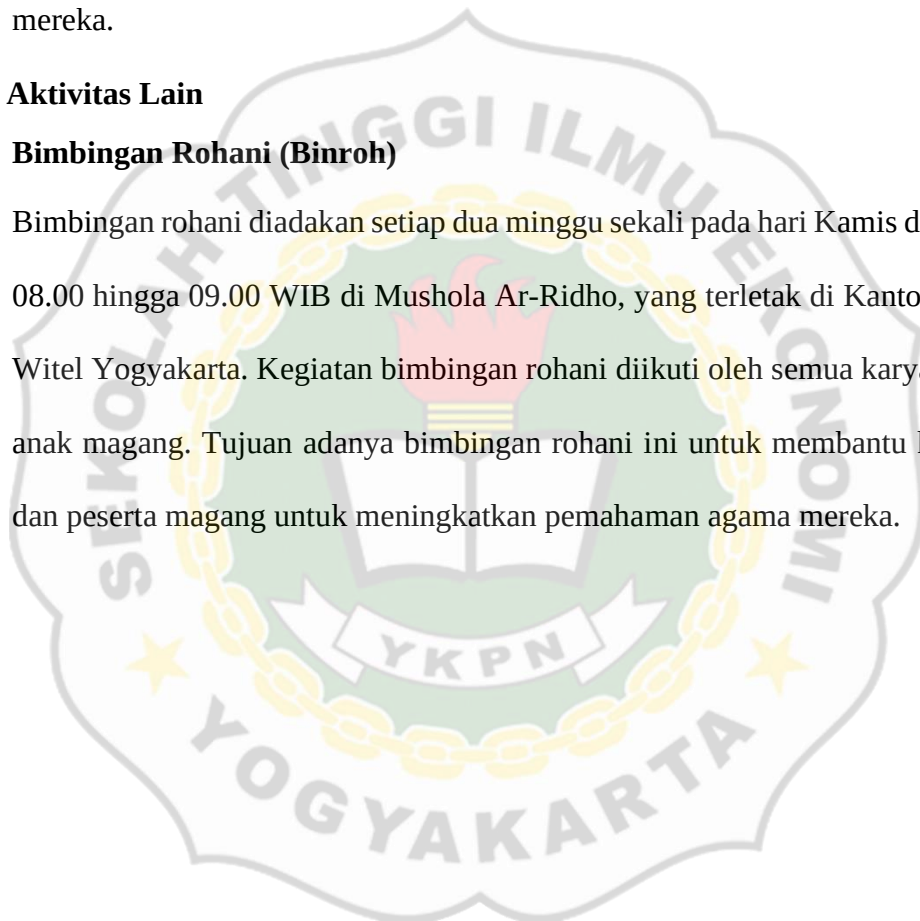
Melengkapi Surat Pakta Integritas

Pakta Integritas ini merupakan pernyataan tertulis yang dibuat oleh organisasi sebagai pedoman mereka untuk bertindak secara jujur, transparan, dan bebas dari korupsi, kolusi dan nepotisme (KKN) selama melaksanakan tugas atau pekerjaan mereka.

Aktivitas Lain

Bimbingan Rohani (Binroh)

Bimbingan rohani diadakan setiap dua minggu sekali pada hari Kamis dari pukul 08.00 hingga 09.00 WIB di Mushola Ar-Ridho, yang terletak di Kantor Telkom Witel Yogyakarta. Kegiatan bimbingan rohani diikuti oleh semua karyawan dan anak magang. Tujuan adanya bimbingan rohani ini untuk membantu karyawan dan peserta magang untuk meningkatkan pemahaman agama mereka.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan bidang yang mempelajari bagaimana merencanakan, menganalisis, mengatur, mendapatkan, dan mengelola kegiatan pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Manajemen pemasaran belajar tentang kebutuhan pelanggan dan bagaimana membuat strategi yang efektif seperti membuat produk yang lebih kreatif untuk memastikan rencana yang tepat. Tujuan dari pemasaran yaitu memahami keinginan pelanggan dan menyediakan barang atau layanan yang tepat.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk yang bernilai (Tjiptadi, 2024).

Konsep Pemasaran *Business to Business* (B2B)

Business to business (B2B) adalah model bisnis di mana perusahaan menjual barang atau jasa langsung kepada perusahaan lain, bukan konsumen kepada individu. Transaksi B2B biasanya melibatkan kontrak besar dan nilai tinggi, dengan pembeli yang memanfaatkan produk atau layanan untuk mendukung operasional mereka, seperti bahan baku produksi, perangkat lunak manajemen, atau layanan pemasaran digital. Hubungan aplikasi yang digunakan oleh perusahaan Telkom dengan konsep pemasaran B2B yaitu:

a. *Starclick*

Starclick merupakan aplikasi Telkom yang membantu penjualan berbasis sistem informasi geografis untuk membantu aktivitas penjualan.

b. *Global Protect*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Global protect merupakan aplikasi Telkom yang digunakan untuk melindungi sistem informasi pelanggan, terutama lembaga pemerintahan.

3.2 Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran merupakan dalam pengembangan strategi pemasaran pada setiap perusahaan, dengan konsep ini sangat membantu perusahaan untuk mencapai tujuan dalam pemasarannya.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Komunikasi pemasaran adalah sarana di mana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan meningkatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual (Aslami, et al., 2022).

Menurut (Hakim, et al., 2022), Komunikasi pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mewujudkan suatu produk, jasa, ide, dengan menggunakan bauran pemasaran. Berdasarkan teori diatas terdapat bauran pemasaran yang terdiri dari:

a. Iklan (*Advertising*)

Iklan merupakan komunikasi non-personal yang paling umum disampaikan melalui media massa seperti radio, televisi dan digital. Pada perusahaan Telkom, iklan televisi *IndiHome* menggambarkan keluarga Indonesia yang menikmati layanan internet cepat dan stabil.

b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan merupakan insentif jangka pendek seperti hadiah, kupon

c. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Komunikasi langsung dengan pelanggan yang dimaksud yaitu melalui metode seperti surat, email atau telepon. Perusahaan Telkom sering mengirimkan email pemasaran kepada pelanggan dengan informasi produk terbaru atau penawaran khusus.

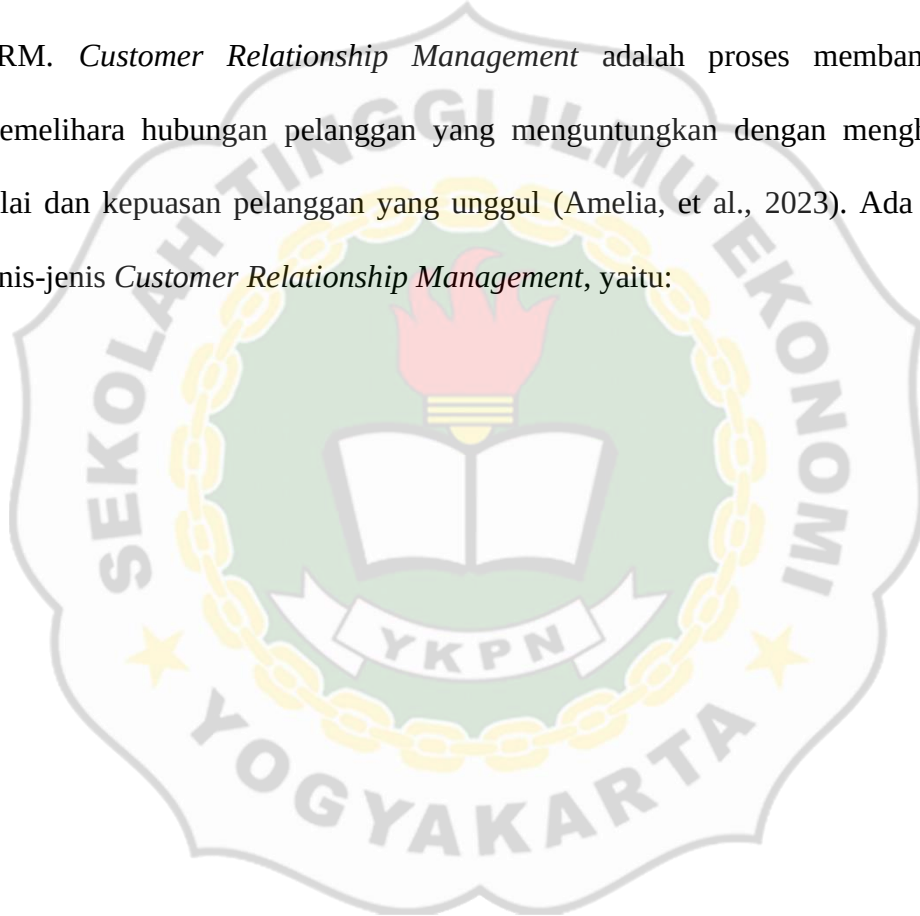
d. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Penjualan pribadi ini merupakan komunikasi langsung antara perwakilan penjualan dan calon konsumen. Perwakilan penjualan pada perusahaan Telkom sering seperti mengunjungi rumah pelanggan dan menunjukkan produk Telkom di *event* tertentu untuk menawarkan paket *IndiHome* atau *Indibiz* dan menjawab pertanyaan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Customer Relationship Management (CRM)

Customer Relationship Management (CRM) merupakan rencana, prosedur, atau sistem yang digunakan oleh bisnis untuk mengawasi dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan. Mengidentifikasi prospek, mengenai kebutuhan pelanggan, dan menjaga hubungan jangka panjang yang menguntungkan adalah beberapa tugas CRM. *Customer Relationship Management* adalah proses membangun dan memelihara hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan menghantarkan nilai dan kepuasan pelanggan yang unggul (Amelia, et al., 2023). Ada beberapa jenis-jenis *Customer Relationship Management*, yaitu:



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Operasional CRM

Operasional *Customer Relationship Management* bertanggung jawab untuk mengelola semua kegiatan yang berhubungan dengan pelanggan.

2. Analisis Pelanggan

Analisis pelanggan juga dikenal sebagai *box of ice* perusahaan yang merupakan proses kerja sama yang melibatkan pengumpulan dan analisis data.

3. Collaborative Customer Relationship Management

Dalam *collaborative Customer Relationship Management* (CRM) merupakan pendekatan strategi yang melibatkan interaksi yang terus-menerus antara organisasi dan pelanggan.

Ada beberapa jenis *Customer Relationship Management* yang dijalankan, yaitu:

1. Operasional CRM

Untuk meningkatkan efisiensi operasional, PT. Telkom Witel Yogyakarta menerapkan sistem *Customer Relationship Management*.

2. Analisis Pelanggan

PT. Telkom Witel Yogyakarta dapat mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan secara menyeluruh untuk mengidentifikasi peluang dalam meningkatkan kualitas layanan.

3. Collaborative CRM

PT. Telkom Witel Yogyakarta bekerja sama dengan Menteri Komunikasi dan Informatika untuk merencanakan layanan telekomunikasi.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Analisis

1. Masalah Internal

a. Berkurangnya tingkat kedisiplinan karyawan

PT. Telkom Witel Yogyakarta mengalami kendala yaitu keterlambatan yang sering terjadi di berbagai divisi PT. Telkom Witel Yogyakarta.

b. Persaingan yang ketat bagi keunggulan kompetitif perusahaan

Pelanggan bisnis mencari paket layanan lengkap dan murah di sektor telekomunikasi B2B karena persaingan harga yang semakin ketat.

c. Masalah komunikasi yang kurang efektif

Kurangnya koordinasi dalam perusahaan dapat menyebabkan ketidaksepakatan tentang tugas atau harapan yang berbeda-beda.

2. Masalah Eksternal

a. Tingkat kepuasan pelanggan yang rendah.

Banyak pelanggan PT. Telkom Witel Yogyakarta kecewa karena ada masalah layanan dan jaringan yang tidak terselesaikan dengan baik.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pembahasan

Faktor Internal

1. Permasalahan mengenai berkurangnya tingkat kedisiplinan pada karyawan terdapat faktor penyebab, yaitu:
 - a. Kekurangan tindakan disiplin

Tidak adanya penegakan disiplin yang konsisten adalah salah satu hambatan PT. Telkom Witel Yogyakarta dalam meningkatkan disiplin karyawannya



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

b. Kurangnya motivasi antara karyawan

Beberapa alasan dapat menyebabkan hal ini, salah satunya adalah tujuan yang tidak jelas. Banyak pekerja tidak memiliki arah yang jelas dalam bekerja karena mereka menghadapi kesulitan untuk memahami tujuan pribadi dan tim secara jelas.

Kesimpulan

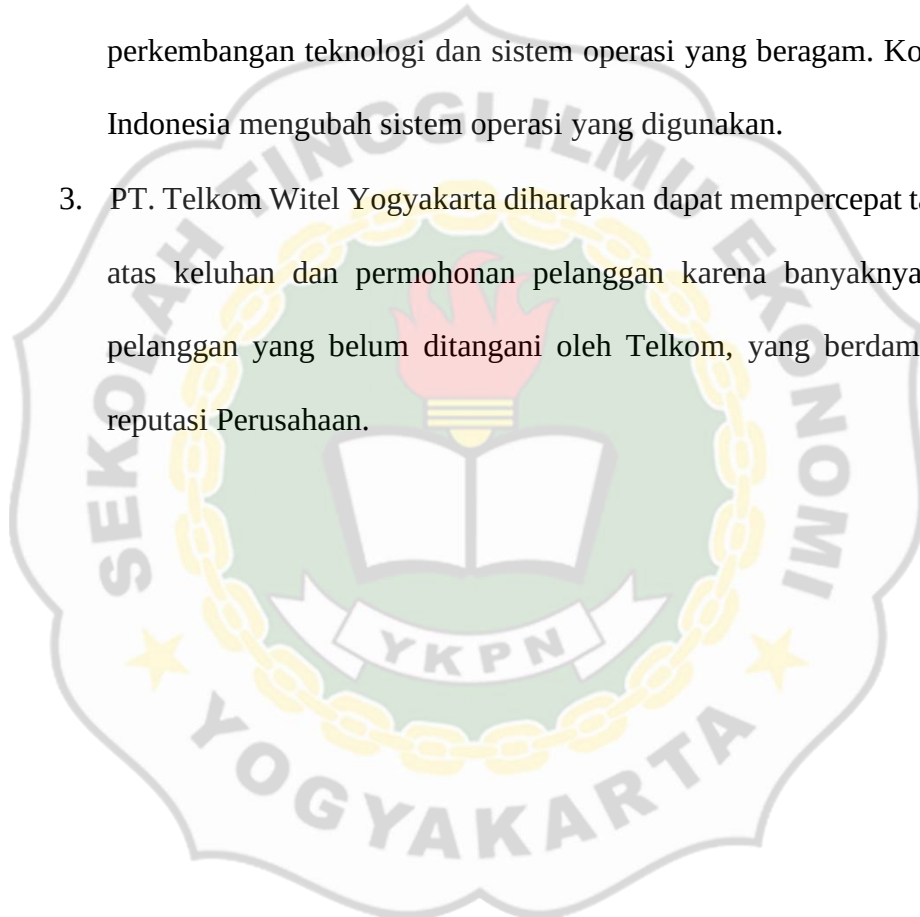
Selama tiga bulan, praktikan melaksanakan magang di PT. Telkom Witel Yogyakarta dan ditempatkan di Divisi *Government Service*. Kegiatan magang ini memberikan pengalaman berbeda tentang dunia kerja. Praktikan banyak mengerjakan tugas seperti melakukan survei lapangan, membuat desain poster iklan dan menulis surat untuk mempromosikan produk. Praktikan menghadapi banyak kesulitan selama menjalani pekerjaan tersebut, tetapi semuanya dapat diselesaikan. Pengalaman magang ini telah mengajarkan praktikan seperti analisis data, penyelesaian masalah, dan komunikasi yang efektif. Keterampilan-keterampilan ini akan sangat membantu praktikan dalam kariernya di masa depan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Rekomendasi

Rekomendasi untuk PT. Telkom Witel Yogyakarta

1. PT. Telkom Witel Yogyakarta berharap dapat meningkatkan kapasitas jaringannya untuk memenuhi permintaan data yang semakin meningkat.
2. PT. Telkom Witel Yogyakarta diharapkan dapat mengikuti perkembangan teknologi dan sistem operasi yang beragam. Komunikasi Indonesia mengubah sistem operasi yang digunakan.
3. PT. Telkom Witel Yogyakarta diharapkan dapat mempercepat tanggapan atas keluhan dan permohonan pelanggan karena banyaknya keluhan pelanggan yang belum ditangani oleh Telkom, yang berdampak pada reputasi Perusahaan.

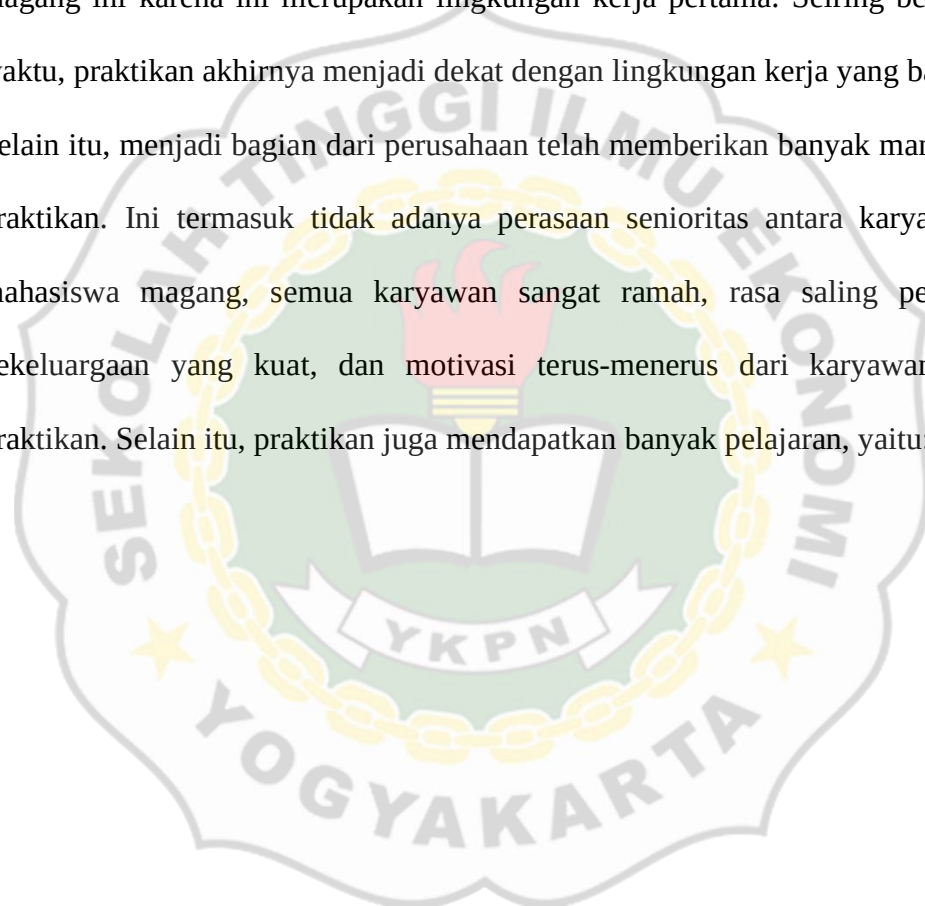


PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Refleksi Diri

Selama magang di PT. Telkom Witel Yogyakarta, praktikan memperoleh banyak pengalaman dan pengetahuan baru. Selain itu, praktikan dapat merasakan langsung lingkungan tempat kerja mereka. Praktikan merasa gelisah saat memulai kegiatan magang ini karena ini merupakan lingkungan kerja pertama. Seiring berjalannya waktu, praktikan akhirnya menjadi dekat dengan lingkungan kerja yang baru.

Selain itu, menjadi bagian dari perusahaan telah memberikan banyak manfaat bagi praktikan. Ini termasuk tidak adanya perasaan senioritas antara karyawan dan mahasiswa magang, semua karyawan sangat ramah, rasa saling peduli dan kekeluargaan yang kuat, dan motivasi terus-menerus dari karyawan kepada praktikan. Selain itu, praktikan juga mendapatkan banyak pelajaran, yaitu:



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Praktikan Dapat Meningkatkan Keterampilan Berkomunikasi Dalam Efektivitas Pemasaran

Selama melaksanakan kegiatan magang, praktikan memiliki kesempatan untuk terlibat langsung dalam aktivitas pemasaran, termasuk berbicara dengan pelanggan dan mempresentasikan produk.

2. Praktikan Dapat Meningkatkan Tim Kolaborasi dan Sinergi di Divisi *Government Service*

Selama melaksanakan kegiatan magang, praktikan belajar tentang pentingnya kerja sama lintas fungsi dari pengalaman praktikan di Divisi *Government Service*.

3. Praktikan Dapat Menguasai Keterampilan Dalam Pengelolaan Administrasi Yang Efisien

Selama melaksanakan kegiatan magang, praktikan diminta untuk menulis surat atau undangan yang berkaitan dengan perusahaan.

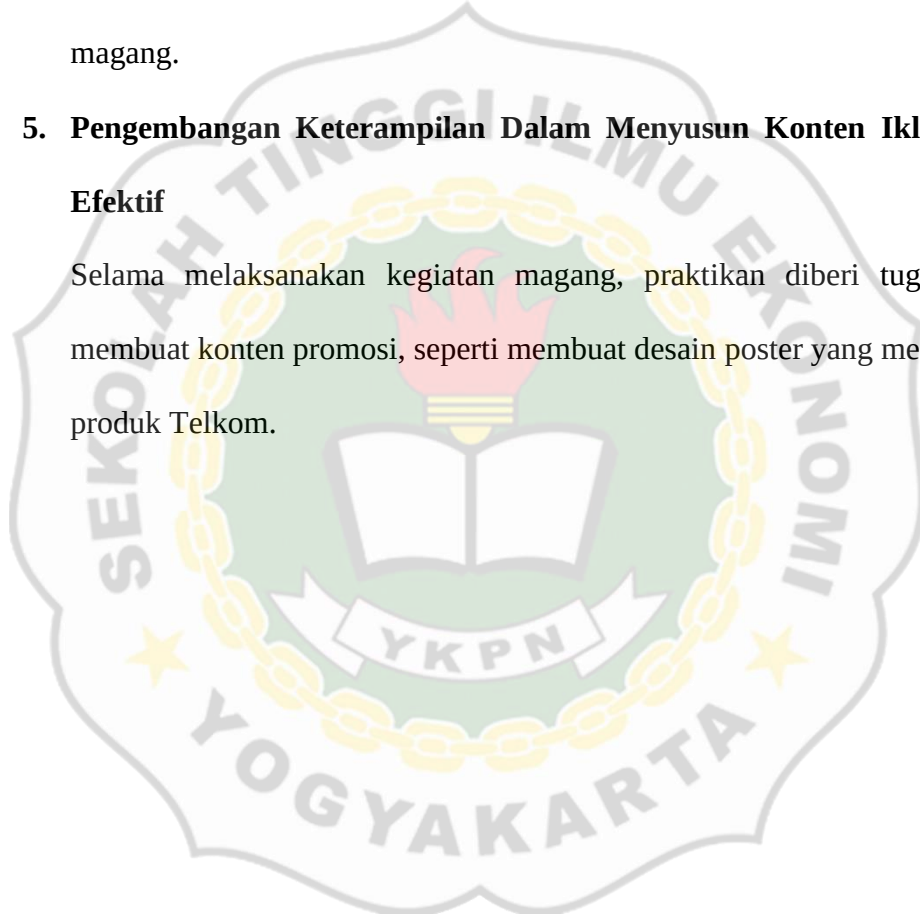
PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4. Praktikan Dapat Meningkatkan Kemampuan Dalam Memecahkan Masalah

Selama melaksanakan kegiatan magang, praktikan menghadapi berbagai situasi dan tantangan yang membutuhkan pemecahan masalah selama magang.

5. Pengembangan Keterampilan Dalam Menyusun Konten Iklan yang Efektif

Selama melaksanakan kegiatan magang, praktikan diberi tugas untuk membuat konten promosi, seperti membuat desain poster yang menjelaskan produk Telkom.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, A. O., Anggraini, S., Tama, M. R., & Dini, M. (2023). *Analisis CRM Terhadap Loyalitas Pelanggan IndiHome di Tanjung Pinang*. 2(6).
- Haikal Ibnu Hakim, Ohorella, N., & Edy Prihantoro. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 111–122.
<https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i2.802>
- Junjun Kurnia. (2024). Penerapan Customer Relationship Management sebagai strategi pemasaran berbasis data di PT.Gragaz Berkah Sejahtera. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5).
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.2383>
- Nuvriasari, A. (2012). Mengelola Hubungan dengan Pelanggan pada Praktik Pemasaran Business to Business (B2B) dengan Orientasi Penciptaan Loyalitas. *Sinergi*, 13(1), 15–28.
<https://doi.org/10.20885/sinergi.vol13.iss1.art2>
- Priangani, A. (2013). *Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global*.
- Sari, A. M., & Aslami, N. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Asuransi Syariah*. 2.
- Tjiptadi, D. M. (n.d.). *Konsep Pemasaran dan Proses Manajemen Pemasaran*.