

RINGKASAN EKSEKUTIF

Dalam dunia pengembang properti, peran konsumen sangat penting dalam kemajuan perusahaan. Hubungan dengan konsumen sangat penting untuk selalu diperhatikan. Memenuhi keinginan dan kebutuhan merupakan tanggung jawab sang pengembang properti untuk melanjutkan keberadaan dan keberlangsungan perusahaan. Selain mendapat keuntungan dari menjual berbagai macam bentuk bangunan properti, tingkat keberhasilan suatu perusahaan dapat dinilai dari seberapa puas konsumen dalam pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Divisi CRM PT HK Realtindo merupakan salah satu divisi yang menjelaskan informasi yang dibutuhkan konsumen, dan memberikan pengarahan terhadap masalah yang sedang dihadapi oleh konsumen. Perusahaan berharap dengan adanya divisi CRM hubungan dengan konsumen selalu berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif untuk perusahaan.

Hubungan dengan konsumen tidak luput dari cara perusahaan menangani para konsumennya. Dikarenakan hal tersebut, agar dapat meningkatkan performa dari divisi CRM, penulis melakukan wawancara dengan para konsumen PT HK Realtindo, pengamatan secara internal dan eksternal yang lalu digunakan sebagai landasan untuk membangun berbagai macam solusi alternatif yang dapat diimplementasikan untuk kepentingan divisi CRM.

EXECUTIVE SUMMARY

In the world of property development, the role of consumers is very important in the progress of the company. Relationship with customers is very important to always be considered. Meet the wishes and needs are the responsibility of the property developers to continue the existence and continuity of the company. In addition to profit from selling various forms of property buildings, the level of success of a company can be judged by how satisfied consumers in the services provided by the company.

CRM division PT HK Realtindo gives the company about the information that consumers need, and provide guidance to the problems being faced by consumers. The company hopes that the CRM division relationships with consumers has always run well and have a positive impact for the company.

Relationships with consumers are not spared from the way the company handles its customers. Due to this, in order to improve the performance of the CRM division, the authors conducted interviews with consumers PT HK Realtindo, internal and external observations are then used as the basis for building a wide range of alternative solutions that can be implemented for the benefit of the CRM division.