

SOP Customer Relationship Management

Kategori: Customer Service

No. Dokumen: SOP-0050

Tanggal Terbit: 20/04/2026

Sumber: GajiHub SOP — sop.gajihub.com

Panduan terstruktur untuk mengelola hubungan pelanggan secara efektif guna meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan retensi pelanggan.

Tujuan

SOP Customer Relationship Management (CRM) ini disusun untuk memberikan panduan yang sistematis dan terstandarisasi dalam mengelola hubungan dengan pelanggan secara efektif dan berkelanjutan. Tujuan utama dari SOP ini adalah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat loyalitas pelanggan, serta memaksimalkan nilai jangka panjang dari setiap pelanggan. Selain itu, SOP ini bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh interaksi dengan pelanggan dilakukan secara konsisten, profesional, dan terdokumentasi dengan baik, sehingga perusahaan mampu memberikan pengalaman pelanggan yang unggul serta meningkatkan reputasi perusahaan di pasar.

Ruang Lingkup

Ruang lingkup SOP ini mencakup seluruh aktivitas yang berkaitan dengan pengelolaan hubungan pelanggan, mulai dari pengumpulan data pelanggan, pengelolaan interaksi pelanggan, penanganan keluhan, hingga evaluasi kepuasan pelanggan dan pengembangan program loyalitas. SOP ini berlaku untuk seluruh unit kerja yang berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan pelanggan, termasuk tim customer service, pemasaran, penjualan, dan teknologi informasi. SOP ini juga mencakup penggunaan sistem CRM berbasis digital yang digunakan untuk mendukung pencatatan, analisis, dan pengambilan keputusan terkait pelanggan.

Definisi

Istilah	Definisi
Customer Relationship Management (CRM)	Strategi dan sistem yang digunakan perusahaan untuk mengelola interaksi dengan pelanggan guna meningkatkan hubungan bisnis dan kepuasan pelanggan.
Pelanggan	Individu atau entitas yang menggunakan produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan.

Istilah	Definisi
Database Pelanggan	Kumpulan data yang berisi informasi lengkap mengenai pelanggan yang digunakan untuk analisis dan pelayanan.
Keluhan Pelanggan	Setiap bentuk ketidakpuasan yang disampaikan pelanggan terhadap produk atau layanan perusahaan.
Customer Journey	Seluruh rangkaian pengalaman pelanggan sejak pertama kali mengenal hingga menggunakan produk atau layanan perusahaan.

Tanggung Jawab

Pihak	Tanggung Jawab
Manajer Customer Service	Mengawasi implementasi SOP CRM, memastikan seluruh prosedur berjalan dengan baik, serta melakukan evaluasi berkala terhadap kinerja tim.
Tim Customer Service	Melaksanakan interaksi langsung dengan pelanggan, menangani pertanyaan dan keluhan, serta mencatat seluruh aktivitas dalam sistem CRM.
Tim IT	Mengelola sistem CRM, memastikan keamanan data pelanggan, serta melakukan pemeliharaan dan pengembangan sistem.
Tim Pemasaran	Menggunakan data pelanggan untuk menyusun strategi komunikasi, promosi, dan program loyalitas.
Manajemen	Menetapkan kebijakan strategis terkait pengelolaan pelanggan dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku.

Prosedur

Tahap 1: Pengumpulan dan Input Data Pelanggan

Tahap ini bertujuan untuk mengumpulkan dan mencatat data pelanggan secara akurat sebagai dasar pengelolaan hubungan pelanggan.

- Mengumpulkan data pelanggan melalui berbagai kanal seperti formulir pendaftaran, website, aplikasi, atau interaksi langsung.
- Memastikan data yang dikumpulkan meliputi informasi dasar seperti nama, kontak, preferensi, dan riwayat transaksi.
- Memasukkan data pelanggan ke dalam sistem CRM secara lengkap dan akurat sesuai standar yang ditetapkan.
- Melakukan verifikasi data untuk memastikan tidak ada duplikasi atau kesalahan input.

5. Mengamankan data pelanggan sesuai dengan kebijakan perlindungan data yang berlaku.

Penanggung Jawab: Tim Customer Service dan Tim IT

Tahap 2: Pengelolaan Interaksi Pelanggan

Tahap ini mengatur bagaimana perusahaan berinteraksi dengan pelanggan secara konsisten dan profesional.

1. Menerima dan merespons pertanyaan atau permintaan pelanggan melalui kanal komunikasi yang tersedia.
2. Mencatat setiap interaksi pelanggan dalam sistem CRM untuk keperluan pelacakan dan analisis.
3. Memberikan informasi yang jelas, akurat, dan sesuai dengan kebijakan perusahaan.
4. Menjaga sikap profesional dan ramah dalam setiap interaksi dengan pelanggan.
5. Melakukan tindak lanjut terhadap permintaan pelanggan yang belum terselesaikan.

Penanggung Jawab: Tim Customer Service

Tahap 3: Penanganan Keluhan Pelanggan

Tahap ini bertujuan untuk menangani keluhan pelanggan secara cepat, tepat, dan efektif guna menjaga kepuasan pelanggan.

1. Menerima dan mencatat keluhan pelanggan secara lengkap dalam sistem CRM.
2. Melakukan analisis awal untuk mengidentifikasi akar masalah.
3. Menentukan solusi yang sesuai dan menyampaikan kepada pelanggan.
4. Melibatkan pihak terkait jika diperlukan untuk penyelesaian masalah.
5. Melakukan follow-up kepada pelanggan untuk memastikan keluhan telah terselesaikan dengan baik.

Penanggung Jawab: Tim Customer Service dan Manajer Customer Service

Tahap 4: Pengelolaan Loyalitas Pelanggan

Tahap ini bertujuan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan melalui program yang terstruktur dan berkelanjutan.

1. Menganalisis data pelanggan untuk mengidentifikasi pelanggan potensial dan loyal.
2. Menyusun program loyalitas seperti diskon, reward, atau membership.
3. Mengkomunikasikan program loyalitas kepada pelanggan melalui berbagai kanal.
4. Memantau partisipasi dan efektivitas program loyalitas.
5. Melakukan evaluasi dan perbaikan program secara berkala.

Penanggung Jawab: Tim Pemasaran

Tahap 5: Evaluasi dan Peningkatan Kinerja CRM

Tahap ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas sistem CRM dan melakukan perbaikan berkelanjutan.

1. Mengumpulkan data kinerja CRM seperti tingkat kepuasan pelanggan dan waktu respon.
2. Melakukan survei kepuasan pelanggan secara berkala.
3. Menganalisis data untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.
4. Menyusun laporan evaluasi dan rekomendasi perbaikan.
5. Melakukan implementasi perbaikan dan pemantauan hasilnya.

Penanggung Jawab: Manajer Customer Service dan Manajemen

Dokumen Terkait

- Formulir Data Pelanggan
- Formulir Keluhan Pelanggan
- Laporan Kepuasan Pelanggan
- Database CRM
- Panduan Komunikasi Pelanggan

Referensi

- Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Undang-Undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi
- ISO 10002:2018 Quality Management – Customer Satisfaction
- Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika terkait perlindungan data
- Kebijakan Internal Perusahaan terkait Layanan Pelanggan