

**IMPLEMENTASI APLIKASI MARCO SEBAGAI STRATEGI DIGITAL
CUSTOMER RELATIONSHIPS MANAGEMENT UNTUK
MENINGKATKAN KINERJA BISNIS PADA
PT TERMINAL TELUK LAMONG
SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

NOVENYA RAHMADANI

NPM. 21042010188

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK**

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

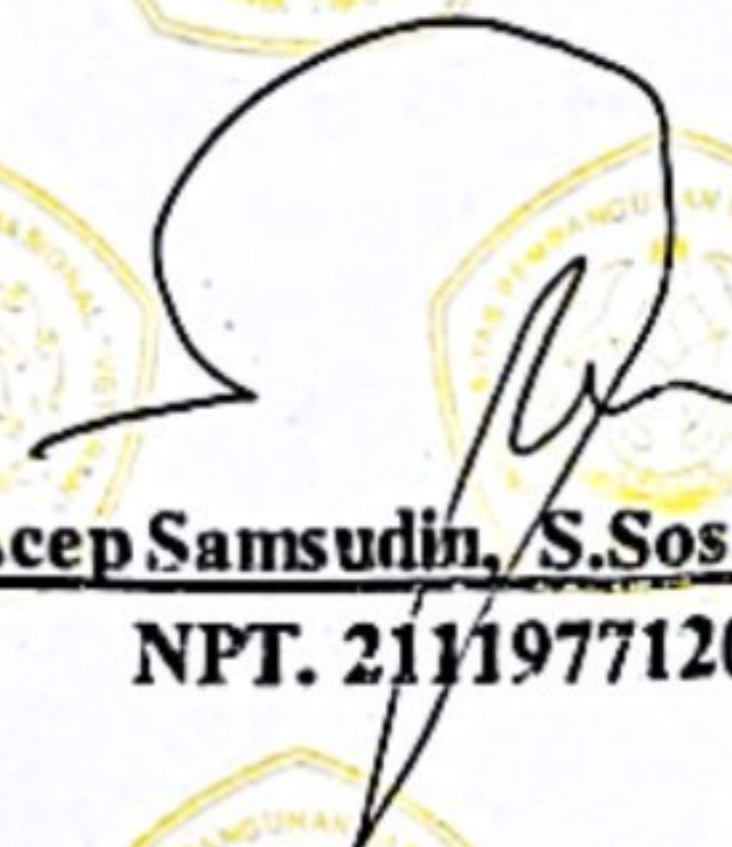
**Implementasi Aplikasi Marco Sebagai Strategi Digitalisasi Customer
Relationship Management Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis
(Studi Pada PT Terminal Teluk Lamong Surabaya)**

Disusun oleh :

NOVENYA RAHMADANI
NPM. 21042010188

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
PEMBIMBING UTAMA**


Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A.
NPT. 21119771204337

**Mengetahui,
DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA DAN POLITIK**


Dr. Catur Suratnoaji, M.si
NIP. 196804182021211006

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

IMPLEMENTASI APLIKASI MARCO SEBAGAI STRATEGI DIGITALISASI CUSTOMERRELATIONSHIP MANAGEMENT UNTUK MENINGKATKAN KINERJA BISNIS PADA PT TERMINAL TELUK LAMONG SURABAYA

Disusun oleh :

NOVENYA RAHMADANI

21042010188

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 4 Agustus 2025

MENYETUJUI,

PEMBIMBING UTAMA

Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A.
NPT. 21119771204337

TIM-PENGUJI

1. Ketua

Budi Prabowo, S.Sos, M.M
NIP.1962110161988031001

2. Sekretaris

Yanda Bara Kusuma. S.AB, M.AB
NIP.198910302020121007

3. Anggota

Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A.
NPT. 21119771204337

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

Dr. Catur Surátnoaji, M.si
NIP.196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Novenya Rahmadani
NPM : 21042010188
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 22 Juli 2025
Yang membuat pernyataan



NOVENYA RAHMADANI
21042010188

*pilih salah satu (lingkari)

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
2.2 Landasan Teori.....	25
2.2.1 Manajeme Strategi.....	27
2.2.2 Strategi Digital	28
2.2.3 <i>Customer Relationship Management</i>	29
2.2.4 Kinerja Bisnis	30

2.3	Kerangka Berpikir	33
BAB III METODE PENELITIAN		35
3.1	Jenis Penelitian	35
3.2	Batasan Penelitian	36
3.3	Lokasi Penelitian	37
3.3	Objek dan Informan Penelitian.....	38
3.5	Jenis, Sumber data, dan Teknik Pengumpulan Data	39
3.6	Waktu Penelitian Data	41
3.7	Teknik Analisis Data	42
BAB IV Hasil dan Pembahasan		45
4.1	Profil Aplikasi MARCO	45
4.2	Data Informan Penelitian.....	47
4.3	Hasil Penelitian.....	48
4.3.1	Efisiensi Operasional.....	49
4.3.2	Kepuasan Pelanggan	52
4.3.3	Loyalitas Pelanggan	55
4.3.4	Pertumbuhan Pendapatan	56
BAB V Penutup		45
5.1	Kesimpulan.....	58

5.2	Saran	59
DAFTAR PUSTAKA		60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Volume Bongkar-Muat Petikemas 2021-2024	8
Gambar 1.2 Volume Pertumbuhan Bongkar Muat Petikemas	11
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	33
Gambar 4.1 Logo Marco.....	45
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	47
Gambar 4.3 Dashboard Arus Petikemas	52
Gambar 4.4 Dashboard kunjungan MARCO	54
Gambar 4.5 Volume Bongkar Muat Petikemas 2021-2024.....	33

DAFTAR TABEL

Tabel 3.6 Jadwal Penelitian.....	43
Tabel 4.1 Data Informan.....	47
Tabel 4.2 Data Mitra Internasional.....	49
Tabel 4.3 Data Mitra Domestik	50
Tabel 4.4 Indeks Kepuasan Pelanggan	53

ABSTRAK

Novenya Rahmadani, 21042010188, Implementasi Aplikasi Marco sebagai strategi digital customer relationship management di PT Terminal Teluk Lamong Surabaya

Pembimbing : Acep Samsudin S.sos, M.M, M.A

Penelitian ini bertujuan mengevaluasi penerapan aplikasi MARCO sebagai strategi digital dalam Customer Relationship Management (CRM) untuk meningkatkan kinerja bisnis PT Terminal Teluk Lamong. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa MARCO efektif meningkatkan efisiensi operasional, loyalitas pelanggan, dan pertumbuhan pendapatan perusahaan. Aplikasi ini berperan penting dalam merekam, memantau, dan menindaklanjuti masukan pelanggan secara sistematis. Namun, masih ada tantangan terkait kurangnya integrasi sistem antar unit internal perusahaan. Secara keseluruhan, MARCO memiliki peran strategis dalam mendukung implementasi CRM dan berkontribusi pada penguatan kinerja bisnis PT Terminal Teluk Lamong sebagai perusahaan pelabuhan yang mengadopsi teknologi digital.

Kata Kunci: Customer Relationship Management, Strategi Digital, Kinerja Bisnis, Aplikasi MARCO, PT Terminal Teluk Lamong

ABSTRACT

Novenya Rahmadani, 21042010188, Implementation of MARCO Application as the customer relationships management digital strategy in PT Terminal Teluk Lamong Surabaya

Advisor : Acep Samsudin S.sos, M.M, M.A

This study focuses on analyzing the implementation of the MARCO application as a digital Customer Relationship Management (CRM) strategy aimed at improving business performance at PT Terminal Teluk Lamong. A descriptive qualitative approach was adopted, utilizing data collection methods such as interviews, observations, documentation, and literature review. The findings indicate that the MARCO application has significantly contributed to enhancing the company's operational efficiency, customer satisfaction, loyalty, and revenue growth. MARCO serves as an effective digital tool for systematically recording, monitoring, and responding to customer feedback. However, the study also identified challenges, notably the lack of integration between internal systems across various units. Despite these issues, the research concludes that MARCO plays a vital strategic role in supporting CRM practices and driving the digital transformation of the company. By streamlining customer relations and business operations, MARCO strengthens the company's overall performance in a highly competitive market.

Key word : Customer Relationship Management, Digital Strategy , Business performance, MARCO Application, PT Terminal Teluk Lamong