

ABSTRAK

Transformasi digital dalam sektor konstruksi dapat menjadi pemicu utama untuk mewujudkan peningkatan produktivitas. Sejak tahun 2023 Hilti Nusantara telah mengadopsi penggunaan *Customer Relationship Management* (CRM) dari sistem sebelumnya BYD menjadi *Salesforce* dengan tujuan mengatasi tantangan dalam peningkatan efisiensi dari sisi operasional *account manager* dan juga memperdalam manajemen hubungan pelanggan dalam dunia konstruksi. Penggunaan *Salesforce* masih belum bisa diterapkan secara optimal dimana secara aktual target bagi *account manager* empat kunjungan dengan pelanggan setiap hari, hanya mencapai rata-rata 2,6 kunjungan per hari. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam dampak implementasi *Salesforce* di PT. Hilti Nusantara, serta bagaimana faktor-faktor tersebut berpengaruh terhadap performa *account manager*. Penelitian ini menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability* dengan pendekatan *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 51 responden yang merupakan *account manager* Hilti Nusantara. Penelitian ini menggunakan SEM-PLS dengan alat bantu aplikasi SmartPLS 3.0. Hasil menemukan variabel *outcome-based control system* berpengaruh terhadap *selling orientation*, variabel *activity-based control system* berpengaruh terhadap *customer orientation*, *perceived organization support*, dan *perceived supervisor support*, dan terakhir *capability-based control system* berpengaruh terhadap *adaptive selling* dan *analytical skill enhancement*.

Kata Kunci: Customer Relationship Management, Efisiensi, Salesforce, SmartPLS