

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi *Customer Relationship Management* Dalam Mempertahankan Pelanggan Pada UD. Bumbu Mulya Disiko Ds. Kranggan Kec. Jatisampurna Kota Bekasi” yang ditulis oleh Dede Ihwan, NIM. 12405183316, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Pembimbing Moh. Rois Abin, M. Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh menurunnya penjualan karena dampak dari daya beli masyarakat yang rendah akibat pandemi Covid-19 menjadikan persaingan antar pedagang semakin ketat, hal ini yang mendasari diterapkannya strategi *Customer Relationship Management* di UD Bumbu Mulya Disiko guna memuaskan konsumen serta mempertahankan para pelanggannya. Beberapa tindakan untuk memuaskan pelanggan adalah memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya serta memahami metode pelayanan dari setiap pelanggan yang berbeda-beda.

Tujuan pada Penelitian ini 1) Untuk mengetahui dan mendeskripsikan penerapan strategi *Customer Relationship Management* dalam mempertahankan pelanggan pada UD bumbu Mulya Disiko Desa Kranggan kecamatan Jatisampurna kota Bekasi 2) Untuk mengetahui dan mendeskripsikan efektivitas *Customer Relationship Management* dalam meningkatkan penjualan di UD bumbu Mulya Disiko Desa Kranggan Kecamatan Jatisampurna kota Bekasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian study kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Data bersumber dari pemilik UD. Bumbu Mulya Disiko, karyawan serta pelanggan UD. Bumbu Mulya Disiko. Dalam menganalisis data penulis menggunakan 3 metode yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini : 1) Strategi *Customer Relationship Management* yang dilakukan oleh UD bumbu Mulya Disiko adalah : *Customer Relationship Management* Public Relation 4 Step yaitu a) *Fact Finding* dengan mencari data dan mencari informasi seputar kendala dan pelanggan b) *Planning* dengan menetapkan tujuan dari rencana yang diinginkan c) *Action dan Communicating* yaitu mengimplementasikan semua yang sudah direncanakan yakni strategi *Customer Relationship Management* yang dilakukan oleh Bumbu Mulya untuk mempertahankan pelanggannya adalah menjaga kualitas, Promosi melalui *WhatsApp*, mempermudah pembayaran, Pemesanan melalui pesan antar, Pelayanan ramah, cepat, sigap dan jujur serta tambahan bonus untuk pelanggan dan, d) evaluasi . 2) Strategi *Customer Relationship Management* yang dilakukan oleh UD Bumbu Mulya Disiko cukup efektif digunakan karena UD Bumbu Mulya mendapatkan peningkatan penghasilan yang lebih banyak dibandingkan bulan sebelumnya.

**Kata kunci :** *Customer Relationship Management* , Pelanggan, Bumbu Giling

## **ABSTRACT**

The thesis under title “Customer Relationship Management Strategy in Retaining Customers at UD. Bumbu Mulya Disiko Kranggan Village, Jatisampurna District, Bekasi City” written by Dede Ihwan, NIM. 12405183316, Department of Sharia Business Management, Advisor Moh. Rois Abin, M.Pd.I.

The bankground of this research is the decline in sales due to the impact of the low purchasing power of the customers due to the Covid-19 pandemic making the competition between traders increasingly tight, this is what underlies the implementation of the Customer Relationship Management strategy at UD Bumbu Mulya Disiko to satisfy consumers and to retain customers. Some actions to satisfy customers are to provide the best service and to understand the different service methods of each customer.

The purposes of this study are: 1) To identify and describing the implementation of Customer Relationship Management strategy in retaining customers at UD Bumbu Mulya Disiko Kranggan Village, Jatisampurna District, Bekasi City 2) To determine and describing the effectiveness of Customer Relationship Management in increasing sales in UD Bumbu Mulya Disiko Kranggan Village, Jatisampurna District, Bekasi City.

This research uses a qualitative approach and the type of the case study research. Data collection techniques are done by interview, observation and documentation. The datas are sourced from the owner of UD. Bumbu Mulya Disiko, employees and customers of UD. Bumbu Mulya Disiko Author uses three methods in data analiysis namely data reduction, data display, and verification.

The results of this study: 1) The Customer Relationship Management strategy carried out by UD. Bumbu Mulya Disiko is: Customer Relationship Management Public Relations 4 Steps, namely a) Fact Finding by searching for data and seeking information about constraints and customers b) Planning by setting the goals of the desired plan c) Action and Communicating, namely implementing everything that has been planned, namely the Customer Relationship Management strategy carried out by Bumbu Mulya to retain its customers, namely maintaining quality, promotion via WhatsApp, facilitating payments, ordering via delivery, friendly, fast, prompt and honest service as well as additional bonuses for customers and, d) evaluation. 2) The Customer Relationship Management strategy carried out by UD. Bumbu Mulya Disiko was quite effective because UD. Bumbu Mulya Disiko got a higher income increase than the previous month.

Keywords: Customer Relationship Management ,Customers, Ground Spices