

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Implementasi *Customer Relationship Management* Berbasis Media Sosial untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan dalam Perspektif Manajemen Bisnis Syariah (Studi Kasus pada Natya Buket Pucanglaban Tulungagung)” yang ditulis oleh Latifa Ni’matun Nasihin, NIM. 12405183246, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Pembimbing Dr. Nur Fadhillah, S.H.I, M.H.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketatnya persaingan usaha buket di Tulungagung. Natya Buket sebagai salah usaha buket memanfaatkan media sosial dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Implementasi *Customer Relationship Management* pada usaha buket yang didirikan oleh seorang mahasiswi pada tahun 2018 ini menjadi isu yang menarik untuk dikaji dengan menggunakan perspektif manajemen bisnis syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mendeskripsikan implementasi *Customer Relationship Management* berbasis media sosial untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada Natya Buket, dan 2) Menganalisis implementasi *Customer Relationship Management* berbasis media sosial untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada Natya Buket dalam perspektif manajemen bisnis syariah.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data dianalisis melalui tiga tahapan, yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Triangulasi digunakan untuk pengecekan keabsahan data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Implementasi *Customer Relationship Management* berbasis media sosial untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada Natya Buket melalui 3 tahapan, yaitu: a) Menjaring pelanggan baru. Hal ini diterapkan dalam kegiatan menjawab pertanyaan konsumen dengan ramah dan senyum. Selain itu juga memberikan contoh produk sesuai dengan aslinya. b) Meningkatkan kemampuan untuk menghasilkan keuntungan dari pelanggan yang ada. Dalam hal ini, Natya Buket mendengarkan dan menerima komentar, keluhan, serta saran dari pelanggan baik langsung maupun melalui media sosial yang digunakan. Saran dari pelanggan adalah sebagai pengembangan bisnis Natya Buket. c) Mempertahankan pelanggan yang menguntungkan untuk kelangsungan hidup. Natya Buket memberikan sapaan langsung kepada pelanggan baik umum atau pribadi, memberikan pelayanan yang ramah dan memberikan konten menarik seperti *giveaway*. 2) Dalam perspektif manajemen bisnis syariah, implementasi *Customer Relationship Management* berbasis media sosial untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di Natya Buket dapat dikemukakan sebagai berikut: a) Dalam menjaring pelanggan baru, Natya Buket mengutamakan akhlak, dimana akhlak merupakan sumber utama keberhasilan seorang pebisnis syariah. b) Dalam meningkatkan kemampuan untuk menghasilkan keuntungan dari pelanggan yang ada, Natya Buket mengutamakan pembelajaran dalam operasional bisnisnya melalui komentar, keluhan dan saran dari pelanggan. c) Dalam mempertahankan pelanggan yang menguntungkan untuk kelangsungan hidup, Natya Buket mengutamakan pelayanan dan silaturahmi.

**Kata Kunci:** *Customer Relationship Management*, loyalitas pelanggan, manajemen bisnis syariah, media sosial

## ABSTRACT

This thesis entitled “Implementation *Customer Relationship Management* to Increase Customer Loyalty in the Perspective of Sharia Business Management (Case Study on Natya Buket Pucanglaban Tulungagung)” written by Latifa Ni'matun Nasihin, NIM. 12405183246, Department of Sharia Business Management, Advisor Dr. Nur Fadhilah, S.H.I, M.H.

The background of this research is the intense competition in the bucket business in East Java, especially in the Tulungagung area and also the development of technology in today's business world, this is what underlies the implementation of *Customer Relationship Management* at Natya Buket to maintain and increase customer loyalty.

The purposes of this study are: 1) Describe the implementation *Customer Relationship Management* to increase customer loyalty at Natya Buket 2) Analyze the implementation *Customer Relationship Management* to increase customer loyalty at Natya Buket in a sharia business management perspective.

This study uses a qualitative research type with a descriptive approach. Data collection techniques are done by interview, observation and documentation. The data is sourced from the owner of Natya Buket and customers of Natya Buket. In analyzing the data, the researcher used 3 methods: data condensation, data presentation and drawing conclusions. Triangulation is used to check the validity of the data.

The results of this study: 1) Implementation *Customer Relationship Management* to increase customer loyalty at Natya Buket through 3 stages, namely: a) Acquiring new customers. This is applied in the activity of answering consumer questions in a friendly and smiling manner. In addition, it also provides examples of products in accordance with the original. b) Increase the ability to generate profits from existing customers. In this case, Natya Buket listens and accepts comments, complaints, and suggestions from customers either directly or through the social media used. Suggestions from customers are the material for Natya Buket's business development. c) Retain profitable customers for survival. Natya Buket gives direct greetings to customers, both public and private, provides friendly service and provides interesting content such as *give aways*. 2) In the perspective of sharia business management, the implementation *Customer Relationship Management* to increase customer loyalty at Natya Buket can be stated as follows: a) In attracting new customers, Natya Buket prioritizes morals, where morality is the main source of success for a sharia businessman. b) In increasing the ability to generate profits from existing customers, Natya Buket prioritizes learning in its business operations through comments, complaints and suggestions from customers. c) In maintaining profitable customers for survival, Natya Buket prioritizes service and friendship.

**Keywords:** *Customer Relationship Management*, social media, sharia business management