

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Implementasi Customer Relationship Management Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada PT Manggala Jaya Gas (Mayangkara Group) Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam” yang ditulis oleh Umi Yuhaina, NIM 12405193325, pembimbing Dr. Suminto, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Perkembangan zaman dan juga teknologi yang sekarang semakin maju menyebabkan kebutuhan warga ketika ini semakin meningkat. Kini warga tidak hanya memikirkan kebutuhan akan pakaian pangan dan papan saja, tetapi warga telah mulai memikirkan kebutuhan lainnya seperti gas lpg. Tanpa adanya konsumen perusahaan akan sulit berkembang dengan baik. Jika suatu perusahaan mampu mempertahankan pelanggannya, maka tercipta juga hubungan yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Dalam dunia bisnis, tidak hanya mementingkan masalah menjual produk berkualitas dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Namun, ada juga proses komunikasi yang mengesankan pelanggan dan menjalin hubungan yang sangat diperlukan untuk menjaga kelanggengan hubungan bisnis bahkan meningkatkan keuntungan, baik sekuler atau spiritual, persaudaraan perusahaan dengan pelanggan akan terjalin. Seperti yang dilakukan PT Manggala Jaya Gas (Mayangkara Group) Tulungagung pengiriman untuk setiap pangkalan sudah diatur distribusi dari perusahaan. Beberapa hari sebelum pengiriman sudah diinformasi oleh admin CRO kalau ada rencana pengiriman. Jika ada kendala terhadap jumlah pemesanan, dari pihak perusahaan bisa mengaturnya. Jadi tidak ada unsur tertutup atau paksaan yang merugikan semua pihak. Jadi yang dilakukan perusahaan ini tidak sembarangan tetapi juga sesuai dengan perspektif ekonomi islam.

Pada penelitian ini menggunakan metode dengan pendekatan kualitatif. Sumber data diperoleh dari wawancara dengan Manager, karyawan dan pelanggan PT Manggala Jaya Gas (Mayangkara Group) Tulungagung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Strategi memperoleh Pelanggan baru dalam mempertahankan loyalitas pelanggan pada PT Manggala Jaya Gas (Mayangkara Group) Tulungagung yaitu calon pelanggan datang ke perusahaan. Dalam kegiatan perencanaan mendirikan usaha dimana survey lokasi tersebut kita dapat mengetahui letak keadaan tanah dan keadaan lingkungan dapat semaksimal mungkin untuk dapat merencanakan hal apa yang dapat kita kembangkan di daerah tersebut dengan mencari potensi yang dimiliki. PT Manggala Jaya Gas (Mayangkara Group) Tulungagung juga ada program one village one outlet (ovoO). 2) Strategi meningkatkan hubungan dengan pelanggan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan pada PT Manggala Jaya Gas (Mayangkara Group) Tulungagung yaitu dengan perbaikan layanan, tetap menjaga kualitas dan kuantitas produk seperti mendistribusikan sedemikian rupa dan diinformasikan ke pelanggan. 3) Strategi mempertahankan pelanggan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan pada PT Manggala Jaya Gas (Mayangkara Group) Tulungagung yaitu Penjadwalan perusahaan sangat transparan kepada pelanggan, meningkatkan kinerja para karyawan, mengirim tepat waktu, dan tetap berkomunikasi, dengan memberikan layanan pelanggan yang baik. 4) Implementasi *Customer Relationship Management* Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada PT Manggala Jaya Gas (Mayangkara Group) Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam yaitu komitmen terhadap pelanggan, pendistribusian dengan amanah, dari Produk yang merupakan sebuah kebutuhan bukan keinginan dari seorang juga dan kejujuran.

Kata Kunci : Customer Relationship Management, Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

The thesis entitled "Implementation of Customer Relationship Management in Maintaining Customer Loyalty at PT Manggala Jaya Gas (Mayangkara Group) Tulungagung from the Perspective of Islamic Economics" by Umi Yuhaina, NIM 12405193325, supervised by Dr. Suminto, M.Pd.I.

This research is motivated by the advancement of technology and the changing times, which have led to an increasing demand for various needs among the people. Nowadays, people not only think about basic necessities such as clothing and shelter but also other needs such as LPG gas. Without customers, a company will have difficulty thriving. By retaining customers, a mutually beneficial relationship can be established between both parties. In the business world, it is not only important to focus on selling quality products and meeting customer needs but also to create impressive communication processes that foster relationships necessary for sustaining and enhancing business profitability, whether secular or spiritual. PT Manggala Jaya Gas (Mayangkara Group) Tulungagung, for example, has a well-organized distribution system for each gas station. The company's CRO admin informs customers several days in advance about upcoming deliveries. If there are any issues with the quantity of orders, the company can adjust accordingly. There is no element of secrecy or coercion that harms any party. Therefore, the company's actions are in accordance with the perspective of Islamic economics.

This study employs a qualitative research method. Data sources were obtained through interviews with managers, employees, and customers of PT Manggala Jaya Gas (Mayangkara Group) Tulungagung. The results of this study indicate that: 1) Strategies for acquiring new customers to maintain customer loyalty at PT Manggala Jaya Gas (Mayangkara Group) Tulungagung include potential customers visiting the company. During the business establishment planning process, conducting a location survey helps determine the condition of the land and the environment to plan the development potential in the area. PT Manggala Jaya Gas (Mayangkara Group) Tulungagung also implements the "one village one outlet" program (ovoO). 2) Strategies for enhancing customer relationships to maintain customer loyalty at PT Manggala Jaya Gas (Mayangkara Group) Tulungagung involve improving services, maintaining product quality and quantity, distributing products efficiently, and providing customers with relevant information. 3) Strategies for retaining customers to maintain customer loyalty at PT Manggala Jaya Gas (Mayangkara Group) Tulungagung include transparent scheduling, improving employee performance, delivering products on time, and maintaining effective communication through good customer service. 4) The implementation of Customer Relationship Management in maintaining customer loyalty at PT Manggala Jaya Gas (Mayangkara Group) Tulungagung from the perspective of Islamic economics encompasses commitment to customers, trustworthy distribution, providing products that fulfill needs rather than wants, and honesty.

Keywords: *Customer Relationship Management, Customer, Customer Loyalty*