

## **ABSTRAK**

PT Dawam Lestari Jaya merupakan perusahaan distributor kebersihan dengan menjual produk seperti sabun kebersihan, tisu, mesin pembersih, dan produk pendukung lainnya. PT Dawam Lestari Jaya mempunyai tujuan pelanggan yaitu pelanggan yang berjenis bisnis ke bisnis (B2B) yang diketahui memiliki persaingan yang ketat. Setiap perusahaan dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang berkualitas agar tercapainya kepuasan dari pelanggan sehingga dapat memenangkan persaingan. Dengan adanya persaingan dengan kompetitor, upaya penerapan manajemen hubungan pelanggan menjadikannya sangat penting dalam setiap perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan wawancara mendalam untuk mengetahui upaya penerapan manajemen hubungan pelanggan dari PT Dawam Lestari Jaya terhadap para pelanggan bisnis. Penerapan manajemen hubungan pelanggan yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016) meliputi empat dimensi yaitu pemasaran personalisasi, pemberdayaan pelanggan, ulasan dan rekomendasi pelanggan, dan keluhan pelanggan. Narasumber yang terlibat dalam penelitian ini berjumlah delapan narasumber dengan dua jenis narasumber, yaitu tiga narasumber dari perusahaan dan lima narasumber dari pelanggan bisnis. Diberlakukan wawancara terhadap dua jenis narasumber tersebut agar dapat mengetahui sejauh mana penerapan manajemen hubungan pelanggan yang sudah diterapkan oleh perusahaan. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan manajemen hubungan pelanggan oleh PT Dawam Lestari Jaya mempunyai tujuan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan bisnisnya

*Kata Kunci: customer relationship management, personalized marketing, customer empowerment, customer reviews and recommendation, customer complaints*

## **ABSTRACT**

PT Dawam Lestari Jaya is a hygiene distributor company selling cleaning soap, wipes, cleaning machines, and other supporting products. PT Dawam Lestari Jaya has a customer target: business-to-business (B2B) that known to have intense competition. Every company is required to be able to provide quality service in order to achieve customer satisfaction so that it can win the competition. With competition with competitors, efforts to implement customer relationship management makes it very important in every company. This research used in-depth interviews to determine the efforts to implement PT Dawam Lestari Jaya's customer relationship management for business customers. The application of CRM proposed by Kotler and Keller (2016) that includes four dimension: personalizing marketing, customer empowerment, customer reviews and recommendations, and customer complaints. Eight informants were involved in this study, with two types of informants, namely three informants from companies and five from business customers. Interviews were conducted with these two types of informants in order to find out the extent to which the company has implemented CRM. The research results show that the implementation of customer relationship management by PT Dawam Lestari Jaya aims to retain existing customers by providing the best quality service to its business customers.

**Keyword:** *customer relationship management, personalized marketing, customer empowerment, customer reviews and recommendation, customer complaints*

