

**ANALISIS MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN DENGAN
METRIK *CUSTOMER LIFETIME VALUE*: STUDI PADA PT TAMAN
WISATA JOGJA**

Alief Reza Kurniawan

Dosen Pembimbing: Prof. Dr. R.A. Supriyono, S.U., Ak., C.A.

**Program Studi Magister Akuntansi
Universitas Gadjah Mada
Yogyakarta**

INTISARI

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis strategi yang diterapkan pada PT Taman Wisata Jogja dalam penerapan CRM. Metode dalam analisis penerapan CRM di PT Taman Wisata Jogja menggunakan CLV sebagai alat bantu ukur. Analisis CRM menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan karena berkaitan langsung dengan profit atau laba perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif. Desain penelitian ini berupa studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Setelah itu, dilakukan pengumpulan data sebagai sumber informasi untuk menganalisis dan memperoleh simpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CRM cocok diterapkan pada PT Taman Wisata Jogja dalam proses bisnisnya, tetapi dalam pelaksanaannya belum maksimal sehingga perlu dilakukan pembenahan lagi agar berjalan secara maksimal. Penulis memberikan beberapa rekomendasi yang dapat menjadi masukan bagi perkembangan dan perbaikan penerapan CRM pada PT Taman Wisata Jogja.

Kata kunci: customer, CLV, CRM

**AN ANALYSIS OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
USING CUSTOMER LIFETIME VALUE METRICS: A STUDY OF PT
TAMAN WISATA JOGJA**

Alief Reza Kurniawan

Supervisor: Prof. Dr. R.A. Supriyono, S.U., Ak., C.A.

Magister of Accountancy Program

Universitas Gadjah Mada

Yogyakarta

ABSTRACT

This research aims at analyzing the strategy applied at PT Taman Wisata Jogja in the implementation of Customer Relationship Management (CRM). The method used in the analysis of CRM implementation at PT Taman Wisata Jogja is by using Customer Lifetime Value (CLV) as a measuring aid. The CRM analysis has become an essential matter for companies because it directly correlates with the company's revenues or profits. This research was conducted using a qualitative descriptive method. The design of this research is a case study. The data collecting techniques used were interviews, observations, and documentation. After that, data were collected as the source of information to analyze and to draw conclusions. The research result show that CRM is suitable to be implemented at PT Taman Wisata Jogja in its business processes, however, the execution is not yet optimal, which is why improvements need to be performed so that maximum results can be achieved. The researcher offer several recommendations as inputs towards the development and improvement of CRM implementation at PT Taman Wisata Jogja.

Keywords: customer, CLV, CRM