

INTISARI

GarudaMiles merupakan salah satu bentuk layanan untuk menunjukkan apresiasi pelanggan yang diadakan oleh kebanyakan perusahaan penerbangan terkemuka. Dalam setiap penerbangan dengan maskapai Garuda Indonesia, setiap anggota GarudaMiles yang sudah bergabung berkesempatan untuk mengakumulasi *mileage* atau poin, yang kemudian dapat ditukarkan dengan *Award Ticket*, *Upgrade Award* dan *Merchandise* Garuda Indonesia. *Free ticket* yang diperoleh ini tidak harus digunakan sendiri karena dapat diberikan kepada kerabat, rekan dan kenalan. Selain itu, Member GarudaMiles juga diberikan kenyamanan melalui berbagai fasilitas eksklusif sesuai tingkatan keanggotaannya, seperti check-in counter khusus, bagasi tambahan dan akses ke Garuda Indonesia Executive Lounge.

Tujuan dari penulisan penelitian ini adalah memberikan informasi manfaat program GarudaMiles bagi pelanggan, perusahaan dan sistem CRM pada PT Garuda Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah studi pustaka, wawancara dan observasi. Hal ini bertujuan untuk mengembangkan informasi yang ada dan sekaligus melengkapi data serta pemahaman yang berguna dalam proses penelitian. Penulis melakukan wawancara langsung dengan staff/karyawan Garuda Indonesia terkait dengan judul laporan yang dibahas. Selain itu, penulis juga melakukan praktik kerja lapangan dan mengamati objek serta melihat langsung bagaimana kinerja karyawan Garuda Indonesia untuk menangani member GarudaMiles.

Manfaat dan keuntungan yang diperoleh setelah bergabung dengan GarudaMiles sangat menarik bagi pelanggan karena mendapatkan fasilitas khusus, perusahaan juga di permudah dalam memberikan informasi dan menawarkan produk kepada pelanggan setia Garuda Indonesia. Sistem *Customer Relationship Management* ini sangat menguntungkan bagi maskapai Garuda karena untuk menjaga dan terus meningkatkan loyalitas para pelanggannya. Penerapan sistem CRM pada program *loyalty* GarudaMiles sangatlah berhasil dan menguntungkan bagi perusahaan maupun pelanggan. Selain menarik para pelanggan agar loyal terhadap maskapai Garuda, sistem CRM juga memberikan efisiensi dan efektif dalam berkomunikasi dengan pelanggan.

Kata Kunci: *GarudaMiles*, *CRM (Customer Relationship Management)*.

ABSTRACT

GarudaMiles is one form of appreciation to show the customers service held by many airline foremost. Every flight with Garuda Indonesia airlines, every member GarudaMiles already joined the opportunity to accumulate mileage or points who then can be exchanged to award ticket, upgrade award and merchandise Garuda Indonesia. Free ticket acquired is not be used because it can give to his friends, associates and acquaintances. Besides, GarudaMiles also given to the member by various facilities exclusively based on the level of its membership, like the check-in counter special, the baggage and access to Garuda Indonesia executive lounge.

The aim of this research is to provide information for consumers, GarudaMiles benefit program companies and CRM system at PT Garuda Indonesia. The method used in the research is the library, interviews and obserasi. It aims to develop the existing data and understanding as well as provide useful in the study. The author of the interview with the workers directly / Garuda Indonesia to discuss the report. Besides, writers also doing field work practices and observing the objects and observing how employee performance Garuda Indonesia to handle member GarudaMiles.

Obtain the benefits and profits in after joining GarudaMiles very attractive to customers for receiving special facilities, the company also easy in providing information to consumers and offering the faithful Garuda Indonesia. The customer relationship management is very beneficial for the airline Garuda due to maintain and increase the customer loyalty. The implementation of CRM on the loyalty GarudaMiles very successful and lucrative companies and consumers, in addition to attract customers loyal to airlines Garuda, CRM systems also provide efficient and effective communication with the customers.

Key Words: GarudaMiles, CRM (Customer Relationship Management).