

## **ABSTRAK**

### **IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DALAM MEMBERIKAN PELAYANAN PADA ANGGOTA BMT BATIK MATARAM**

**Adji Pahlawan Mahdiantoro**

**20150730039**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana customer implementasi relationship management beserta strategi yang diterapkan BMT Batik Mataram dalam memberikan pelayanan pada anggota-anggotanya dan hambatan apa saja yang dialami BMT Batik Mataram dalam menerapkan strategi CRM. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif yaitu dengan meneliti data yang didapatkan di lapangan bagaimana strategi BMT Batik Mataram memberikan pelayanan kepada anggotanya dengan metode CRM. Beberapa strategi BMT Batik Mataram mengimplementasikan CRM, yaitu dengan: a) melakukan identifikasi karakteristik anggota, b) mewajibkan anggota berkenalan dengan seluruh pengelola BMT Batik Mataram, c) komunikasi secara intens, d) melakukan *one to one marketing*, e) tidak membeda-bedakan pelayanan kepada seluruh anggota BMT Batik Mataram, f) melakukan small talk atau small action yang bertujuan untuk meningkatkan *chemistry*. Beberapa hambatan yang dihadapi BMT Batik Mataram, yaitu: a) terbatasnya karyawan, b) terkendala bahasa daerah, c) anggota yang acuh tak acuh, d) *lost contact* dengan anggota, e) anggota pembiayaan macet.

**Kata kunci: Pelayanan, Kualitas Pelayanan, CRM.**

## **ABSTRACT**

### **IMPLEMENTATION OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT IN GIVING SERVICES TO MEMBERS**

**BMT BATIK MATARAM**

**Adji Pahlawan Mahdiantoro**

**20150730039**

This study aims to find out how customer implementation of relationship management along with the strategies implemented by BMT Batik Mataram in providing services to its members and what obstacles BMT Batik Mataram experienced in implementing CRM strategies. The method used in this study uses descriptive qualitative research that is by examining the data obtained in the field how BMT Batik Mataram strategy provides services to its members with the CRM method. Some CRM strategies implemented by BMT Batik Mataram are a) identifying member characteristics, b) requiring members to get acquainted with all Mataram Batik BMT managers, c) intense communication, d) doing one to one marketing, e) not discriminating service to all members of Batik Mataram BMT, f) conduct small talk or small action which aims to improve chemistry. Some obstacles faced by Mataram Batik BMT, namely: a) limited employees, b) constrained by regional languages, c) indifferent members, d) lost contact with members, e) members of financing is stalled.

Keywords: Service, Service Quality, CRM.