



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
BIDANG STUDI DIGITAL ADVERTISING AND MARKETING  
COMMUNICATION

Siti Umayah  
44315010059

Strategi *Customer Retention Marketing* PT. Elken Indonesia Dalam  
Mempertahankan Pelanggan Tahun 2018

Jumlah Halaman : Cover + 85 halaman + 3 lampiran

Bibliografi : 17 acuan, tahun 2001 – 2013

### ABSTRAK

Skripsi ini membahas tentang bagaimana sebuah perusahaan merawat pelanggan atau *Customer Retention* untuk mempertahankan pelanggan tahun 2018. Penelitian ini dilatarbelakangi pada persaingan usaha *Multi Level Marketing*, maka PT. Elken Indonesia sebagai salah satu perusahaan yang sampai saat ini masih berhasil dalam menjalankan bisnis di bidang MLM memiliki strategi dalam upaya memanjakan pelanggan dan menangani keluhan pelanggan yang membuat pelanggannya tetap setia dari tahun 1999 sampai dengan tahun 2019 sekarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sebuah perusahaan melakukan perawatan pelanggan atau *Customer Retention* untuk mempertahankan pelanggannya.

Penelitian ini difokuskan pada penerapan CRM dan penanganan keluhan para konsumen dengan memiliki 2 yaitu *General Manager* dan *Sales Processing*. Penelitian ini juga menggunakan teori IDIC (*Identification, Differentiation, Interaction, Customization*).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara terstruktur terhadap informan atau narasumber. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa PT. Elken Indonesia sudah melakukan penerapan CRM dan sudah berjalan baik. Hal ini dapat dilihat dari kebijakan yang telah dibuat dan perbaikan pelayanan terhadap pelanggan, baik dalam penanganan keluhan pelanggan maupun mempertahankan pelanggan oleh PT. Elken Indonesia didalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa PT. Elken Indonesia sudah melakukan penerapan CRM dan sudah berjalan baik.



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
BIDANG STUDI DIGITAL ADVERTISING AND MARKETING  
COMMUNICATION

Siti Umayah  
44315010059

Strategi *Customer Retention Marketing* PT. Elken Indonesia Dalam  
Mempertahankan Pelanggan Tahun 2018

Jumlah Halaman : Cover + 85 halaman + 3 lampiran

Bibliografi : 17 acuan, tahun 2001 – 2013

#### ***Abstract***

*This thesis discusses how a company takes care of customers or Customer Retention to retain customers in 2018. This research is motivated by Multi Level Marketing business competition, then PT. Elken Indonesia as one of the companies that until now is still successful in conducting business in the MLM sector has a strategy in an effort to spoil customers and handle customer complaints that keep customers loyal from 1999 to 2019 now. This study aims to find out how a company carries out customer care or Customer Retention to retain its customers.*

*This research is focused on implementing CRM and handling consumer complaints by having 2 namely General Manager and Sales Processing. This research also uses IDIC theory (Identification, Differentiation, Interaction, Customization).*

*This study uses a qualitative approach with the research method used is a case study by conducting structured interviews with informants or informants. Based on research that has been done, it is obtained that PT. Elken Indonesia has implemented CRM and has been running well. This can be seen from the policies that have been made and service improvements to customers, both in handling customer complaints and maintaining customers by PT. Elken Indonesia in meeting the needs and desires of customers.*

*From this study it can be concluded that PT. Elken Indonesia has implemented CRM and has been running well.*