



**ANALISIS EFEKTIVITAS PENERAPAN *CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT. BUANA SAMUDERA WASESA**

SKRIPSI



Oleh:

Adi Chumaidi

NIM. 3123054

**PROGRAM STUDI S-1 ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS BISNIS, BAHASA DAN PENDIDIKAN
UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL'ULUM
JOMBANG**

2025



**ANALISIS EFEKTIVITAS PENERAPAN *CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT. BUANA SAMUDERA WASESA**

SKRIPSI

*diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (S1) dan mencapai gelar
Sarjana Administrasi Bisnis*



Oleh:

Adi Chumaidi

NIM. 3123054

**PROGRAM STUDI S-1 ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS BISNIS, BAHASA DAN PENDIDIKAN
UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL'ULUM
JOMBANG**

2025



**ANALISIS EFEKTIVITAS PENERAPAN *CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT. BUANA SAMUDERA WASESA**

Oleh:

Adi Chumaidi

NIM. 3123054

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing:

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Dr. Wiwik Maryati, S.Sos., M.S.M

Tanggal : 29 Juni 2025

Ririn Susilawati, S.H.I., M.E.I.

Tanggal : 29 Juni 2025

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Ririn Susilawati, S.H.I., M.E.I.



**ANALISIS EFEKTIVITAS PENERAPAN *CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT. BUANA SAMUDERA WASESA**

SKRIPSI

Oleh:

Adi Chumaidi

NIM. 3123054

Telah diuji dan dipertahankan dalam sidang skripsi pada tanggal 05 bulan Juli tahun 2025 dan dinyatakan lulus.

Majelis Penguji:

Ketua,

Ririn Susilawati, S.H.I., M.E.I.

Penguji I,

Penguji II,

Dina Eka Shofiana.,SE.,MA

Tanggal : 05 Juli 2025

Bambang Setyobudi.,SE.,MM

Tanggal : 05 Juli 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Bisnis, Bahasa, dan Pendidikan

Dr. Wiwik Maryati, S.Sos., M.S.M



PERNYATAAN

Nama : Adi Chumaidi

NIM. : 3123054

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul Analisis Efektivitas *Customer Relationship Management* (CRM) dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada PT. Buana Samudera Wasesa adalah benar karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya di dalam skripsi tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Jombang, 25 Juni 2025

Yang membuat pernyataan

Adi Chumaidi



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur alhamdulillah saya ucapkan kepada Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat serta kasih sayang- Nya. Skripsi ini penulis persembahkan kepada mereka yang telah banyak memberikan arti hidup dan kemanusiaan serta makna hidup yang lebih berharga, antara lain:

1. Istriku tercinta Intan Nada yang selalu setia yang selalu tulus menemani, mensupport di saat down serta tiada hentinya mendoakan langka perjuangan pengabdian saya.
2. Putri kecilku Alesya Nawa Ameerah Chumaidi yang setia mensupport dan mendo'akan papanya agar semangat terus dalam belajar dan menggapai ilmu.
3. Alm Bapak dan Almh Ibuku yang semasa hidup senantiasa mensupport dan tulus memberikan cinta kasih sesungguhnya di masa hidupnya, Beliau berdualah “guru sejati” yang selama ini telah mendidik penulis untuk selalu tidak manja dan menjadi manusia merdeka seutuhnya.
4. Abah dan Umi mertua yang selalu mensupport dan mendoakan dengan ikhlas langkah serta usaha yang di jalankan oleh Anak menantunya untuk mencapai tujuan yang baik demi masa depan.
5. Keluarga besarku dan Istri yang selalu mendo'akan dan mensupport.
6. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis yang tulus dalam membimbing dan mendidik kami.



HALAMAN MOTTO

“Pada akhirnya takdir Allah SWT selalu baik walaupun terkadang perlu air mata
untuk menerimanya”

(Umar Bin Khattab)

“Mereka yang telah menuntut ilmu dan memahami ajaran agamanya, akan
dimudahkan untuk menjaga diri dari kesesatan dan menjauhi laranganNya”

(Q.S. At Taubah: 122)

PRAKATA

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. atas segala karunia-Nya sehingga tesis ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam semoga senantiasa abadi tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan umatnya.

Sehubungan dengan selesainya penulisan skripsi ini maka penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. dr. HM. Zulfikar As'ad, MMR. selaku Rektor Universitas Pesantren Tinggi Darul'Ulum Jombang yang telah memberikan dukungan penuh atas fasilitas dan lingkungan akademik yang kondusif bagi pengembangan kelimuan dan penelitian di kampus tercinta.
2. Dr. Wiwik Maryati, S.Sos., M.S.M selaku Dekan Fakultas Bisnis, Bahasa, dan Pendidikan serta Dosen Pembimbing I skripsi yang telah memberikan arahan akademik, motivasi, dan semangat dalam proses penyusunan tesis ini serta menciptakan atmosfer diskusi ilmiah yang produktif dan konstruktif.
3. Ririn Susilawati, S.H.I., M.E.I. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis serta Dosen Pembimbing II skripsi yang memberikan banyak masukan dan koreksi dalam penelitian tugas akhir ini.
4. Erick Januardian selaku Direktur PT. Buana Samudera Wasesa yang telah memberikan izin, arahan, serta dukungan penuh selama proses penelitian ini berlangsung. Pandangan strategis beliau mengenai manajemen hubungan pelanggan memberikan kontribusi besar dalam memperluas wawasan penulis terhadap praktik Customer Relationship Management (CRM) di industri logistik.
5. Reza Rey Hendra selaku Manajer Operasional PT. Buana Samudera Wasesa yang dengan penuh antusiasme telah meluangkan waktu berbagi pengalaman serta memberikan data dan informasi yang sangat relevan dalam mendukung keutuhan analisis penelitian ini. Wawasan praktis beliau terkait implementasi CRM di lapangan menjadi sumber inspirasi dalam





memahami dinamika interaksi perusahaan dan pelanggan secara lebih mendalam.

6. Desy selaku *Assistant Manager* bagian PPIC di PT. Natural Indococonut, yang telah berkenan menjadi informan dari sisi pengguna jasa. Pendapat dan perspektif beliau sebagai pelanggan korporat memberikan sudut pandang yang objektif dan berharga mengenai dampak CRM terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan. Masukan dari beliau memperkaya substansi penelitian ini dengan konteks empiris yang kuat.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Pengampu Mata Kuliah yang memberikan banyak pengalaman dan insight berkaitan dengan perkuliahan maupun kehidupan.
8. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam bentuk morril maupun materil sehingga terselesaikannya penulisan tesis ini.

Dengan penuh harap semoga jasa kebaikan mereka diterima Allah SWT dan tercatat sebagai amal shalih. Akhirnya, skripsi ini penulis suguhkan kepada segenap pembaca, dengan harapan adanya kritik dan saran yang bersifat konstruktif demi perbaikan. Semoga penelitian ini bermanfaat dan mendapat ridha Allah SWT.

Jombang, 25 Juni 2025

Adi Chumaidi



ABSTRAK

Analisis Efektifitas Penerapan Customer Relationship Management (CRM) dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada PT. Buana Samudera Wasesa; Adi Chumaidi; 3123054; 104 halaman; Program Studi Administrasi Bisnis; Fakultas Bisnis, Bahasa dan Pendidikan; Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektifitas penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam meningkatkan loyalitas pelanggan korporat pada PT. Buana Samudera Wasesa (BSW), sebuah perusahaan logistik internasional berbasis di Surabaya. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Fokus penelitian diarahkan pada tiga indikator utama CRM, yaitu teknologi, proses, dan sumber daya manusia (SDM), serta bagaimana ketiganya berkontribusi terhadap pembentukan dan penguatan loyalitas pelanggan yang ditandai dengan pembelian ulang, peningkatan volume transaksi, frekuensi penggunaan layanan, rekomendasi kepada pihak lain, dan ketahanan terhadap kompetitor.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan CRM di PT. BSW telah dilakukan secara sistemik dan kolaboratif antar divisi, dengan dukungan teknologi informasi yang memungkinkan interaksi dua arah secara real-time dengan pelanggan. Proses CRM tidak hanya administratif, tetapi juga operasional dan strategis. SDM perusahaan juga berperan krusial sebagai representasi nilai-nilai perusahaan dalam membangun kepercayaan pelanggan. Strategi CRM yang diterapkan terbukti mampu meningkatkan loyalitas pelanggan melalui layanan yang proaktif, personal, dan responsif.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan implementasi CRM di PT. Buana Samudera Wasesa sangat dipengaruhi oleh integrasi teknologi, proses kerja yang terstruktur, serta kualitas SDM yang berorientasi pada pelayanan. Temuan ini memberikan kontribusi teoritis terhadap kajian CRM di sektor logistik serta rekomendasi praktis bagi perusahaan dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan di era kompetisi bisnis yang semakin dinamis.

Kata Kunci: *Customer Relationship Management* (CRM), Loyalitas Pelanggan, Logistik, Teknologi, Proses, SDM.



ABSTRACT

An Analysis of the Effectiveness of Customer Relationship Management (CRM) Implementation in Increasing Customer Loyalty at PT. Buana Samudera Wasesa; Adi Chumaidi; 3123054; 104 pages; Business Administration, Faculty of Business, Language, and Education; Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum, Jombang

This study aims to analyze the effectiveness of Customer Relationship Management (CRM) implementation in increasing corporate customer loyalty at PT. Buana Samudera Wasesa (BSW), an international logistics company based in Surabaya. A descriptive qualitative approach was employed, using in-depth interviews, observations, and documentation as data collection techniques. The research focuses on three main CRM indicators—technology, process, and human resources (HR)—and how these elements contribute to the formation and reinforcement of customer loyalty, as reflected by repeat purchases, increased transaction volume, frequency of service usage, referrals to others, and resistance to competitors.

The findings show that CRM at PT. BSW has been implemented in a systematic and collaborative manner across divisions, supported by information technology that enables real-time, two-way interactions with customers. The CRM process is not only administrative but also operational and strategic. The company's human resources play a crucial role as representatives of the company's values in building customer trust. The CRM strategies implemented have proven effective in increasing customer loyalty through proactive, personalized, and responsive services.

This research concludes that the success of CRM implementation at PT. Buana Samudera Wasesa is highly influenced by the integration of technology, structured workflows, and service-oriented human resources. The findings offer theoretical contributions to CRM studies in the logistics sector and practical recommendations for companies seeking to build long-term customer relationships in an increasingly competitive business landscape.

Keywords: Customer Relationship Management (CRM), Customer Loyalty, Logistics, Technology, Process, Human Resources.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	<i>Dokumentasi Wawancara</i>	79
Lampiran 2	<i>Transkrip Wawancara bersama Direktur PT. Buana Samudera Wasesa.....</i>	80
Lampiran 3	<i>Transkrip Wawancara bersama Manajer Operasional PT. Buana Samudera Wasesa.....</i>	84
Lampiran 4	<i>Transkrip Wawancara bersama Bu Desy Assistant Manager PPIC PT. Natural Indococonut</i>	87
Lampiran 5	<i>Dokumentasi Kegiatan Pelayanan Jasa PT. Buana Samudera Wasesa</i>	90



DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PENYATAAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
PRAKATA.....	viii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Studi Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.2.2 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	19
2.2.3 Loyalitas Pelanggan.....	23
2.2.4 Efektivitas.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III: METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34
3.2 Lokasi Penelitian.....	35
3.3 Fokus Penelitian.....	37



3.4 Pemilihan Informan.....	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data	42
3.6 Analisis Data.....	43
3.7 Pengecekan Validitas Temuan dan Kesimpulan.....	46
3.8 Tahap-tahap Penelitian dan Jadwalnya	47
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum.....	50
4.2 Data Fokus Penelitian	
4.2.1 Penerapan <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) yang Dilakukan oleh Managemen PT. Buana Samudera Wasesa terhadap Loyalitas Pelanggan	56
4.2.2 <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di PT. Buana Samudera Wasesa.....	59
4.3 Pembahasan	
4.3.1 Penerapan <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) yang Dilakukan oleh Managemen PT. Buana Samudera Wasesa terhadap Loyalitas Pelanggan	66
4.3.2 <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di PT. Buana Samudera Wasesa.....	69
BAB V: PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	78