

## **ABSTRAK**

### **CICI RAHMADANI. NIM 372215, Analisis Penerapan Strategi *Customer Relationship Management (CRM)* Dalam Membangun Hubungan Dengan Pelanggan Pada *Cerita Cafe* Bendungan, Kab Pasaman**

Persaingan usaha kafe yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya berfokus pada kualitas produk, tetapi juga pada kemampuan membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah Customer Relationship Management (CRM). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi Customer Relationship Management (CRM) dalam membangun hubungan dengan pelanggan pada *Cerita Cafe* Bendungan, Kabupaten Pasaman, serta meninjau penerapannya dari perspektif nilai-nilai bisnis syariah.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan informan utama pemilik dan karyawan *Cerita Cafe*. Analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Cerita Cafe* Bendungan belum menerapkan strategi CRM karena belum ada penggunaan sistem pencatatan data pelanggan, penyimpanan riwayat kunjungan atau pembelian pelanggan, program loyalitas pelanggan seperti membership atau pemberian reward bagi pelanggan tetap, serta mekanisme penampungan kritik dan saran pelanggan yang terorganisir. Pengelolaan hubungan dengan pelanggan masih dilakukan secara konvensional melalui pelayanan langsung, komunikasi personal, serta interaksi alami antara pemilik, karyawan, dan pelanggan. Meskipun belum memiliki sistem pencatatan data pelanggan, program loyalitas, maupun mekanisme umpan balik yang terorganisir, *Cerita Cafe* mampu membangun hubungan yang cukup baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang ramah, sopan, dan berorientasi pada kenyamanan. Selain itu, praktik pelayanan yang dijalankan telah mencerminkan nilai-nilai bisnis syariah, seperti kejujuran, keadilan, dan pelayanan ihsan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan nilai-nilai bisnis syariah seperti pelayanan ihsan dalam pelayanan telah berkontribusi dalam membangun hubungan positif dengan pelanggan. Namun, *Cerita Cafe* masih perlu mengembangkan strategi CRM yang lebih sistematis agar mampu meningkatkan loyalitas pelanggan dan mempertahankan daya saing usaha di tengah persaingan bisnis kafe yang semakin berkembang.

**Kata kunci:** Customer Relationship Management (CRM), Loyalitas Pelanggan, Bisnis Syariah, Hubungan Pelanggan, Kafe

## **KATA PENGANTAR**