

ABSTRAK

Strategi pemasaran terus berevolusi dari metode pemasaran tradisional sampai ke metode modern. Teori dan praktik pemasaran tradisional lebih berfokus pada upaya mencari dan menarik pelanggan baru, dibandingkan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Namun seiring berjalannya waktu paradigma tersebut mulai berubah, dimana menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan sangatlah penting sehingga dapat menciptakan hubungan jangka panjang.

CRM (*Customer Relationship Management*) merupakan pendekatan manajemen yang membuat, mengembangkan dan mempererat hubungan dengan pelanggan-pelanggan terpilih dengan tujuan memaksimalkan nilai pelanggan (*customer value*), pendapatan perusahaan (*corporate profitability*), dan juga nilai pemegang saham (*shareholder value*).

PT. Telkom merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa telekomunikasi di Indonesia. Unit *Business Government Enterprise Service* (BGES) merupakan salah satu divisi yang ada pada PT. Telkom Witel SUMBAR. Unit BGES adalah unit yang bekerja di bidang *marketing*. Unit BGES melayani pelanggan *Corporate* guna memenuhi kebutuhan jasa layanan internet pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) Pada Unit *Business Government Enterprise Service* (BGES) di PT. Telkom Witel SUMBAR Tahun 2021. Jenis penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian ini, bahwasanya *customer relationship management* yang diterapkan oleh PT. Telkom Witel SUMBAR dilaksanakan dengan berbagai cara, seperti *management visit*, pemberian *reward*, penggunaan *database* pelanggan dengan aplikasi *Marketing Account Plan Summary* (MAPS), dan MyTEEnS, serta *visiting customer*.

Kata Kunci: *Customer Relationship Management*, Loyalitas, PT. Telkom Witel SUMBAR.