

ABSTRAK

Tingginya tingkat persaingan di sektor *Food and Beverage* (F&B) dapat berdampak negatif terhadap tingkat loyalitas pelanggan, karena pelanggan memiliki banyak pilihan alternatif dalam memilih tempat untuk membeli produk dengan jenis serupa. Salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Bandung yang bergerak di bidang F&B adalah Mirukiway, yang terletak di Sukapura, Kabupaten Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan usulan perancangan terhadap program *customer relationship management* kepada Mirukiway guna meningkatkan pengelolaan hubungan dengan pelanggan yang berdampak pada peningkatan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, Mirukiway dapat mendorong pelanggan untuk memilih Mirukiway sebagai pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan minuman kekinian.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan data yang diperoleh dari informan dijelaskan dan diuraikan secara rinci melalui penggunaan teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam melakukan tahap penelitian, penulis melakukan perancangan terhadap program *customer relationship management*.

Berdasarkan hasil penelitian, terlihat bahwa hasil perancangan dan penerapan *customer relationship management* pada Mirukiway melalui program loyalitas berhasil meningkatkan retensi pelanggan, kepuasan, dan daya beli. Meskipun demikian, terdapat beberapa dampak negatif yang diakibatkan program loyalitas dan perlu diperhatikan, termasuk penurunan efektivitas pelayanan dan tantangan dalam pengelolaan data pelanggan.

Kata kunci : *customer relationship management*, loyalitas pelanggan