

**STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PT.
INERSIA AMPAK ENGINEERS DALAM MENJAGA LOYALITAS
KLIEN**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana

Ilmu Komunikasi



**RONAN ARDHITYA PRIYAMBODO
1201703029**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Ronan Ardhitya Priyambodo
NIM : 1201703020
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi Customer Relationship Management PT. Inersia
Ampak Engineers dalam Menjaga Loyalitas Klien

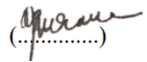
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ajenk Ningga Citra, S.Sos, M.Si.


04/09/2025

Penguji I : Mirana Hanathasia, , S.Sos., MMediaPrac


(.....)

Penguji I : Dra. Ratna Indrayani, M.I.Kom


(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 03 September 2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini merupakan hasil karya saya sendiri, dan semua sumber yang dikutip atau dirujuk telah dinyatakan dengan benar

Nama : Ronan Ardhitya Priyambodo

NIM :1201703029

Tanda Tangan : 

Tanggal : 3 September 2025

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ronan Ardhitya Priyambodo
NIM : 1201703029
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty -Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PT. INERSIA AMPAKENGINEERS DALAM MENJAGA LOYALITAS KLIEN

Beserta perangkat yang ada (Jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonekseklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 03 September 2025

Yang Menyatakan



Ronan Ardhitya P

KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang mendalam penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan karya ilmiah ini. Karya ilmiah ini dilakukan sebagai bagian dari pemenuhan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Penulis menyadari betul bahwa tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, sejak masa perkuliahan hingga penyusunan pengajuan judul ini akan sangat sulit. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih dari lubuk hati penulis yang terdalam kepada:

1. Allah SWT

Puji dan syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT, atas segala berkah, rahmat, dan karunia-Nya yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, kekuatan, kesabaran, dan kesempatan kepada peneliti sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.

2. Papa, Mama, Gerry, Maya. dan Nenek

Terima kasih kepada keluarga yang selalu mendukung dan memberikan motivasi serta pengertian, sehingga penulis bisa menyelesaikan karya ilmiah ini hingga selesai.

3. Ajenk Ningga Citra, S.Sos., M.Si.

Penulis berterima kasih kepada dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan motivasi, dan saran selama proses penyusunan karya ilmiah.

4. Teman-Teman Penulis

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada teman-teman terdekat yang selalu mendukung dan memahami kondisi penulis selama proses penyusunan judul Tugas Akhir ini, yaitu Danisse, Ravenda, Difa, Rikza, Daffa, dan Farhan. Penulis juga berterima kasih kepada rekan kerja tim teknis yang senantiasa memberikan saran dan kritik konstruktif terhadap Tugas Akhir ini. Dukungan mereka memotivasi penulis untuk terus

mengerjakan Tugas Akhir ini, bahkan di tengah jam makan siang. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada teman-teman seangkatan, yaitu Ramadhitya, Husein dan semua teman lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Kalian telah membuat perjalanan perkuliahan sejak semester satu menjadi lebih seru dan penuh kenangan. Terakhir, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada teman teman geng "D'Kincung" yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan Tugas Akhir agar penulis dapat menyusul langkah kalian semua.

**Strategi *Customer Relationship Management* PT. Inersia Ampak Engineers
Dalam Menjaga Loyalitas Klien**

Ronan Ardhitya Priyambodo

ABSTRAK

Industri event organizer menuntut tidak hanya keterampilan teknis dalam penyelenggaraan acara, tetapi juga kemampuan membangun dan menjaga hubungan jangka panjang dengan klien. *Customer Relationship Management* (CRM) menjadi strategi penting karena tidak hanya berorientasi pada akuisisi klien baru, melainkan juga pada pemeliharaan loyalitas melalui interaksi yang berkelanjutan. Penelitian ini mengkaji penerapan strategi CRM oleh PT. Inersia Ampak Engineers dalam menjaga loyalitas klien. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam dengan pihak internal, klien, dan triangulator akademisi. Analisis difokuskan pada empat indikator utama CRM: *attraction*, *identification*, *retention*, dan *development*, serta loyalitas klien dari aspek perilaku dan sikap. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi CRM di PT. Inersia Ampak Engineers berjalan melalui reputasi dan komunikasi awal yang profesional (*attraction*), pemahaman kebutuhan spesifik klien (*identification*), keberlanjutan komunikasi pasca-acara dan respons cepat (*retention*), serta inovasi layanan dan evaluasi berkelanjutan (*development*). Loyalitas tercermin dari kerja sama berulang, rasa percaya, dan rekomendasi positif dari klien. Temuan ini menegaskan bahwa CRM berfungsi sebagai proses dinamis yang mengombinasikan pendekatan formal dan non-formal untuk membangun hubungan jangka panjang yang stabil.

Kata Kunci:

Customer Relationship Management, *Event Organizer*, Klien, Loyalitas, Strategi

Strategi *Customer Relationship Management* PT. Inersia Ampak Engineers

Dalam Menjaga Loyalitas Klien

Ronan Ardhitya Priyambodo

ABSTRACT

The event organizer industry requires not only technical expertise in event execution but also the ability to build and maintain long-term client relationships. Customer Relationship Management (CRM) serves as a key strategy that focuses not only on client acquisition but also on sustaining loyalty through continuous interaction. This study examines the implementation of CRM strategies by PT. Inersia Ampak Engineers in maintaining client loyalty. A descriptive qualitative approach was employed, using in-depth interviews with internal representatives, clients, and an academic triangulator. The analysis focused on four CRM indicators: *attraction, identification, retention, and development*, as well as client loyalty from behavioral and attitudinal perspectives. The findings show that CRM strategies at PT. Inersia Ampak Engineers operate through reputation and professional initial communication (attraction), in-depth understanding of client needs (identification), ongoing post-event communication and responsive service (retention), as well as service innovation and continuous evaluation (development). Client loyalty is reflected in repeated collaboration, trust, and positive recommendations. These results indicate that CRM functions as a dynamic process that combines formal and informal approaches to establish long-term, sustainable relationships.

Keywords:

Customer Relationship Management, Event Organizer, Clients, Loyalty, Strategy

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	0
1.1 Latar Belakang	0
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Definisi Konsep Relevan.....	8
2.1.1 <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	8
2.1.2 <i>Event organizer</i>	12
2.1.3 Loyalitas.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III.....	30
METODE PENELITIAN	30
3.1 Desain dan Pendekatan	30
3.2 Objek dan/atau Subjek Penelitian	31
3.3 Operasionalisasi Konsep	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5 Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV	36
HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	36
4.2 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.3 Gambaran Subjek Objek Penelitian	38

4.3.1 Profil Informan.....	38
4.3.2 Profil Triangulator.....	41
4.4 Penyajian Data	42
4.4.1 Strategi <i>Customer Relationship Management</i>	42
4.4.1.1 <i>Attraction</i>	42
4.4.1.2 <i>Identification</i>	45
4.4.1.3 <i>Retention</i>	48
4.4.1.4 <i>Development</i>	53
4.4.2 Loyalitas Klien	55
4.4.2.1 <i>Behavioral</i>	55
4.4.2.2 <i>Attitudinal</i>	57
4.4.3 Pembahasan dan Analisis.....	58
BAB V.....	73
KESIMPULAN & SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	74
5.3 Saran dan Implikasi.....	75
5.3.1 Saran untuk Penelitian Berikutnya.....	75
5.3.2 Saran untuk Lembaga/Industri/Objek	76
DAFTAR PUSTAKA	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu30

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4. 1 Logo PT. Inersia Ampak Engineers.....	37
Gambar 4. 2 Berry Oktavianto	39
Gambar 4. 3 Doni Mashuri	40
Gambar 4. 4 Hardianto.....	41
Gambar 4. 5 Salmiati, M. Ikom	42