

ABSTRAK

Imam Baihaqi: Strategi Pengelolaan *Customer Relations* Kantor Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean A Bandung Dalam Mempertahankan Loyalitas Customer

Studi ini menyelidiki penerapan *Customer Relations Management* (CRM) di Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean A Bandung. Penelitian ini menyoroti strategi yang diterapkan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan melalui komunikasi yang konsisten dan penyampaian layanan yang efisien. Penelitian ini menggali bagaimana praktik CRM di lembaga pemerintah ini memengaruhi kepuasan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang, meskipun CRM biasanya lebih terkait dengan sektor swasta. Fokus penelitian ini berdasarkan teori CRM dari Kalakota dan Robinson, yang berfokus pada Strategi mendapatkan pelanggan baru (*acquire*), Strategi meningkatkan profitabilitas (*enchance*), dan mempertahankan hubungan jangka Panjang (*retain*). Selain itu, studi ini menekankan pentingnya berbagai saluran komunikasi, termasuk media sosial dan interaksi langsung, dalam membangun kepercayaan dan mendorong keterlibatan pelanggan.

Dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, penelitian ini mengkaji fungsi dan tujuan *Customer Relations* dalam mempertahankan hubungan harmonis antara lembaga dan pelanggannya. Penelitian ini juga menilai bagaimana penerapan alat CRM oleh manajemen berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan, peningkatan loyalitas pelanggan, dan pemeliharaan citra publik yang positif, yang pada akhirnya mendukung misi dan efektivitas operasional lembaga. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penerapan CRM di sektor publik, khususnya di Kantor Bea dan Cukai, sangat penting untuk mencapai penyediaan layanan yang optimal dan memastikan retensi pelanggan. Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang penerapan dan efektivitas CRM di sektor publik, serta memberikan wawasan berharga bagi organisasi serupa yang ingin menyempurnakan strategi layanan publik mereka.

Kata Kunci: *Customer Relations Management, Bea dan Cukai Bandung, Loyalitas Customer*

ABSTRACT

Imam Baihaqi: *Customer Relations Management Strategy of the Bandung Type A Middle Customs and Excise Service Office in Maintaining Customer Loyalty.*

This study investigates the implementation of Customer Relations Management (CRM) at Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean A Bandung. It highlights the strategies employed to cultivate customer loyalty through consistent communication and efficient service delivery. The research explores how CRM practices within this government institution influence customer satisfaction and foster long-term relationships, even though CRM is traditionally associated with the private sector. Furthermore, the study emphasizes the importance of various communication channels, including social media and direct interactions, in building trust and promoting customer engagement. .

Utilizing qualitative analysis, the investigation examines the functions and objectives of Customer Relations in maintaining harmonious connections between the institution and its clientele. This research also assesses how management's deployment of CRM tools contributes to improved service quality, enhanced customer loyalty, and the preservation of a positive public image, all of which ultimately support the institution's mission and operational effectiveness. The findings suggest that CRM implementation in the public sector, specifically at the Customs and Excise Office, is crucial for achieving optimal service provision and ensuring customer retention. This research offers a deeper understanding of CRM's applicability and effectiveness in the public sector, providing valuable insights for similar organizations aiming to refine their public service strategies.

Keywords: *Customer Relations Management, Bandung Customs and Excise, Customer Loyalty.*