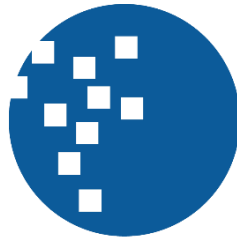


**IMPLEMENTASI STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT SHOPEE DALAM MEMPERTAHANKAN  
LOYALITAS PELANGGAN**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

**JASON WIDJAJA**

**00000040669**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2023**

**IMPLEMENTASI STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT SHOPEE DALAM MEMPERTAHANKAN  
LOYALITAS PELANGGAN**



**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh**

**Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

**JASON WIDJAJA**

**0000040669**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jason Widjaja

Nomor Induk Mahasiswa : 00000040669

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

### **“Implementasi Strategi Customer Relationship Management Shopee Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan”**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 15 Juni 2023



(Jason Widjaja)

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

### **“Implementasi Strategi Customer Relationship Management Shopee Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan”**

Oleh

Nama : Jason Widjaja  
NIM : 00000040669  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Komunikasi Strategis

Telah diujikan pada hari Rabu, 28 Juni 2023  
Pukul 10.00 s.d 11.15 dan dinyatakan  
**LULUS**  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm.  
0317089201

Penguji



Eko Hadi Saputro.,SE.,MM  
0303056102

Pembimbing



Intan Primadini, S.Sos., M.Si.  
0326098501

Digitally signed  
by Intan  
Primadini  
Date:  
2023.07.04  
22:36:03 +07'00'

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.  
0304078404

Cendera Rizky  
Anugrah Bangun  
2023.07.05  
18:59:14 +07'00'

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jason Widjaja  
NIM : 00000040669  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
JenisKarya : Skripsi

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

### **Implementasi Strategi Customer Relationship Management Shopee Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 15 Juni 2023

Yang menyatakan,

  
(Jason Widjaja)

UNIVERSITA  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan atas selesainya skripsi dengan judul “Implementasi Strategi Customer Relationship Management Shopee dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan” guna memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Skripsi ini tidak akan berjalan lancar, jika tidak ada bantuan dari berbagai pihak baik internal maupun eksternal. saya ingin Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Anoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Intan Primadini, S.Sos., M.Si., sebagai dosen pembimbing skripsi dan dosen seminar proposal. Saya ingin berterima kasih sebesar-besarnya atas dukungan, canda tawa, masukan, waktu yang telah diberikan oleh ibu Intan. Saya ingin berterima kasih sekali lagi untuk ibu Intan karena telah menuntun dan membimbing saya dalam mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.
5. Tuhan, sebagai pembimbing kehidupan. Saya ingin berterima kasih sebesar-besarnya karena telah diberikan hikmat dan kekuatan dalam menyelesaikan skripsi ini, meskipun ada cobaan-cobaan yang saya alami. Engkau tidak pernah lelah menuntun saya kepada jalan yang benar.
6. Mama dan Oma yang senantiasa selalu membantu saya dalam dukungan batin di Surga. Saya ingin berterima kasih kepada Mama dan juga Oma yang sudah tiada pada saat saya mengerjakan skripsi. Meninggalnya mama dan juga oma bukan menjadi suatu hambatan, melainkan menjadi sebuah semangat kepada saya untuk menunjukkan bahwa saya mampu dan bisa menyelesaikan kuliah 4 tahun ini.
7. Papa, meme, koko, dan semua keluarga saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya dalam menyusun skripsi ini. Saya ingin berterima kasih

terutama kepada papa yang selalu mendukung saya dalam senang ataupun sedih dan tentunya menjadi orang tua yang tangguh.

8. Papa, meme, koko, dan semua keluarga saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya dalam menyusun skripsi ini. Saya ingin berterima kasih terutama kepada papa yang selalu mendukung saya dalam senang ataupun sedih dan tentunya menjadi orang tua yang tangguh.
9. Teman-teman di kelas ataupun di luar kelas yang selalu membantu saya dalam bentuk banyak hal. Saya ingin berterima kasih juga kepada Keren karena dia yang menjadi teman yang memiliki intelektual bagus dan sukarela membantu saya dalam mengoreksi tata bahasa, penulisan, dan lain sebagainya. Saya ingin berterima kasih juga kepada James, Darren, Tifano, Reynata, Jefferson, Audrey, Ricky, dan teman lainnya yang berada di Surabaya yang selalu mendukung saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini dan berkumpul bersama di Surabaya dengan rasa bangga.
10. Tentunya ketiga partisipan, Nicholas Anthony Tjahjono, Nada Larasati Salsabila, Jason Tabrani. Saya ingin berterima kasih karena telah meluangkan waktu untuk melakukan wawancara untuk menjadi partisipan saya dalam penulisan skripsi ini. Saya ingin berterima kasih juga karena telah memberikan jawaban yang jujur dalam setiap pertanyaan yang saya lontarkan kepada partisipan. Saya ingin meminta maaf kalau ada salah atau perbuatan selama proses wawancara. Saya ingin berterima kasih sekali lagi karena bantuan kalian, saya bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca baik dari segi informasi maupun sebagai inspirasi.

Tangerang, 15 Juni 2023



(Jason Widjaja)

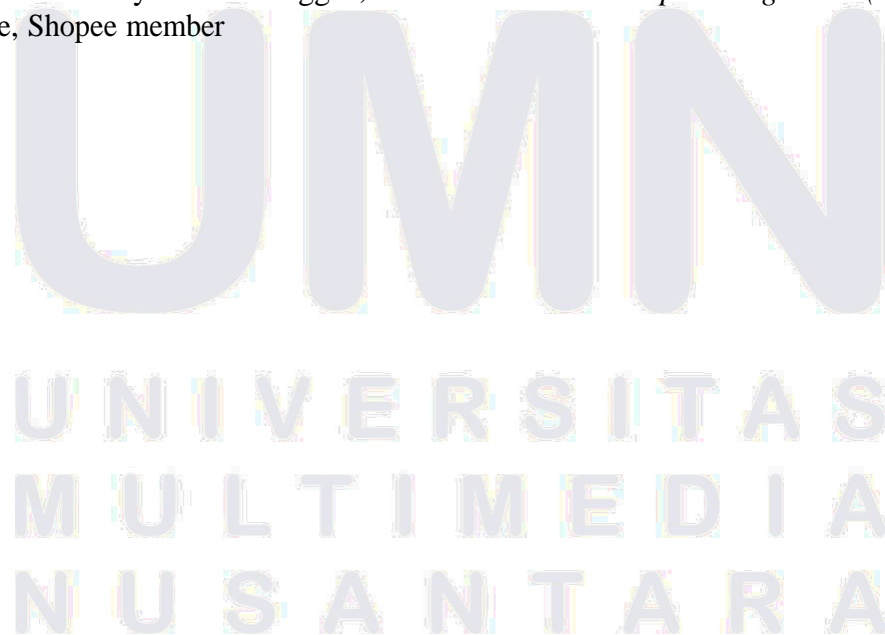
UNIVERSITA  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# IMPLEMENTASI STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SHOPEE DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN

## ABSTRAK

Dengan pesatnya perkembangan teknologi dan pandemi COVID-19 yang mempercepat implementasi revolusi industri 4.0 di Indonesia pada berbagai industri, terutama bidang *e-commerce*. Perkembangan yang sangat pesat tersebut, menjadikan Shopee sebagai *brand* yang mampu merajai pasar *e-commerce*. Oleh karena itu, Shopee membutuhkan sebuah strategi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, yaitu *Customer Relationship Management* berbentuk *Shopee member*. Penelitian ini bertujuan untuk melihat strategi *Customer Relationship Management* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Agar dapat mencapai tujuan tersebut, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan metode studi kasus, dan memanfaatkan teknik *purposive sampling* dalam wawancara terstruktur untuk teknik pengumpulan data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa strategi menarik yang dilakukan oleh Shopee dalam program CRM Shopee member untuk mencapai tujuan yaitu menjalankan keempat dari kelima tahapan implementasi CRM dari konsep Buttle & Maklan tahun 2019. Satu tahapan yang tidak dilakukan adalah tidak melaksanakan tahapan ketiga yaitu melakukan kerja sama dengan pihak eksternal dan memanfaatkan pihak internal baik sumber daya Manusia maupun Teknologi, akan tetapi tetap membuahkan hasil dengan meningkatnya loyalitas pelanggan Shopee, tetapi masih membutuhkan waktu untuk meningkatkan *revenue* Shopee.

**Kata kunci:** Loyalitas Pelanggan, *Customer Relationship Management (CRM)*, Shopee, *Shopee member*





# IMPLEMENTATION STRATEGY CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SHOPEE IN MAINTAINING CUSTOMER LOYALTY

## ABSTRACT

*The rapid advancement of technology and the COVID-19 pandemic have accelerated the implementation of the 4.0 industrial revolution in Indonesia, particularly in the e-commerce industry. This accelerated growth has made Shopee a formidable competitor in the e-commerce industry. Shopee requires a strategy to retain client loyalty, specifically client Relationship Management in the form of Shopee members. The purpose of this study is to examine Customer Relationship Management strategies for retaining customer loyalty. To accomplish this objective, the researcher employed a descriptive qualitative approach, the case study method, and a purposive sampling technique in conjunction with structured interviews for data collection. The findings of this study indicate that Shopee's member CRM program employs a number of intriguing strategies in order to reach its 2019 objective of completing the fourth of Buttle and Maklan's five stages of CRM implementation. A stage that was not implemented was the third stage, which entailed collaborating with external parties and utilizing internal parties, both human and technological resources, while still producing results by increasing Shopee customer loyalty, but it will take time to increase Shopee's revenue.*

**Keywords:** *Customer Loyalty, Customer Relationship Management (CRM), Shopee, Shopee member*



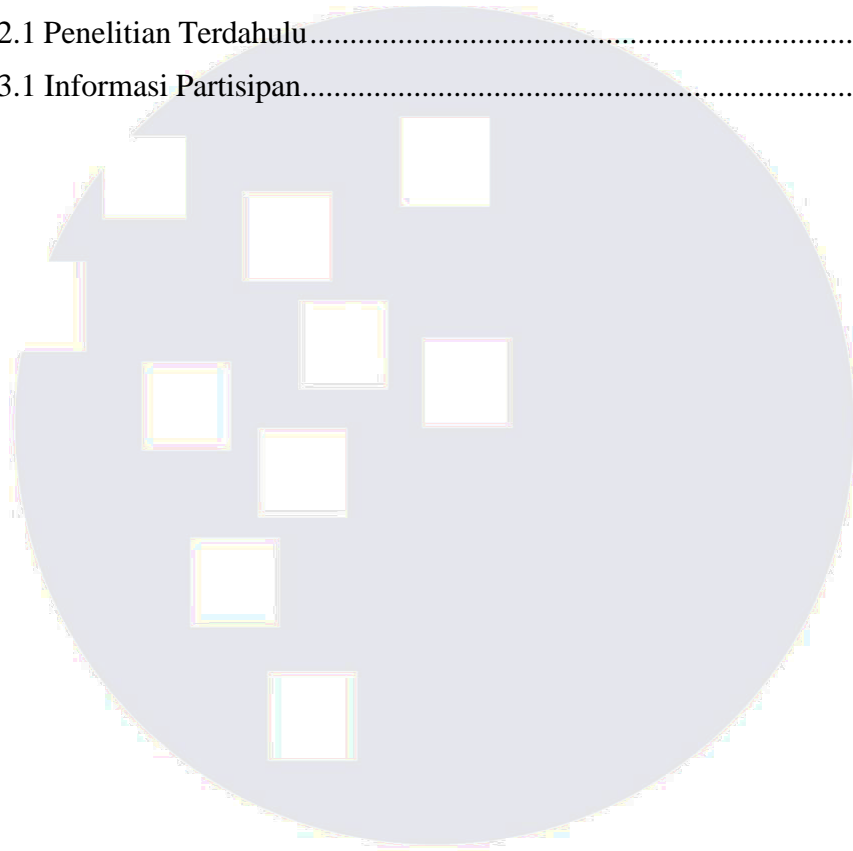
## DAFTAR ISI

IMPLEMENTASI STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SHOPEE DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5.1 Kegunaan Akademis.....	6
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	7
1.6 Batasan Penelitian.....	7
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Teori atau Konsep yang Digunakan.....	15
2.2.1 Customer Relationship Management (CRM).....	15
2.2.2 Tataran CRM.....	16
2.2.3 Tujuan dan Manfaat <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	17
2.2.4 Implementasi <i>Customer Relationship Management</i> .....	18
2.2.5 Hubungan Strategi CRM dengan Loyalitas Pelanggan.....	24
2.3 Alur Penelitian.....	26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	27
3.1 Paradigma Penelitian.....	27
3.2 Sifat/Jenis Penelitian.....	27
3.3 Metode Penelitian .....	27
3.4 Partisipan .....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6 Keabsahan Data.....	29
3.7 Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Subjek & Objek Penelitian.....	31
4.1.1 Subjek Penelitian .....	31
4.1.2 Objek Penelitian .....	33
4.2 Hasil Penelitian .....	33
4.2.1 5 Tahap Implementasi CRM .....	33
4.3 Pembahasan .....	52
4.3.1 Pengembangan strategi CRM dalam mempertahankan loyalitas pelanggan Shopee member .....	53
4.3.2 Pembangunan Fondasi Proyek Program CRM Shopee member.....	57
4.3.3 Pemilihan Kebutuhan dan Mitra Bisnis Proyek Program CRM Shopee member .....	60
4.3.4 Pengimplementasian Proyek Program CRM Shopee member.....	62
4.3.5 Evaluasi Performa .....	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	66
5.1 Simpulan.....	66
5.2 Saran .....	67
5.2.1 Saran Akademis.....	67
5.2.2 Saran Praktis.....	67
LAMPIRAN.....	71

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Informasi Partisipan.....	29



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah konsumsi pelanggan melalui <i>e-commerce</i> .....	1
Gambar 1.2 Jumlah konsumsi pelanggan melalui <i>e-commerce</i> .....	2
Gambar 1.3 Situs <i>E-Commerce</i> dengan Kunjungan Terbanyak di Indonesia .....	3
Gambar 1.4 Situs E-Commerce dengan Kunjungan Terbanyak di Indonesia .....	3



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Uji Plagiarisme .....	71
Lampiran B Formulir Konsultasi Skripsi .....	72
Lampiran C Transkrip Wawancara.....	74
Lampiran D Panduan Wawancara .....	104
Lampiran E Curriculum Vitae (CV) .....	110

