

ABTRAKSI

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik maupun di pasar internasional. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan keuntungan kepada para pelanggannya. Karena konsumen yang merasa diuntungkan akan memberikan keuntungan bagi perusahaan di kemudian hari.

Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba bahkan kerugian. (Supranto:2001). Maka dari itu untuk menghindari hal tersebut maka perusahaan apalagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa harus bisa membina hubungan yang baik dengan *customernya*.

CRM sebagai salah satu bentuk pengelolaan hubungan dua arah antara suatu perusahaan dengan *customer* yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah *customer* loyal. Sehingga dengan penerapan CRM diharapkan akan meningkatkan loyalitas dan kepuasan *customer* yang nantinya akan meningkatkan profit pendapatan badan usaha.

PT "X" adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pusat perbelanjaan di Surabaya. Pemilik sadar bahwa saat ini telah terjadi pergeseran sistem pemasaran, maka pemilik ingin mengembangkan badan usahanya dengan menggunakan sistem informasi *customer relationship management* guna memberikan ekspektasi positif para *tenant* nya terhadap pengelolaan yang telah dilakukan. Sehingga hubungan yang terjalin antara penyewa dan pengelola tetap terjalin dengan baik yang nantinya akan meningkatkan profit perusahaan.