

## ABSTRAK

Kondisi persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis menuntut perusahaan yang ada harus memiliki suatu *competitive strategy* yang tidak hanya dapat meningkatkan kualitas jasa, tetapi juga mampu mempertahankan loyalitas pelanggan. Pelanggan memegang peranan penting dalam menentukan apakah sebuah bisnis dapat bertahan atau tidak. Persaingan yang begitu ketat menyebabkan para pelaku bisnis harus mampu mempertahankan pelanggan mereka agar tidak berpindah ke pesaing. Sebagaimana yang telah diketahui bahwa tingkat persaingan dalam penyediaan jasa angkutan transportasi darat saat ini semakin kompetitif terutama dalam hal merebut pelanggan yang jumlahnya semakin sedikit. Salah satu upaya mempertahankan loyalitas pelanggan yang banyak dilakukan dalam lingkungan bisnis saat ini adalah dengan membangun *customer relationship* yang kuat untuk meraih *customer loyalty* yang merupakan salah satu *intangible assets* yang penting bagi perusahaan di masa kini. Menurut Ndubisi (2007), semakin banyak badan usaha yang mengkapitalisasi hal tersebut untuk menggali informasi yang tak terhingga demi memberi pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya. Dengan membangun *relationship* yang kuat, badan usaha dapat meningkatkan kualitas perencanaan strategi yang lebih baik. Adanya *customer relationship* yang baik juga dapat meningkatkan bisnis *performance* demi penciptaan nilai baik bagi pelanggan maupun perusahaan. Sistem manajemen yang dibangun melalui *Balanced Scorecard* memungkinkan adanya keselarasan dan pemusatan pada pelaksanaan strategi jangka panjang demi tercapainya tujuan perusahaan. Selain itu, adanya *customer management process* yang baik harus dapat membantu perusahaan memperoleh, bertahan, tumbuh dalam jangka panjang, dan *relationship* yang menguntungkan dengan pelanggan yang ditargetkan.

Kata kunci : *Balanced Scorecard, Strategy Map, Customer Relationship.*