

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**Aissa Roselina Adinda
20130530352**

**Strategi Customer Relationship Management UKM My Happy Pets dalam
Meningkatkan Jumlah Reseller dari Tahun 2014 hingga Tahun 2015
Tahun 2017 + 143 halaman + 5 lampiran + 3 tabel + 1 Bagan + 3 Grafik+ 15
buku + 3 Skripsi + 5 Jurnal + 1 sumber online**

ABSTRAK

UKM My Happy Pets merupakan usaha rumahan yang bergerak dibidang produksi aksesoris dan shampo untuk hewan di Indonesia yang mampu bersaing dengan kompetitor yang berada diluar negeri. UKM My Happy Pets mengalami peningkatan jumlah reseller yang sangat drastis terjadi pada tahun 2014 ke tahun 2015. Peningkatan jumlah reseller dikarenakan semakin banyak peminat untuk menjual kembali produknya dan My Happy Pets selalu menambah produknya. My Happy Pets menjual dua jenis produk yaitu produk aksesoris hewan dan produk kesehatan hewan. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana strategi yang digunakan UKM My Happy Pets dalam meningkatkan jumlah reseller dari tahun 2014 ke tahun 2015. Konsep CRM yang digunakan adalah *quality not quantity*.

Teori yang digunakan terkait tentang Customer Relationship Management UKM My Happy Pets yang membutuhkan strategi untuk meningkatkan jumlah reseller. Strategi Customer Relationship Management tersebut antara lain loyalitas, kepuasan pelanggan serta retensi pelanggan. Metodologi penelitian yang digunakan berupa jenis deskriptif kualitatif. Untuk memperoleh data dilakukan wawancara kepada owner My Happy Pets dan dua orang reseller, dokumentasi serta observasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UKM My Happy Pets menggunakan CRM sebagai strategi untuk memperoleh loyalitas, kepuasan pelanggan serta retensi pelanggan, akan tetapi Customer Relationship Management yang dilakukan UKM My Happy Pets memiliki kekurangan. CRM My Happy Pets akan lebih baik jika diberikan pelayanan yang maksimal kepada reseller dan menambah beberapa orang pegawai.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management, Strategi Customer Relationship Management*

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICS SCIENCE
COMMUNICATIONS SCIENCE MAJOR**

**Aissa Roselina Adinda
20130530352**

**Customer Relationship Management Strategy My Happy Pets in Increasing
Number of Resellers from Year 2014 until Year 2015
Year 2017 + 143 pages + 5 attachments + 3 tables + 1 Chart + 3 Graphs + 15
books + 3 Theses + 5 Journals + 1 online source**

ABSTRACT

My Happy Pets is a home-based business engaged in the production of accessories and shampoo for animals in Indonesia are able to compete with competitors who are abroad. My Happy Pets have increased the number of resellers are very drastic occurred in 2014 to 2015. Increasing the number of resellers due to more and more enthusiasts to resell the product and My Happy Pets always add new product. My Happy Pets sells two types of products namely animal accessories products and animal health products. The purpose of this study is to see how the strategy used by My Happy Pets in increasing the number of resellers from 2014 to 2015. The concept of this CRM is quality not quantity.

This study uses related theories about Customer Relationship Management My Happy Pets which requires a strategy to increase the number of resellers. Customer Relationship Management strategies include loyalty, customer satisfaction and customer retention. The research methodology used is descriptive qualitative. To obtain data conducted interviews to the owner My Happy Pets and two resellers, documentation and observation.

The results of this study indicate that My Happy Pets using CRM as a strategy to gain loyalty, customer satisfaction and customer retention, but Customer Relationship Management conducted My Happy Pets has drawbacks. CRM My Happy Pets will be better if given the maximum service to the reseller and add some employees.

Keywords: Customer Relationship Management, Customer Relationship Management Strategi

