

**STRATEGI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
BALAI PENGELOLA KERETA API RINGAN SUMATERA
SELATAN DALAM MENINGKATKAN *CUSTOMER LOYALTY***

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi syarat memperoleh
derajat Sarjana (strata satu) pada Jurusan Ilmu Komunikasi
Konsentrasi: Hubungan Masyarakat (Humas)



Oleh

**NADIA RHAMA DANITA
07031181924258**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**STRATEGI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
BALAI PENGELOLA KERETA API RINGAN SUMATERA
SELATAN DALAM MENINGKATKAN *CUSTOMER LOYALTY***

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Ilmu Komunikasi**

Oleh

**NADIA RHAMA DANITA
07031181924258**

Pembimbing I

**Annada Nasryaya, S.IP., M.Si.
NIP. 198809062019032016**

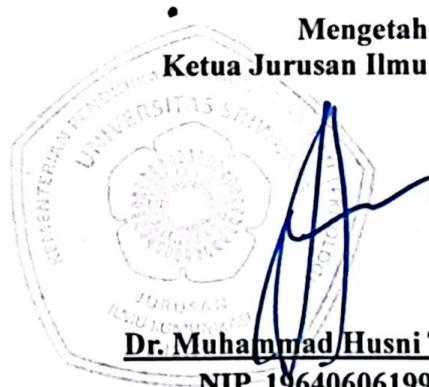


Pembimbing II

**Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199209292020122014**



**Mengetahui,
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si.
NIP. 196406061992031001**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**STRATEGI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
BALAI PENGELOLA KERETA API RINGAN SUMATERA
SELATAN DALAM MENINGKATKAN *CUSTOMER LOYALTY***

SKRIPSI

Oleh

**NADIA RIIAMA DANITA
07031181924258**

**Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji
Pada tanggal 21 Maret 2025
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat**

KOMISI PENGUJI

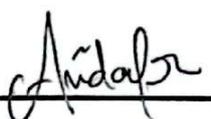
**Dr. Retna Mahriani, M.Si.
NIP. 196012091989122001
Ketua**



**Galih Priambodo, S.Pd., M.I.Kom.
NIP. 198908312023211021
Anggota**



**Annada Nasryava, S.IP., M.Si.
NIP. 198809062019032016
Anggota**



**Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199209292020122014
Anggota**





Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,

**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si.
NIP. 196406061992031001**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadia Rhama Danita
NIM : 07031181924258
Tempat dan Tanggal Lahir : Tangerang, 16 Desember 2000
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi *Customer Relationship Management* Balai
Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan
Dalam Meningkatkan *Customer Loyalty*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Indralaya, 10 Maret 2025

Yang membuat pernyataan,



Nadia Rhama Danita

NIM. 07031181924258

MOTTO DAN PERSEMBAHASAN

Motto:

Urip Iku Urup

Ad Maiora Natus Sum

**Alhamdulillahilahi rabbil'aalamiin,
Skripsi ini kupersembahkan kepada:**

1. *Diriku Sendiri, Kedua Orang Tuaku,
Kakak Kandungku, Miloku*
2. *Keluargaku, Sahabatku*
3. *Ilmu Komunikasi*
4. *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*
5. *Almamaterku, Universitas Sriwijaya*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah Subhanahuwata'ala yang telah memberikan rahmat, keberkahan, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul *Strategi Customer Relationship Management* Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan Dalam Meningkatkan *Customer Loyalty*. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
2. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
3. Mba Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom., AMIPR. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan ilmu, arahan, bantuan, dan motivasi kepada penulis selama proses perkuliahan
4. Mba Annada Nasyaya, S.IP., M.Si. dan Mba Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan ilmu, arahan, bantuan, saran, dan motivasi selama penulis mengerjakan skripsi
5. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya, serta Mba Elvira Humairah, S.Farm. yang

telah memberikan ilmu, arahan, dan bantuannya kepada penulis selama proses perkuliahan

6. Seluruh Jajaran beserta Staf Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan yang telah memberikan bantuan dan dukungan berupa data dan perizinan penelitian kepada penulis selama proses pembuatan skripsi
7. Kedua Orang Tua tercinta, Kakak tercinta, dan Milo tercinta yang selalu memotivasi penulis untuk terus berjuang menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas segala dukungannya selama ini, baik dari dukungan moral dan finansial yang tidak henti-hentinya diberikan agar penulis selalu semangat menyelesaikan perkuliahan dan kuat menghadapi segala hambatan, serta doa yang selalu mengiringi di setiap langkah penulis.

Dalam penulisan skripsi ini tentunya terdapat banyak kekurangan dari berbagai aspek, mulai dari kualitas ataupun kuantitas dari materi penelitian yang disajikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

Indralaya, 10 Maret 2025



Nadia Rhama Danita
NIM. 07031181924258

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan pisau analisa dari teori strategi *customer relationship management* Buttle (2019) dengan dimensi *strategy, analytical, dan operational* yang telah dilakukan pada LRT Sumsel untuk memberikan pelayanan yang maksimal dan nilai tambah secara jangka panjang dari setiap pelaksanaan program yang dijalankan. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan analisa kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *customer relationship management* yang dilakukan oleh Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan untuk meningkatkan *customer loyalty* LRT Sumsel. Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan melakukan upaya untuk meningkatkan *volume* penumpang LRT Sumsel pasca pandemi Covid-19, ditambah adanya tantangan dari masyarakat yang belum menjadikan transportasi publik sebagai pilihan gaya hidup dalam bermobilitas sehari-hari. Hasil penerapan yang berhasil dari setiap dimensi, yaitu *strategy* dalam pemberian sistem pelayanan yang maksimal, dimensi *operational* dari otomatisasi pemasarannya, dan dimensi *analytical* pada *one to one marketing*. Dari penerapan *tools* strategi *customer relationship management* dapat meningkatkan *customer loyalty* untuk membangun dan menjalin hubungan yang baik kepada penumpang LRT Sumsel.

Kata Kunci: Strategi *Customer Relationship Management*, *Customer Loyalty*, *Light Rail Transit* Sumatera Selatan, Transportasi Publik

Pembimbing I



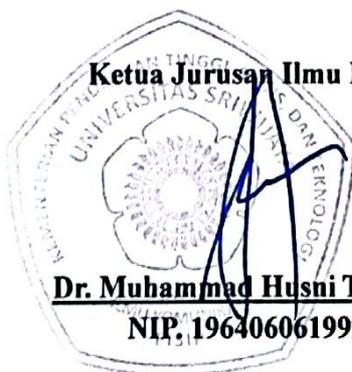
Annada Nasryaya, S.IP., M.Si.
NIP. 198809062019032016

Pembimbing II



Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199209292020122014

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si.
NIP. 196406061992031001

ABSTRACT

This study uses an analytical knife from the theory of customer relationship management strategy Buttle (2019) with strategic, analytical, and operational dimensions that have been carried out in the South Sumatra LRT to provide maximum service and long-term added value from each program implementation that is carried out. This research method uses a descriptive qualitative analysis approach, with data collection techniques through in-depth interviews, observations, and documentation studies. This study aims to determine the customer relationship management strategy carried out by the Balai Pengelola Kereta Api Ringan South Sumatra to increase customer loyalty to the South Sumatra LRT. Balai Pengelola Kereta Api Ringan South Sumatra Center made efforts to increase the volume of South Sumatra LRT passengers after the COVID-19 pandemic, coupled with challenges from the community who have not made public transportation a lifestyle choice in their daily mobility. The results of the successful implementation of each dimension, namely the strategy in providing a maximum service system, the operational dimension of its marketing automation, and the analytical dimension of one-to-one marketing. Implementing the customer relationship management strategy can increase customer loyalty and build and establish good relationships with South Sumatra LRT passengers.

Keywords: *Strategy Customer Relationship Management, Customer Loyalty, Light Rail Transit South Sumatera, Public Transportation*

Advisor I



Annada Nasryaya, S.IP., M.Si.
NIP. 198809062019032016

Advisor II



Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199209292020122014

Head of Communication Department



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si.
NIP. 196406061992031001

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kota Palembang memiliki moda transportasi publik yang saling terintegrasi bagi masyarakat Kota Palembang yaitu Teman Bus, *Feeder LRT* dan *Light Rail Transit* Sumsel. Sebagai kota dengan jumlah penduduk sebanyak 1,8 juta pada akhir tahun 2024, Kota Palembang menjadi kota terpadat dan juga kota terbesar urutan keenam di Indonesia (Febrianto *et al.*, 2023). Menjadi kota yang terpadat dan juga terbesar kedua di pulau Sumatera, menjadikan Kota Palembang sebagai kota dengan *volume* arus lalu lintas tinggi, dan angka kemacetan yang tinggi.

Kota Jakarta yang menjadi pusat jantung perekonomian terbesar di Indonesia dan sekaligus menjadi kawasan metropolitan di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek), juga dikenal sebagai kota dengan tingkat kemacetan tertinggi di dunia menurut Survei Castrol's Magnetec Stop-Start Indeks (Amajida dalam Z. Mustaqima *et al.*, 2018). Tingkat populasi penduduk di Jabodetabek terus meningkat, baik dari pertumbuhan jumlah penduduk secara organik ataupun dikarenakan adanya arus migrasi yang terus masuk di Jabodetabek, serta adanya urbanisasi dari penduduk di kota atau desa lain yang pindah ke Jabodetabek. Dengan pertumbuhan pergerakan masyarakat di Jabodetabek yang padat dan sibuk, dibutuhkan moda transportasi yang handal. Transportasi publik di Jabodetabek yaitu KRL, Transjakarta, LRT, dan MRT yang saling terintegrasi, menjadi peran utama yang dibutuhkan oleh masyarakat untuk kegiatan mobilisasi dan pemenuhan kebutuhan sehari-hari.

Beragam upaya solusi telah dikerahkan oleh pemerintahan Kota Palembang dalam menjawab tantangan dan permasalahan mengenai kemacetan di Kota Palembang, dikarenakan masih rendahnya kesadaran dari masyarakat Kota Palembang untuk menggunakan akses transportasi publik di dalam aktivitas mobilisasi sehari-hari. Melalui program sosialisasi “Gerakan Nasional Kembali ke Angkutan Umum” yang dilakukan sejak tahun 2022 di Kota Palembang, Menteri Perhubungan Bapak Budi Karya Sumadi ingin mengajak masyarakat Kota Palembang agar kembali menggunakan transportasi publik dalam mobilisasi sehari-hari yaitu bus dan kereta api. Program sosialisasi ini dilaksanakan di Kota Palembang dengan alasan dari Menteri Perhubungan Budi Karya Harapan bahwa, Kota Palembang sebagai pemilik transportasi publik yang lengkap salah satunya di kota Indonesia, yaitu adanya angkutan jalan dan kereta api.

Di Kota Palembang yang menjadi kiblat transportasi publik dan menjadi pilihan bagi masyarakat Kota Palembang dalam bermobilitas di setiap aktivitas mereka adalah *Light Rail Transit* Sumatera Selatan. Pembangunan proyek *Light Rail Transit* Sumatera Selatan tertuang pada Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 116 Tahun 2015 mengenai “Percepatan Penyelenggaraan Kereta Api Ringan Sumatera Selatan”. Pembangunan ini dilakukan untuk meningkatkan pelayanan transportasi dalam mendukung pembangunan di Provinsi Sumatera Selatan, serta mendukung adanya pagelaran *big event* Asian Games 2018 yang dilaksanakan di Kota Palembang, Sumatera Selatan. Pembangunan *Light Rail Transit* Sumatera Selatan, dimulai pada tahun 2015 hingga resmi beroperasi pada tahun 2018. Terdapat 13 (tiga belas) stasiun yang menjadi rute perjalanan *Light Rail*

Transit Sumatera Selatan, dari titik Bandara Internasional Sultan Mahmud Badaruddin II hingga DJKA Banyuasin.

Sebagai layanan moda transportasi publik, dari awal beroperasi tahun 2018 hingga saat ini *Light Rail Transit* Sumatera Selatan terus mengerahkan peningkatan pelayanan bagi masyarakat di Kota Palembang sebagai penggunaan mobilitas mereka sehari-hari. Beberapa peningkatan pelayanan yang telah dikerahkan untuk transportasi publik *Light Rail Transit* Sumatera Selatan adalah melalui penambahan layanan jam operasional dan moda transportasi publik *Feeder* dengan *Light Rail Transit* Sumatera Selatan yang terintegrasi di 6 (enam) titik stasiun.



Gambar 1.1 Penambahan Jam Operasional *Light Rail Transit* Sumsel (Sumber: Instagram @lrtsumselofficial Tahun 2022)



Gambar 1.2 Rute Perjalanan *Light Rail Transit* dan *Feeder* LRT Sumsel (Sumber: Instagram @dishub_sumsel dan @feedermusi Tahun 2022)

Adanya peningkatan layanan yang disediakan dari moda transportasi publik *Light Rail Transit* Sumatera Selatan, dapat menjadi keunggulan tersendiri yang dirasakan oleh masyarakat Kota Palembang. Seperti yang disampaikan oleh Saif (dalam Aurelia *et al.*, 2019), dengan akses transportasi publik yang mudah dan menyediakan fasilitas penunjang serta pelayanan, dapat menjadi pilihan bagi masyarakat dalam melakukan mobilitas sehari-hari.

Melalui penambahan layanan jam operasional, menjadikan masyarakat dapat menikmati perjalanan menggunakan *Light Rail Transit* Sumatera Selatan yang lebih banyak, serta terintegrasinya moda transportasi *Feeder* dan *Light Rail Transit* Sumatera Selatan dapat menjangkau dan memudahkan mobilisasi masyarakat menuju Stasiun *Light Rail Transit* Sumatera Selatan maupun menuju tempat tujuan pengguna yang tidak terjangkau dari stasiun. Sistem transportasi publik dapat dikatakan *ideal* jika memiliki akses yang mudah bagi penumpang, hal ini sangatlah penting karena dengan mudahnya akses transportasi publik maka dapat menciptakan peluang untuk membangun kebiasaan masyarakat dalam menggunakan transportasi publik akan lebih mudah terwujud (Aurelia *et al.*, 2019).

Dapat dilihat melalui gambar 1.4 mengenai fasilitas dan sarana *Light Rail Transit* Sumsel, dengan pembangunan sarana dan juga prasarana *Light Rail Transit* Sumatera Selatan yang memadai serta sistematis akan menjadi pertimbangan bagi masyarakat Kota Palembang untuk kembali menggunakan transportasi publik sebagai moda transportasi alternatif dibandingkan harus menggunakan kendaraan pribadi. Praktisnya, layanan yang diberikan akan menarik penumpang untuk terus menggunakan layanan *Light Rail Transit* Sumsel (Aurelia *et al.*, 2019).



Gambar 1.3 Fasilitas Sarana dan Prasarana *Light Rail Transit* Sumsel
(Sumber: Instagram @dishub_sumsel Tahun 2022)

Dibalik peningkatan layanan, pemeliharaan, dan perawatan dari fasilitas sarana dan prasarana *Light Rail Transit* Sumatera Selatan, masih terdapat sejumlah masalah yang dimiliki pada layanan jasa transportasi publik yang terdepan di Kota Palembang. Berikut beberapa diantaranya mengenai penjelasan dari permasalahan yang dimiliki oleh *Light Rail Transit* Sumatera Selatan:

1. Penurunan penumpang *Light Rail Transit* Sumatera Selatan,

Penurunan penumpang *Light Rail Transit* Sumatera Selatan terjadi diakibatkan hadirnya pandemi virus Covid-19 di Indonesia pada puncaknya di awal tahun 2020. Penurunan penumpang ini terjadi karena adanya peraturan dari pemerintah Indonesia untuk mengeluarkan peraturan pembatasan mobilitas sosial di ruang terbuka salah satunya di tempat-tempat umum seperti stasiun, sehingga hal ini sangat berdampak besar pada operasional *Light Rail Transit* Sumatera Selatan (Aurelia *et al.*, 2019). Dapat dilihat melalui tabel 1.1 dan tabel 1.2 mengenai data *volume* pengguna *Light Rail Transit* Sumatera Selatan yang didapatkan melalui pra-riset di PT KAI Divre III Sumatera Selatan, bagaimana perbedaan lonjakan penurunan pengguna yang begitu jauh di saat awal pandemi Covid-19 di

awal tahun 2020 hingga terjadinya kenaikan *volume* penumpang kembali pasca pandemi Covid-19 (Endemi) di tahun 2022.

Tabel 1.1 Data *Volume* Penumpang *Light Rail Transit* Sumatera Selatan Tahun 2020 (Pandemi)

NO	STASIUN	VOLUME PENUMPANG												
		JANUARI	FEBRUARI	MARET	APRIL	MEI	JUNI	JULI	AGUSTUS	SEPTEMBER	OKTOBER	NOVEMBER	DESEMBER	TOTAL
1	Bandara	46.683	33.231	22.503	1.701	339	1.389	3.862	6.339	4.559	5.343	7.239	9.623	142.811
2	Asrama Haji	34.723	31.972	19.957	2.200	1.971	3.518	5.358	7.706	6.444	7.813	8.557	11.349	141.568
3	Punti Kayu	14.815	10.974	7.779	876	815	1.278	1.657	2.595	2.235	2.392	2.796	3.210	51.422
4	RSUD	7.941	6.787	4.534	411	345	780	1.005	1.513	1.463	1.638	1.722	2.152	30.291
5	Garuda Dempo	8.590	6.881	4.946	553	598	930	1.226	1.720	1.408	1.872	2.046	2.283	33.053
6	Demang	13.600	11.752	7.812	581	426	968	1.471	1.686	1.547	2.152	2.448	2.971	47.414
7	Bumi Sriwijaya	35.913	26.982	17.041	1.018	892	1.873	2.785	4.672	3.766	4.614	5.048	6.821	111.425
8	DISHUB	5.686	4.586	3.369	407	306	535	488	654	464	678	703	933	18.809
9	Cinde	15.009	12.574	8.401	874	689	1.285	1.406	2.410	1.914	2.065	2.237	2.663	51.527
10	Ampera	45.113	34.059	24.419	2.896	3.100	3.941	5.124	7.531	6.270	7.201	7.807	10.167	157.628
11	Polresta	16.423	19.165	11.055	1.039	767	1.442	2.146	2.704	2.618	2.364	2.432	3.033	65.188
12	Jakabaring	16.453	9.835	5.678	323	342	671	991	1.864	1.347	1.729	1.807	2.831	43.871
13	DJKA	52.553	34.383	22.981	1.880	1.996	3.314	3.951	7.089	5.638	6.945	7.620	10.135	158.485
TOTAL		313.502	243.181	160.475	14.759	12.586	21.924	31.470	48.483	39.673	46.806	52.462	68.171	1.053.492
OKUPANSI		29%	26%	18%	9%	14%	24%	40%	62%	52%	60%	69%	44%	28%
TD		1.080.660	931.364	909.664	156.282	92.690	89.700	78.430	78.430	75.900	78.430	75.900	155.020	3.802.470
KA JALAN		2.490	2.146	2.096	782	806	780	682	682	660	682	660	1.348	13.814

(Sumber: PT KAI Divre III Sumatera Selatan)

Tabel 1.2 Data *Volume* Penumpang *Light Rail Transit* Sumatera Selatan Tahun 2022 (Endemi)

NO	STASIUN	VOLUME PENUMPANG												
		JANUARI	FEBRUARI	MARET	APRIL	MEI	JUNI	JULI	AGUSTUS	SEPTEMBER	OKTOBER	NOVEMBER	DESEMBER	TOTAL
1	Bandara	22.011	16.260	20.884	15.307	42.075	28.144	28.914	20.140	20.135	24.179	22.456	32.392	292.897
2	Asrama Haji	28.953	22.952	31.400	28.259	53.622	40.994	46.795	44.004	46.851	56.781	54.388	60.489	515.488
3	Punti Kayu	8.661	6.067	7.866	7.222	13.129	10.868	11.522	10.543	11.068	13.889	12.704	14.664	128.203
4	RSUD	5.529	4.453	5.993	5.901	9.018	8.020	8.447	7.877	9.095	9.492	9.464	10.610	93.899
5	Garuda Dempo	6.139	4.374	5.892	4.970	8.736	6.557	7.134	8.421	8.856	10.337	10.224	9.947	91.587
6	Demang	10.356	7.175	9.699	7.496	13.123	12.779	14.548	14.744	17.120	19.097	19.291	17.661	163.089
7	Bumi Sriwijaya	24.516	17.668	21.742	17.552	47.349	30.928	33.893	26.349	28.989	33.738	29.248	42.161	354.133
8	DISHUB	3.402	2.528	3.635	3.067	4.559	4.267	5.163	5.415	6.663	6.816	6.501	6.467	58.483
9	Cinde	10.978	6.304	8.177	7.123	12.878	10.724	12.244	12.714	14.398	16.136	15.230	14.417	141.323
10	Ampera	17.877	18.623	26.295	31.989	44.029	33.774	42.673	40.308	36.136	41.373	38.316	51.311	422.704
11	Polresta	11.909	9.275	13.467	11.370	18.328	17.177	15.049	15.868	22.429	25.544	23.325	23.355	207.096
12	Jakabaring	10.381	7.091	10.143	4.336	19.336	12.531	15.306	13.947	10.284	12.078	14.239	16.841	146.513
13	DJKA	33.273	23.868	30.653	21.934	66.669	43.956	45.285	33.696	36.410	40.707	39.554	56.340	472.345
TOTAL		193.985	146.638	195.846	166.526	352.851	260.719	286.973	254.026	268.434	310.167	294.940	356.655	3.087.760
OKUPANSI		62%	52%	62%	35%	71%	55%	59%	52%	54%	60%	58%	68%	57%
TD		313.720	283.360	313.720	472.560	494.040	472.560	488.312	488.312	499.768	521.069	504.422	523.396	5.375.239
KA JALAN		2.728	2.464	2.728	2.640	2.760	2.640	2.728	2.728	2.792	2.911	2.818	2.924	32.861

Note : Data update sampai tanggal 31 Desember 2022

(Sumber: PT KAI Divre III Sumatera Selatan)

2. Masyarakat yang tidak menjadikan moda transportasi publik LRT Sumsel sebagai pilihan gaya hidup di setiap aktivitas sehari-hari,

Masih adanya kemacetan sebagai masalah penting di Kota Palembang, menjadi bukti jika masyarakat Kota Palembang belum memilih moda transportasi publik *Light Rail Transit* Sumatera Selatan sebagai pilihan gaya hidup bermobilitas setiap harinya. Dikutip melalui Kencana (2018),

Menteri Perhubungan Bapak Budi Karya Sumadi sendiri berharap, dengan hadirnya transportasi publik *Light Rail Transit* Sumatera Selatan dapat menciptakan gaya hidup yang baru bagi masyarakat Kota Palembang dalam bermobilitas di setiap aktivitas mereka.

3. Stasiun *Light Rail Transit* Sumatera Selatan masih belum mencakup seluruh daerah Kota Palembang dan parkir yang tidak memadai di setiap stasiun. Dilihat dari gambar 1.3 yaitu rute perjalanan *Light Rail Transit* Sumatera Selatan yang memiliki 13 (tiga belas) stasiun, dengan hanya memiliki 13 (tiga belas) stasiun, menjadikan Stasiun *Light Rail Transit* Sumatera Selatan belum mencakup seluruh titik di wilayah Kota Palembang, sehingga masyarakat Kota Palembang tidak menggunakan LRT Sumsel dan lebih memilih menggunakan ojek *online* dikarenakan lebih fleksibel.

Sebagai penguatan pondasi pada penelitian ini dan menjadi data pendukung di awal penelitian, peneliti telah melakukan pra-riset mengenai bagaimana “Strategi *Customer Relationship Management* Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan dalam *Meningkatkan Customer Loyalty*” bersama Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan yaitu Mba Elin sebagai Staf Seksi Pemanfaatan Sarana dan Prasarana. Terdapat 3 (tiga) hasil data dari pra-riset yang akan disajikan di latar belakang penelitian ini, yang pertama adanya “Penerapan dan Pemanfaatan *Customer Relationship Management*” yang didapatkan melalui wawancara secara langsung bersama Staf *Customer Experience* pada Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan:

“Saat ini Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan telah melakukan beberapa Penerapan CRM sebagai usaha untuk meningkatkan Ridership dan juga sektor bisnis. Untuk memudahkan Penumpang dalam

melihat jadwal perjalanan dan update informasi mengenai LRT Sumatera Selatan, Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan sedang mengembangkan Aplikasi berbasis Web dan Mobile yang bernama SI KRISS. Aplikasi ini diharapkan nantinya akan menjadi alat untuk membeli tiket secara online, memantau perjalanan Kereta, iklan, maupun siaran pers atau berita-berita terbaru mengenai LRT Sumsel. Selanjutnya Penerapan CRM yang kedua ada pada Penggunaan Aplikasi WhatsApp sebagai Nomor Hotline, Lost And Found dan juga WhatsApp Bussines yang saat ini digunakan sebagai komunikasi 2 arah dengan pelanggan". (Wawancara bersama Mba Elin Team Core BPKARSS pada 10 Februari 2023)

Selanjutnya, yang kedua mengenai "Inovasi yang telah dilakukan dan diberikan oleh Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan dalam memberikan pelayanan terbaik bagi pengguna *Light Rail Transit* Sumatera Selatan", yaitu:

- **Layanan Utama/*Fare Box*:**

- Kartu LRT Sumsel: Kartu Pelajar dan Mahasiswa, Kartu Merdeka, Kartu Sahabat Disabilitas, Kartu Sumpah Pemuda, dan Kartu KRISS;
- LRT Edu *Trip* dan Edu wisata *Light Rail Transit* Sumatera Selatan;

- **Layanan Penunjang/*Non-Fare Box*:**

- *Light Rail Transit* Sumatera Selatan *Fest*;
- Kolaborasi *stakeholder* di sekitar Stasiun (Nyenyes, Cinepolis, Dekultur, *Coffee Style*).

Terakhir adalah upaya yang dilakukan oleh Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan dalam memahami *customer*, dari apa yang dipikirkan, diinginkan, dibutuhkan, sampai pada dilakukan, sehingga dikembangkan menjadi strategi pemasaran. Melalui perilaku *customer* ini dapat membentuk mengenai konsep *customer relationship management* dengan tujuan dalam meningkatkan *customer loyalty* sebagai berikut:

- **Layanan Utama/Fare Box:**

- Mengadakan *event* di Stasiun *Light Rail Transit* Sumatera Selatan dengan bekerja sama dengan berbagai *stakeholder* untuk meningkatkan okupansi penumpang, dan sekaligus *brand awareness Light Rail Transit* Sumatera Selatan.

- **Layanan Penunjang/Non Fare Box :**

- Mendatangkan UMKM dalam bentuk *Food and Beverages*, Kriya untuk memenuhi kebutuhan penumpang;

- Adanya kolaborasi dengan *stakeholder area* stasiun yang dapat memberikan *benefit* lebih untuk penumpang.

Dari uraian hasil pra-riset tersebut, dapat disimpulkan bahwa Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan sangat berperan lebih pada peningkatan *volume* pengguna *Light Rail Transit* Sumatera Selatan, serta membentuk penumpang yang akan terus menerus untuk menggunakan layanan jasa *Light Rail Transit* Sumatera Selatan dalam aktivitas mobilisasi mereka sehari-hari, melalui beragam upaya program dan strategi-strategi yang telah dilakukan.

Alasan pemilihan objek penelitian dikarenakan Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan tercantum pada Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PM 11 Tahun 2021 tentang “Organisasi dan Tata Kerja Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan”, sebagai organisasi yang langsung bertanggung jawab di bawah Direktur Jenderal Perkeretaapian untuk melakukan penyusunan pelaksanaan, perawatan, dan peningkatan fasilitas sarana dan prasarana kereta api ringan, penyusunan rencana program dan rencana strategi

bisnis, dan pelaksanaan pemasaran, analisis pasar, pengembangan usaha, promosi, kerja sama, dan kemitraan, sehingga pemilihan objek penelitian di Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan sangat berkaitan untuk menjawab penelitian ini mengenai bagaimana “Strategi *Customer Relationship Management* Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumsel dalam Meningkatkan *Customer Loyalty*”.

Strategi *customer relationship management* menjadi *tools* yang tepat untuk dapat meningkatkan *customer loyalty*. *Customer relationship management* berperan cukup besar untuk dapat mencapai keberhasilan suatu usaha dari perusahaan, bahkan *customer relationship management* dapat menjadi strategi penting dalam membangun hubungan yang baik kepada *customer* di setiap perusahaan (Suwanto dalam Thendywinaryo *et al.*, 2020). Menurut Zeithaml *et al.*, (dalam Khan *et al.*, 2022) teori *customer relationship management* dapat menciptakan hubungan yang baik bersama pelanggan, dengan terciptanya hubungan yang kuat dan baik kepada pelanggan dapat membantu untuk mendapatkan komitmen jangka panjang dari pelanggan dan mendukung untuk meningkatkan loyalitas pelanggan/*customer loyalty*.

Penerapan *customer relationship management* pada saat ini menjadi sebuah strategi yang dilakukan oleh *public relation* dalam suatu perusahaan, dengan peranan yang besar untuk mencapai sebuah keberhasilan bagi perusahaan. Melalui *customer relationship management*, menjadi komponen yang penting bagi seorang *public relation* suatu perusahaan untuk menyusun strategi dalam membangun hubungan yang baik kepada *customer* (Suwanto dalam Thendywinaryo *et al.*, 2020). Tujuan dari *public relation* suatu perusahaan untuk mengimplementasikan strategi *customer relationship management* ini adalah

untuk memudahkan komunikasi serta membangun hubungan antara *customer*, perusahaan, dan produknya. Dari segi fungsinya juga dapat menjadi komunikasi atas informasi yang kredibel dan menunjukkan sebuah kepedulian yang memberi manfaat kepada *customer* (Alifahmi dalam Thendywinaryo *et al.*, 2020)

Strategi *customer relationship management* diterapkan tidak hanya bertujuan sebagai penjualan dan pemasaran, tetapi dapat membantu perusahaan untuk menentukan seperti apa produk maupun layanan jasa yang ditawarkan menjadi sesuai dengan kebutuhan bagi pelanggan. Tujuan dari *customer relationship management* adalah *Customer Retention* (mempertahankan pelanggan yang sudah dimiliki oleh perusahaan); *Build Great Customer Loyalty* (meningkatkan kesetiaan pelanggan); *Reduce Inefficiencies* (mengurangi inefisiensi terutama pada iklan yang menimbulkan keborosan); *Reduce Customer Churn* (menekan kehilangan pelanggan); *Customer Acquisition* (mencari pelanggan baru yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan); *Up-Selling* (menjual produk atau jasa yang lebih besar agar mendapatkan keuntungan); *Cross-Selling* (menjual produk atau jasa tambahan bagi perusahaan) (Handijono *et al.*, 2021).

Berdasarkan hasil dari data pra-riset yang ditemukan, bahwa Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan sebagai perusahaan yang bertanggung jawab dalam pelayanan dan penyedia fasilitas sarana dan prasarana *Light Rail Transit* Sumatera Selatan, telah menciptakan hubungan yang baik kepada penumpang untuk meningkatkan *customer loyalty* melalui beragam program seperti *LRT Fest*, terintegrasinya *Feeder* dan *Light Rail Transit* Sumsel, Kartu berlangganan, dan program *Customer Loyalty* bagi pengguna dengan perjalanan terbanyak.

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori strategi *customer relationship management* dari Buttle (2019), terdapat tiga dimensi strategi *customer relationship management*, yaitu strategis, operasional dan analitis, sehingga dapat mengetahui lebih dalam atau mengeksplorasi bagaimana Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan dalam menaikkan *volume* pengguna *Light Rail Transit* Sumatera Selatan menjadi meningkat pasca pandemi Covid-19 dan menawarkan beragam aktivitas yang dapat menarik daya tarik masyarakat Kota Palembang untuk terbentuk gaya hidup masyarakat dalam menggunakan moda transportasi publik di dalam aktivitas masyarakat sehari-hari.

Penelitian terdahulu yang dijadikan *research gap* pada penelitian ini adalah penelitian skripsi dari Zaqiah (2018) yang berjudul “Strategi *Customer Relationship Management* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 6 Yogyakarta Terhadap Loyalitas Pelanggan Kereta Api”. Di dalam penelitian Zaqiah (2018), membahas *customer relationship management* dari “strategi” yang telah dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 6 Yogyakarta sehingga dapat ditemukan strategi *customer relationship management* apa saja yang telah dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 6 Yogyakarta. Berbeda dengan yang dilakukan pada penelitian ini, tujuannya untuk dapat mengeksplorasi bagaimana Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan yang bertanggung jawab dalam hal pengelolaan fasilitas dan pelayanan pada *Light Rail Transit* Sumatera Selatan yang telah melakukan peningkatan *volume* pengguna dan membentuk peningkatan *customer loyalty* dengan memakai penerapan *tools* strategi bisnis melalui *customer relationship management*. Perbedaan dan menjadi kebaruan pada penelitian ini adalah menggunakan teori *customer relationship*

management dari Buttle (2019) yang mana menggunakan konsep teori strategi, operasional, dan analitis yang lebih kompleks.

Novelty dalam penelitian ini dapat menjadi nilai tambah dan berbeda dari penelitian sebelumnya, yaitu skripsi Zaqiah (2018) yang juga menjadi tolak ukur dalam *research gap* mengenai hal-hal menarik dari *customer relationship management* yang diterapkan pada *Light Rail Transit* Sumatera Selatan sebagai strategi membangun hubungan yang baik kepada pengguna dalam bidang moda transportasi publik agar dapat meningkatkan lagi *loyalty* pengguna melalui pelayanan yang diberikan dalam bentuk apapun.

Terdapat Tiga Alasan dari Peneliti dalam Mengangkat Topik Penelitian Ini:

Melalui uraian latar belakang di atas, maka dapat ditemukan alasan yang dipilih peneliti untuk mengangkat topik penelitian dan menarik untuk diteliti, yaitu:

1. Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan dapat melakukan peningkatan pengguna *Light Rail Transit* Sumatera Selatan kembali yang mana pada saat kasus pandemi Covid-19 tahun 2020 mengakibatkan penurunan *volume* penumpang. Serta pada awal mula *launching* nya *Light Rail Transit* Sumatera Selatan tahun 2018-2019, dibuktikan melalui tabel 1.1 mengenai data *volume* pengguna *Light Rail Transit* Sumatera Selatan dari PT KAI Divre III Sumsel, belum mendapatkan jumlah *volume* penumpang sebanyak di tahun-tahun setelah pandemi (2021-2022) dengan adanya penerapan strategi *customer relationship management* oleh Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan
2. *Light Rail Transit* Sumatera Selatan menjadi transportasi publik unggulan Kota Palembang yang dapat mengurai permasalahan kemacetan dengan

tersedianya jadwal layanan operasional dan daya penampungan penumpang yang banyak di setiap perjalanan dan dapat membentuk gaya hidup masyarakat Kota Palembang yang bermobilitas menggunakan *Light Rail Transit* Sumatera Selatan di setiap aktivitas sehari-hari,

3. Melalui strategi *customer relationship management* *Light Rail Transit* Sumatera Selatan yang dilakukan oleh Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan, dapat meningkatkan *customer loyalty* dalam membangun dan menjalin hubungan yang baik kepada pengguna *Light Rail Transit* Sumatera Selatan, dengan dibuktikan melalui data peningkatan *volume* pengguna *Light Rail Transit* Sumatera Selatan dan data dari hasil pra-riset.

Melalui tiga alasan dalam melakukan penelitian ini, maka dapat ditemukan urgensi pada penelitian adalah strategi *customer relationship management* dapat menjadi *tools* strategi inti dalam membangun hubungan yang baik dan tepat untuk dilakukan oleh Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumsel kepada pengguna *Light Rail Transit* Sumsel untuk meningkatkan *customer loyalty* dan mengeksplorasi bagaimana strategi *customer relationship management* yang telah dilakukan sehingga dapat berdampak pada peningkatan pengguna *Light Rail Transit* Sumatera Selatan, yang dapat mengurangi *volume* kemacetan di Kota Palembang dan membentuk gaya hidup masyarakat yang bermobilitas di setiap aktivitas mereka menggunakan *Light Rail Transit* Sumatera Selatan, melalui program-program yang sudah dilakukan oleh Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan yang akan diangkat oleh peneliti di dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi *Customer Relationship Management* Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan Dalam Meningkatkan *Customer Loyalty* ?”.

1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengenai Strategi *Customer Relationship Management* Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumsel Dalam Meningkatkan *Customer Loyalty*.

1.4.Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diperoleh dalam penelitian ini tentunya sangat diperlukan, hal ini bertujuan untuk berbagai pihak yang berkepentingan, antara lain:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memberikan pengetahuan, referensi mengenai informasi yang dibutuhkan oleh penelitian selanjutnya, serta dapat memperkaya kajian di bidang Ilmu Komunikasi, terkhususnya mengenai *customer relationship management* dalam hal meningkatkan *customer loyalty* pada perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Manfaat bagi Masyarakat

Dapat mengetahui upaya peningkatan pelayanan yang dilakukan oleh Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan dan dapat menunjang pertumbuhan *volume* penumpang *Light Rail Transit* Sumatera Selatan.

2. Manfaat bagi Pemerintah

Sebagai acuan dan juga referensi dalam hal mendukung, memajukan, dan mendorong moda transportasi *Light Rail Transit* Sumatera Selatan yang dapat membentuk gaya hidup bagi masyarakat Kota Palembang dalam bermobilitas di setiap aktivitas sehari-hari dan juga dapat mengurangi tingkat kemacetan di ruas-ruas jalan Kota Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2008). *Piramida Loyalitas*. Malang: Media Nusa Creative.
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press.
- Adrian, P., & Pennie, F. (2006). Customer Relationship Management: From Strategy to Implementation. *Journal of Marketing Management*, 22, 135-168.
- Agustinus, S. W. (1996). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Binarupa Aksaea.
- Andaryani, C. V., & Alifahmi, H. (2023). Penerapan Customer Relationship Management Dalam Sosial Media Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(2), 404–417.
- Annur, C. M. (2023, Mei 16). *Jumlah Penduduk DKI Jakarta Capai 10,67 Juta Jiwa pada 2022, Wilayah Mana Terbanyak ?* Dipetik Juni 22, 2023, dari Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/16/jumlah-penduduk-dki-jakarta-capai-1067-juta-jiwa-pada-2022-wilayah-mana-terbanyak>
- Aurelia, D., Insani, P., Priyo, E., & Putri, D. (2019). *Back to Public Transport National Movement ; Light Rail Transit Accessibility in Palembang*. 39–46.
- Badan Pusat Statistik Kota Palembang. (2023). *Kota Palembang dalam Angka 2023*. Palembang: BPS Kota Palembang.
- Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan. (2023, September 1). *Kementerian Perhubungan Direktorat Jenderal Perkeretaapian*. Diambil kembali dari Kementerian Perhubungan Direktorat Jenderal Perkeretaapian: <https://djka.kemenuhub.go.id/balai-pengelola-kereta-api-ringan-sumatera-selatan-bpkarss-mendukung-penuh-pekan-olahraga-pelajar-ke-xvi-di-palembang>
- Barnes, J. G. (2003). *Secrets of Customer Relationship Management*. (A. Winardi, Penerj.) Yogyakarta: ANDI.
- Biro Komunikasi dan Informasi Kementerian Perhubungan Republik Indonesia. (2021, Juni 15). *Menuju Transportasi Perkotaan yang Ramah dan Nyaman*. Dipetik Juni 21, 2023, dari Kementerian Perhubungan Republik Indonesia: <https://dephub.go.id/post/read/menuju-transportasi-perkotaan-yang-ramah-dan-nyaman>
- Biro Komunikasi dan Informasi Publik Kementerian Perhubungan Republik Indonesia. (2022, Maret 02). *Gerakan Nasional Kembali ke Angkutan Umum*. Dipetik Juni 23, 2023, dari Kementerian Perhubungan Republik

Indonesia: <https://dephub.go.id/post/read/gerakan-nasional-kembali-ke-angkutan-umum>

Biro Komunikasi dan Informasi Publik Kementerian Perhubungan Republik Indonesia. (2022, November 17). *Kolaborasi Global Dukung Pembangunan Infrastruktur Transportasi Nasional*. Dipetik Juni 21, 2023, dari Kementerian Perhubungan Republik Indonesia: <https://dephub.go.id/post/read/kolaborasi-global-dukung-pembangunan-infrastruktur-transportasi-nasional>

Biro Komunikasi dan Informasi Publik Kementerian Perhubungan Republik Indonesia. (2022, Oktober 10). *Pemerintah Berkomitmen Membangun Kereta Cepat Jakarta Bandung*. Dipetik Juni 21, 2023, dari Kementerian Perhubungan Republik Indonesia: <https://dephub.go.id/post/read/pemerintah-berkomitmen-membangun-kereta-cepat-jakarta-bandung>

Buttle, F. and M. S. (2019). *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies* (Fourth). Routledge.

CNN Indonesia. (2022, November 27). *Transportasi Publik di Jakarta: Saat Ini dan Masa Depan*. Dipetik Juni 21, 2023, dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20221127104254-25-879316/transportasi-publik-di-jakarta-saat-ini-dan-masa-depan>

Damiati, Luh, M., Suriani, M., Sri Adnyawati, N. M., Marsiti, C. I., Widiartini, K., & Angendari, D. M. (2017). *Perilaku Konsumen*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.

David, F. R. (2012). *Strategic Management: Concepts and Cases* (13th edition ed.). Florence: Pearson Academic.

Dirgantoro. (2012). *Manajemen Strategi: Konsep, Kasus, dan Implementasi*. Jakarta: Grasindo.

DKB Semester II 2022 Disdukcapil Kota Palembang. (2022, Desember 31). *DKB Semester II 2022 Disdukcapil Kota Palembang*. Dipetik Juni 22, 2023, dari DKB Semester II 2022 Disdukcapil Kota Palembang.

Dwi Yuliansya, T., & Arviani, H. (2023). Strategi Komunikasi Customer Relationship Management Warkop Cak Ri Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Customer Relationship Management (CRM) Communication Strategy at Warkop Cak Ri in Maintaining Customer Royalty. *Universitas*, 9(1), 138–163.

Erisman, A., & Azhar, A. (2019). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Deepublish.

Febrianto, S. P., Halim, B., & Patriansah, M. (2023). Kampanye Kesadaran Pentingnya Etika Berkendara di Kota Palembang. *Jurnal Desain*, 10(3), 577–594.

- Gaffar, V. (2007). *CRM dan MPR Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Greenberg, P. (2010). *Customer Relationship Management at the Speed of Light*. Berkeley: Mc-Graw Hill.
- Griffin, J. (2016). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Handijono, A., Gunarto, R. I., & Marpitasa, S. (2021). Menjaga Loyalitas Pelanggan Dengan Strategi CRM Pada . Desalite, Pamulang. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 64–71. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v2i1.912>
- Hardani, Auliya, N. N., Andriani, H., Fardani, A. R., Ustiawaty, J., Utami, E. F., . . . Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (1 ed.). Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Indra P, I. M., & Cahyaningrum, I. (2020). *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2025, Januari 1). Program Special Promo dan Coffe Shop Lokatara. Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.
- Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2022, Juni 2022). Fasilitas Sarana dan Prasarana Light Rail Transit Sumatera Selatan. Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.
- Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2022, Juni 1). Penambahan Jam Operasional Light Rail Transit Sumatera Selatan. Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.
- Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2022, Juni 1). Rute Perjalanan Light Rail Transit dan Sumatera Selatan. Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.
- Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2025, Januari 1). Kartu e-money, Link Aja, dan QRIS. Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.
- Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2025, Januari 1). Partnering Program LRT Sumsel dengan Deculture, Coffe Style, Bioskop Cinepolis, dan Fantastic SMANSA Palembang. Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.
- Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2025, Januari 1). Pemberian Reward Petugas Frontliner dengan Kinerja Terbaik dari BPKARSS Saat Agenda Forum Konsultasi Publik. Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.

Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2025, Januari 1). Program dan Fasilitas Untuk Penumpang di LRT Sumsel. Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.

Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2025, Januari 1). Atlet POPNAS 2023 Memakai LRT Sumsel dari Bandra dan Penjualan Merchandise T-shirt KRISS LRT Sumsel . Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.

Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2025, Januari 1). Digital Signage di Area Stasiun LRT Sumsel. Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.

Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2025, Januari 1). Feeder Light Rail Transit Sumatera Selatan di Stasiun Asrama Haji. Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.

Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2025, Januari 1). Kartu Berlangganan Pelajar dan Mahasiswa. Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.

Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2025, Januari 1). Kartu e-money, Link Aja, QRIS, Kartu Edisi. Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.

Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2025, Januari 1). KPI Petugas Frontliner Light Rail Transit Sumatera Selatan. Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.

Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2025, Januari 1). Pemberian Reward Kepada Petugas Frontliner dengan Kinerja Terbaik dari BPKARSS . Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.

Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2025, Januari 1). Penambahan Jadwal Perjalanan LRT Sumsel. Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.

Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2025, Januari 1). Perangkat Lunak Pada Media Layanan Komunikasi Penumpang LRT Sumsel. Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.

Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2025, Januari 1). Petugas Frontliner Light Rail Transit Sumatera Selatan Yang Memberikan Pelayanan Kepada Penumpang di Stasiun. Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.

Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2025, Januari 2025). Program Customer Loyalty LRT Sumsel Tahun 2022. Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.

Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2025, Januari 1). Program Donor Darah dan Tenant di Area Stasiun. Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.

- Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2025, Januari 1). Program GNKAU, LRT Edu Trip, Lomba Mewarnai, dan LRT Fest oleh BPKARSS. Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.
- Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2025, Januari 1). Program KRISS Run, Quizz with KRISS, LRT Academy, KRISS Story Telling, Mobile Legends & KRISS Cosplay Competition. Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.
- Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2025, Januari 1). Program LRT Academy Sebagai Kampanye Pemasaran Untuk Menumbuhkan Minat Anak-Anak Menggunakan LRT Sumsel. Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.
- Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2025, Januari 1). Program LRT Edu Trip, Ruang Kreasi, dan Pelatihan Petugas Frontliner Untuk Pelayanan Kepada Disabilitas. Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.
- Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2025, Januari 1). Rekapitulasi Penanganan Aduan Penumpang LRT Sumsel oleh Tim Customer Experience BPKARSS. Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.
- Instagram Light Rail Transit Sumatera Selatan. (2025, Januari 1). Survey Kepuasan Penumpang LRT Sumsel oleh Tim Customer Experience Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumsel. Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.
- Kencana, M. R. (2018, Mei 27). *Menhub: Kehadiran LRT di Palembang Bisa Jadi Gaya Hidup Baru Masyarakat*. Dipetik Juni 2023, 2023, dari Liputan 6: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3540253/menhub-kehadiran-lrt-di-palembang-bisa-jadi-gaya-hidup-baru-masyarakat>
- Khan, R. U., Salamzadeh, Y., Iqbal, Q., & Yang, S. (2022). The Impact of Customer Relationship Management and Company Reputation on Customer Loyalty: The Mediating Role of Customer Satisfaction. *Journal of Relationship Marketing*, 21(1), 1–26. <https://doi.org/10.1080/15332667.2020.1840904>
- Kompas. (2023, 03 29). *Jakarta Terlambat 30 Tahun Bangun Transportasi Massal, Jokowi: Dari Pagi sampai Malam Macet*. Dipetik Juni 22, 2023, dari Kompas.com: <https://nasional.kompas.com/read/2023/03/29/12573361/jakarta-terlambat-30-tahun-bangun-transportasi-massal-jokowi-dari-pagi>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran. Terjemahan oleh Benyamin Molan* (12 ed., Vol. 1). (B. Molan, Penerj.) Jakarta: Indeks.
- Kumar, V. and R. W. (2021). *Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools* (Third (ed.)). Springer.
- Kuusik. (2007). *Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas*. Yogyakarta: Deepublish.

- Luthfia, S. (2022). *Represenattif Komunikasi*. Palembang: Airlangga.
- Makkar. (2012). *Pendekatan Terintegrasi Customer Relationship Management*. New Delhi: Tata Mc-Graw Hill.
- Manggalani, R. U. (2023, Januari 06). *Minimalkan Titik Rawan Macet, Dishub Kota Palembang Tambah Petugas Pengatur Jalan Raya*. Dipetik Juni 22, 2023, dari Suara.com: <https://www.suara.com/otomotif/2023/01/06/092715/minimalkan-titik-rawan-macet-dishub-kota-palembang-tambah-petugas-pengatur-jalan-raya>
- Miles, B. M., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3 ed.). America: SAGE.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mustaqima, Zahra, Widyawati, Imma, & Utomo, Dadang. (2018). Karakteristik Moda Angkutan Umum Berbasis Online Di Jakarta Selatan. *Tata Kota Dan Daerah*, 10(2), 99–106. <https://doi.org/10.21776/ub.takoda.2018.010.02.5>
- Oesman, Y. M. (2010). *Sukses Mengelola Marketing MIX, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency (Kasus Pada Pemasaran Shopping Center)*. Bandung: Alfabeta.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019, Januari 19). *Makin Mudah dan Aman dengan Qris*. Dipetik Juni 27, 2023, dari sikapiuangmuojk.go.id: <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/10522>
- Pemerintah Kota Palembang. (2022). *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Kota Palembang Tahun*. Palembang: Pemerintah Kota Palembang. Dipetik Juni 22, 2023
- Perundang-undangan, D. J. (2015, Oktober Rabu). *PERATURAN PRESIDEN NOMOR 116 TAHUN 2015 Percepatan Penyelenggaraan Kereta Api Ringan/light Rail Transit di Provinsi Sumatera Selatan*. Diambil kembali dari Peraturan.go.id: <https://peraturan.go.id/id/perpres-no-116-tahun-2015>
- Priharto, S. (2020). *Strategi Penetapan Harga: Cara, Metode, dan Fungsinya*.
- PT KAI Divre III Sumatera Selatan. (2020). *Data Volume Pengguna Light Rail Transit Sumatera Selatan Tahun 2020 (Pandemi)*. Palembang: PT KAI Divre III Sumatera Selatan.
- PT KAI Divre III Sumatera Selatan. (2022). *Data Volume Pengguna Light Rail Transit Sumatera Selatan Tahun 2022 (Endemi)*. Palembang: PT KAI Divre III Sumatera Selatan.
- Puspaningrum, A. (2017). *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan: Kajian Perilaku Pelanggan Hypermarket*. Malang: Media Nusa Creative.

- Puspa, J., & Sugiana, D. (2018). *Strategi Customer Relationship Management (CRM) PT Angkasa Pura II PT Angkasa Pura II (Persero) Customer Relationship*. 6(1), 10–23.
- Ratnawati, D., Anantadjaja, S. P., Lahindah, L., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Bangsa, H. (2020). *Penerapan Customer Relationship Management Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Citi Trans)*. <http://vibiznews.com/column/economy/2011/01/03>
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (1 ed.). Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (13 ed.). Bandung: Alfabeta.
- Suryati, L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Suwanto, Y., Goenawan, F., & Yogatama, A. (2020). Evaluasi Strategi Program Customer Relationship Management Kayu Bihi Farm Bali dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal E-Komunikasi*.
- Swarna News. (2022).
- Temporal, P., & Troot, M. (2002). *Romancing The Customer. Terjemaham oleh Kusnandar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suwanto, Y., Goenawan, F., & Yogatama, A. (2020). Evaluasi Strategi Program Customer Relationship Management Kayu Bihi Farm Bali dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal E-Komunikasi*.
- Saputra, T., Febriady, M., Nurqolbiah, F., & Ubaidillah, U. (2024). *Implementasi CRM dengan Metode Crosselling dan Upselling Berbasis Web untuk Peningkatan Penyewaan Mobil pada Cahaya Rental Mobil*. 5(2), 77–85.
- Thendywinaryo, C., Sidik, A., & Goenawan, F. (2020). Analisis Strategi Customer Relationship Management Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan UMKM Retail Non-Makanan Di Indonesia Timur (Studi Kasus Pada New Em Collection) Pendahuluan. *E-Komunikasi*, 9, 12.
- Zaqiah, Y. (2018). *Strategi Customer Relationship Management PT . Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 6 Yogyakarta terhadap Loyalitas Pelanggan Kereta Api*. 1–130. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/10851>
- Zurani, I., & Amalia, W. E. (2022). Customer Relationship Management (CRM) Strategy PT. Telkom The Riau Mainland Telecommunication Region In Maintaining Indihome Customer Loyalty. *Medium*, 9(2), 306–320. [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(2\).10219](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(2).10219)