

ABSTRAK

Pratama Production merupakan salah satu pemain bisnis sablon di daerah Suci. Persaingan bisnis sablon kaos di daerah Suci sangat ketat menyebabkan Pratama Production untuk tidak kalah bersaing dan perlu meretensi pelanggannya disebabkan karena meretensi pelanggan lebih menguntungkan dibandingkan mencari pelanggan baru. Dalam meretensi pelanggan, diperlukan *database customer* untuk mengetahui mana saja pelanggan yang potensial bagi Pratama Production.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menggambarkan pelaksanaan salah satu strategi bisnis yaitu meretensi pelanggan di Pratama Production Bandung. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah *Customer Relationship Management*, *Customer Retention Marketing*, dan *Customer Database*. Metode Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang berdasarkan tujuan deskriptif dan eksploratif. Data dikumpulkan lewat wawancara mendalam terhadap narasumber, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang didalamnya terdapat komponen yaitu data reduction, data display, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini yaitu, Pratama Production melakukan program retensi seperti memberikan diskon, menyediakan jasa desain secara gratis, menjaga kualitas, memperhatikan *time*, *quality*, dan *place*. Untuk *database*, Pratama Production memiliki *database* sederhana seperti pencatatan manual pada buku, dan menggunakan MS. Excel untuk melakukan pencatatan.

Kata kunci: *Retensi pelanggan (Customer retention), customer database.*