

SKRIPSI
ANALISIS CUSTOMER RELATIONS KEDAI KOPI ESPRESSO BAR DI
YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN DAN MEMPERTAHANKAN
KONSUMEN



Disusun oleh :
KIKI DIAH PERWITA
NIM. 153060075
Diajukan
Untuk Memenuhi Syarat Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Pada Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"
Yogyakarta
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA
2012

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS CUSTOMER RELATIONS KEDAI KOPI ESPRESSO BAR DI
YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN DAN MEMPERTAHANKAN
KONSUMEN**



Pembimbing I

Dra. Siti Fatonah, M.Si
NIP. 1967 0826 19940 3200 1

Pembimbing II

Ida Wiendijarti, M.Si
NPY. 2 68 06 96 0063 1

HALAMAN PENGESAHAN

Telah diuji dan dinyatakan lulus dihadapan tim penguji skripsi pada :

Hari / tanggal : 13 Januari 2011

Judul Skripsi : ANALISIS CUSTOMER RELATIONS KEDAI KOPI ESPRESSO
BAR DI YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN DAN
MEMPERTAHANKAN KONSUMEN

Penyusun : Kiki Diah Perwita

NIM : 153060075

Jurusan : Ilmu Komunikasi

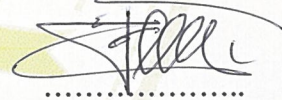
Fakultas : Ilmu Sosial dan ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

Dosen Pembimbing / Penelaah

Tanda Tangan

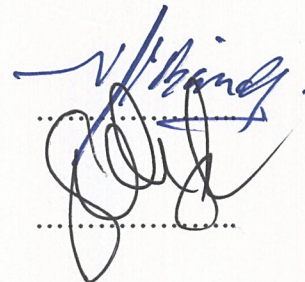
1. Dra. Siti Fatonah, M.Si
NIP. 1967 0826 19940 3200 1
Penguji I



2. Ida Wiendijarti, M.Si
NPY. 2 68 06 96 0063 1
Penguji II



3. Isbandi, M.Si
NIP. 1971 0714 1991 03100 1



4. DR Subhan Afifi, M.Si
NPY. 274 09 97 0174 1

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa tulisan ini adalah benar-benar hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan kecurangan / penjiplakan / plagiat, maka saya siap menerima sanksi akademik, sesuai peraturan perundangan yang berlaku.

Yogyakarta, 19 Maret 2012



Kiki Diah Perwita

HALAMAN MOTTO

- *“You’ll Never Walk Alone” (LFC)*

- *“Tidak ada seseorang yang bisa membeli masa lalunya, nikmatilah kesempatan yang ada sebelum kamu kehilangan kesempatan itu”
(erickpasaribu)*

- *“Don’t compromise yourself, you’re all you’ve got” (Janis Joplin)*

HALAMAN PERSEMBAHAN

..Skripsi ini ku persembahkan untuk..

..kedua orangtuaku tercinta dan kedua adekku yang aku sayangi...

..serta untuk seluruh teman-teman atau pihak yang membantuku dalam penelitian ini ..

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah rabbi'lalamin, atas limpahan rahmat, hidayah, serta karunia Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan seluruh rangkaian program skripsi dengan judul “ Analisis Customer Relattions Kedai Kopi Espresso Bar Di Yogyakarta Dalam Meningkatkan Dan Mempertahankan Pelanggan (Studi Deskriptif Kedai Kopi Espresso Bar Cabang Gejayan, Babarsari Dan Jalan Kaliurang)”.

Laporan resmi Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Komunikasi (S. Ikom) pada jenjang S-1 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran“ Yogyakarta.

Dalam melaksanakan seluruh rangkaian program skripsi ini, penulis mendapatkan begitu banyak bantuan dari berbagai pihak, baik bantuan moril maupun materiil. Oleh karena itu, penulis ingin menghaturkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua penulis yang sangat disayangi, yang selalu memberikan doa dan dukungan berupa motivasi dan materi kepada penulis, untuk tidak pernah putus asa dalam menyelesaikan tugas-tugas yang dialami penulis. Semoga dukungan dari kedua orang tua penulis dapat mewujudkan impian dan cita-cita yang diharapkan oleh kedua orang tua penulis. “...*Amien ya robbal alamin...*”.

2. Kepada kedua adik kandung dari penulis, yang selalu dicintai (Novi dan Nanda).
“...Terima Kasih atas doa dan dukungannya selama ini, tanpa kalian berdua penulis belum tentu menyelesaikan tugas ini...”.
3. Ibu Dra. Siti Fatonah,M.Si , selaku dosen pembimbing I, atas bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi.
4. Ibu Ida Wiendijarti,M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu guna membantu dan membimbing penulis selama proses pelaksanaan skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi UPN “ Veteran “ Yogyakarta atas segala ilmu dan arahan yang telah diberikan selama penulis duduk di bangku perkuliahan.
6. Saudara Rony wirayuda, selaku *General Manager* Kedai Kopi Espresso Bar Yogyakarta atas izin, informasi, dan bantuan yang telah diberikan selama penelitian berlangsung.
7. Saudara Doddy Samsura selaku *Marccomm* Kedai Kopi Espresso Bar Yogyakarta, yang telah berkenan meluangkan waktu guna memberikan informasi dalam pelaksanaan wawancara.
8. Mbak sisil yang sudah memberikan banyak ide dan masukan dari awal pembuatan skripsi ini.
9. Seluruh karyawan Kedai Kopi Espresso Bar Yogyakarta yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas semua bantuan yang telah diberikan selama pelaksanaan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

10. Rekan - rekan mahasiswa UPN “Veteran” Yogyakarta angkatan '06, khususnya Siti Amalia, Dipta Nugroho, Rizky Manyoel, dll. Terima kasih atas semua bantuan, saran, ide, dan support yang telah diberikan.
11. Sahabat-sahabat terbaikku Wulan, Ipe, Yosi, Beta, Disa, Ika, Meli, Nadea, Acong, Dipta, Jarwo, Manyoel, Iqnaz, dan teman-teman lain. Terima kasih atas semua bantuan, saran, ide, dan support yang telah diberikan.
12. Teman-teman GS Tercinta Ipe, Yosi, Wulan, Disa, Ika, Gupi, Beta, Dipta, Jarwo, Meli, Nadea, Acong, Dimas, Iqnaz, Erik dan Manyoel. Terima kasih atas semua bantuan, saran, ide, dan support yang telah diberikan.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih untuk segala bantuan yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwasanya masih terdapat kekurangan dalam penyusunan dan penyajian laporan resmi Skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik sebagai masukan bagi penulis. Semoga laporan resmi Skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 19 Maret 2012

Penulis,

(Kiki Diah Perwita)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Kerangka Pemikiran dan Teori	8
1.5.1. <i>Public Relations</i>	9
1.5.2. Peranan <i>Public Relations</i>	10
1.5.3. Fungsi <i>Public Relations</i>	11
1.5.4. Publik	12
1.5.5. Hubungan Pelanggan	14
1.5.6. Kepuasan Pelanggan	18
1.5.7. Customer Relations	20
1.5.8. Loyalitas Konsumen	24
1.5.9. Analisis SWOT	26

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Definisi <i>Public Relations</i>	28
2.2. Peranan <i>Public Relations</i>	33
2.3. Definisi <i>Customer Relations</i>	37
2.4. Strategi <i>Customer Relations</i>	38
2.5. Loyalitas	39

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian	44
3.1.1. Objek Penelitian	45
3.1.2. Lokasi Penelitian	46
3.1.3. Sumber Data	46
3.1.4. Narasumber	47
3.2. Teknik Pengumpulan Data	48
3.3. Teknik Analisis Data	49
3.4. Uji Validitas Data	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Perusahaan	55
4.1.1. Sejarah Singkat & Perkembangan Kedai Kopi Yogyakarta	55
4.1.2. Visi dan Misi	55
4.1.3. Filosofi Bisnis Perusahaan	57
4.1.4. Identitas Kedai Kopi Yogyakarta	58
4.1.5. Struktur Organisasi PT. Teammates Indonesia	59
4.2. Hasil Penelitian	61
4.2.1. Proses <i>Public Relations</i> Kedai Kopi Yogyakarta	61
4.2.2. Strategi <i>Customer Relations</i>	69

4.2.3. Kegiatan <i>Customer Relations</i> Kedai Kopi Yogyakarta	70
4.2.4. Karakteristik Ketiga Outlet Kedai Kopi	89
4.2.4.1. Kedai Kopi Espresso Bar Gejayan	90
4.2.4.2. Kedai Kopi Espresso Bar Jalan Kaliurang	99
4.2.4.3. Kedai Kopi Espresso Bar Babarsari	107
4.3. Pembahasan	114

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	117
5.2. Saran	121

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1	Triangulasi Data	53
Bagan 3.2	Triangulasi Sumber	54

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Tabel Analisis SWOT	111
Tabel 4.2	Tabel Strategi Customer Relations Kedai Kopi Espresso Bar ...	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Daftar Menu dan Harga Kedai Kopi	67
Gambar 4.2	Kopi Espresso Kedai Kopi	68
Gambar 4.3	INDONESIA ORIGINAL COFFEE	68
Gambar 4.4	Acara Keikustik Gejayan	71
Gambar 4.5	Acara Keikustik Jalan Kaliurang	71
Gambar 4.6	Acara Keikustik Babarsari	72
Gambar 4.7	Suasana Nonbar di Kedai Kopi Babarsari	76
Gambar 4.8	Garage Sale di Kedai Kopi Babarsari	78
Gambar 4.9	Komunitas Barista Kedai Kopi.....	80
Gambar 4.10	Workshop Barista di Babarsari.....	82
Gambar 4.11	Buka Bersama di Kedai Kopi Gejayan.....	83
Gambar 4.12	Nongkrong Barista di Kedai Kopi Jalan Kaliurang.....	83
Gambar 4.13	Foto Kedai Kopi Gejayan.....	98
Gambar 4.14	Foto Kedai Kopi Jalan Kaliurang.....	105

ABSTRAK

Espresso Bar atau Coffe Shop di Indonesia, terutama di Yogyakarta mulai banyak bermunculan. Hal ini menjadikan semakin ketatnya persaingan antara Espresso Bar yang satu dengan yang lain di Yogyakarta. Keadaan seperti ini membuat Kedai Kopi Espresso Bar Jogja harus melakukan sebuah strategi customer relations yang tepat untuk dapat mempertahankan pelanggannya, menjadikan pelanggan loyal dan tidak berpindah ke Espresso Bar lain. Oleh karena itu peneliti mengambil judul “Analisis Customer Relations Kedai Kopi Espresso Bar di Yogyakarta dalam Meningkatkan dan Mempertahankan Konsumen”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan membandingkan strategi customer relations ketiga outlet Kedai Kopi Espresso Bar yang ada di Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Komparatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan wawancara secara langsung dengan pihak Divisi Marcomm, General Manager Kedai Kopi, Barista Kedai Kopi dan Konsumen Kedai Kopi Espresso Bar serta menggunakan dokumen yang diperoleh dari Kedai Kopi Espresso Bar Yogyakarta. Uji validitas data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Data yang telah dikumpulkan, kemudian dianalisis secara kualitatif dan dijelaskan dalam bentuk uraian yang disusun secara detail dan sistematis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam kegiatan customer relations. Ketiga outlet Kedai Kopi Espresso Bar Yogyakarta selalu mengutamakan kualitas menu, memberikan kenyamanan, komunikasi yang baik dan memberikan hiburan kepada pelanggannya. Strategi customer relations yang dilakukan ketiga outlet Kedai Kopi sebagian besar adalah sama hanya terdapat sedikit perbedaan dalam prakteknya di lapangan yaitu, bagaimana cara barista disetiap outlet Kedai Kopi berkomunikasi dengan para pelanggannya, tempat dan suasana yang disesuaikan dengan kebutuhan setiap pelanggan di masing-masing outlet Kedai Kopi dan hiburan yang diberikan di masing-masing outlet Kedai Kopi. Perbedaan yang ada akan menunjukkan target khalayak dari masing-masing outlet Kedai Kopi di Yogyakarta dan setiap pelanggan dapat memilih outlet Kedai Kopi yang akan dikunjungi sesuai kebutuhannya.

ABSTRACT

Espresso Bar or Coffee Shop in Indonesia, especially in Yogyakarta started popping up a lot. This makes increasing competition between the Espresso Bar with each other in Yogyakarta. Things like this make Espresso Bar Café Jogja have to do a proper customer relations strategy in order to retain customers, make customers loyal and Espresso Bar does not move to another. Therefore, researchers took the title "Analysis of Customer Relations Coffee Espresso Bar in Yogyakarta in Improving and Maintaining the Customer".

The purpose of this study was to determine and compare the customer relations strategy of the three outlets Café Espresso Bar in Yogyakarta. The research method used in this research is Descriptive Comparative. Techniques of data collection is done by conducting interviews directly with the Division of Marcomm, General Manager of Café, Barista Coffee Shop and Espresso Bar Coffee Shop Consumer and use of documents obtained from the Espresso Bar Café Yogyakarta. Test the validity of the data in this study using the technique of triangulation sources. The data have been collected, then analyzed qualitatively and described in the description in detail and systematically arranged.

The results showed that the activities of customer relations. The third outlet Yogyakarta Café Espresso Bar menu has always put quality, comfort, good communication and provide entertainment to its customers. Customer relations strategy that made the third most Coffee outlet is the same but there is little difference in practice in the field, that is how each barista Coffee outlet communicating with its customers, place and atmosphere that are depend on the needs of each customer in each of the outlet shops coffee and entertainment provided at each outlet Café. From that difference we can see the target audience of each outlet in Yogyakarta Café and each customer can choose Coffee outlets to be visited according to their needs.