

ABSTRAK

Setiap tahunnya pertumbuhan pelaku bisnis *event organizer* semakin meningkat, sehingga persaingan bisnis semakin meningkat juga. Pelaku bisnis memikirkan bagaimana caranya agar usaha dalam bisnis dapat memperoleh keuntungan yang meningkat dengan cara menambah pelanggan yang baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan yang lama. Untuk mencapai tujuan dan mempertahankan loyalitas klien, PT. Budiman Subrata Niaga Yogyakarta membentuk strategi *customer relations* yang diarahkan khusus kepada pelanggan. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi customer relations PT. Budiman Subrata Niaga Yogyakarta. penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Data primer dari penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan manager area dan karyawan PT. Budiman Subrata Niaga Yogyakarta, serta hasil observasi langsung pada lokasi penelitian. Hasil penelitian menemukan bahwa PT. Budiman Subrata Niaga telah menerapkan lima strategi customer relations yang dibentuk melalui manajemen public relations. Strategi customer relations PT.BSN Yogyakarta terdiri dari menjaga kepercayaan klien, komitmen perusahaan, komunikasi antara perusahaan dengan klien, pendekatan personal dan pendekatan konsultatif. Strategi customer relations PT. Budiman Subrata Niaga dapat dikatakan telah sesuai dengan tujuan yang direncanakan. Saat ini PT Budiman Subrata Niaga merupakan perusahaan event organizer yang masih bertahan dalam persaingan bisnis dan mampu menjaga loyalitas klien yang sudah ada.

ABSTRACT

Each year the event organiser branch is growing, thus competition is increasing as well. Companies are thinking about how to keep businesses making profit. Profit increases by attracting new customers and maintaining the loyalty of existing clients. To achieve these goals and maintain client loyalty PT. Budiman Subrata Niaga Yogyakarta establishes customer relation strategies that are developed specifically for the customer.

The purpose of this study is to determine the implementation customer relation strategy PT.Budiman Subrata Niaga Yogyakarta. In this research, a descriptive qualitative research method was used. Primary data from this research was obtained from interviews with managers and employees from PT.Budiman Subrata Niaga Yogyakarta area, as well as the result of direct observation in the company. The results show that PT.Budiman Subrata Niaga Yogyakarta has implemented five strategies and they established customer relations through public relations. Customer relation strategies of PT.Budiman Subrata Niaga Yogyakarta consist of maintaining the client's trust, firm commitment of the client, communication between the company and the client, personal approach and consultative approach. The customer relation strategies of PT.Budiman Subrata Niaga Yogyakarta are in accordance with the planned goals. Currently PT.Budiman Subrata Niaga is an event organising company that still survives in the competition between businesses and it is able to maintain the loyalty of its existing clients.