

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Indra Ishwara
44215120115

Peran *Customer Relations* PT Sari Coffee Indonesia Dalam Menangani Keluhan Pelanggan
Jumlah halaman : 5 Bab 97 halaman
Bibliografi : 15 Buku acuan + 2 Internet

ABSTRAK

PT. Sari Coffee Indonesia, Starbucks Coffee merupakan perusahaan kedai kopi terbesar di Indonesia yang memiliki lebih dari 300 cabang baik di dalam kota maupun luar kota. PT. SCI mengeluarkan *member card* yaitu *starbucks card* untuk mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi di starbucks. Terdapat masalah yang terjadi di Starbucks JIEXPO Kemayoran yaitu sistem *Starbucks card* yang *error*, sehingga hubungan pelanggan dengan PT. SCI menjadi kurang baik. Sistem *starbucks card* yang *error* ini terjadi saat pelanggan ingin menggunakannya untuk keperluan *payment* namun ketika di *swipe* tidak bisa. Untuk menyelesaikan masalah tersebut dibutuhkan peran *customer relations* PT. SCI dalam menangani keluhan agar tidak ada lagi keluhan dari pelanggan terkait sistem *starbucks card* yang *error*. Fokus Penelitian dalam penelitian ini bagaimana peran *customer relations* PT. Sari Coffee Indonesia dalam menangani keluhan pelanggan saat terjadi sistem *error* pada *starbucks card* ketika pelanggan ingin menggunakannya? Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peran *customer relations* PT. Sari Coffee Indonesia dalam menangani keluhan pelanggan terkait keluhan sistem *starbucks card* yang *error*.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan konsep manajemen *public relations* yang terdiri dari teori *customer relations* dengan dimensi percaya diri, disiplin tinggi, rasa memiliki dan loyalitas, sikap dan penampilan diri, dedikasi, komunikatif, *customer relations and service excellence*, *willing to cooperate*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian penelitian deskriptif, Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber terkait.

Hasil penelitian ini membahas mengenai peran *customer relations* PT. Sari Coffee Indonesia dalam menangani keluhan pelanggan. Dari hasil wawancara dengan narasumber, dapat ditarik kesimpulan bahwa unsur Percaya Diri, Disiplin tinggi, Loyalitas, Sikap & Penampilan diri, Dedikasi, Komunikatif, *Service Excellent*, *Willing corporate* pada karyawan dapat menambah *value* dalam menangani keluhan pelanggan.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa peran sudah berjalan PT Sari coffee Indonesia dalam program penanganan keluhan sudah berjalan sesuai dengan perencanaan dan implementasi yang tepat. Dengan menjalankan peranan *customer relations* maka dapat mengurangi tingkat keluhan yang terjadi di Starbucks JIEXPO kemayoran. Dengan menerapkan percaya diri, disiplin tinggi, rasa memiliki dan loyalitas, sikap dan penampilan diri, dedikasi, komunikatif, *service excellent*, dan *willing corporate* maka semua keluhan dapat diminimalisir sehingga mampu membangun hubungan yang lebih baik lagi diantara perusahaan dan pelanggannya.

Kata kunci : *Customer Relations*, Keluhan Pelanggan, Manajemen *Public Relations*.

University of Mercu Buana
Faculty of Communication
Field of Public Relations Studies
Indra Ishwara
44215120115

Peran *Customer Relations* PT Sari Coffee Indonesia Dalam Menangani Keluhan Pelanggan
Jumlah halaman : 5 Bab 97 halaman
Bibliografi : 15 Buku acuan + 2 Internet

ABSTRACT

PT. Sari Coffee Indonesia, Starbucks Coffee is the largest coffee shop company in Indonesia which has more than 300 branches both in the city and outside the city. PT. SCI issues member cards, namely Starbucks cards to make it easier for customers to make transactions at Starbucks. There was a problem that occurred at Starbucks JIEXPO Kemayoran, namely the Starbucks card system that had an error, so that customer relations with PT. SCI is not good enough. Starbucks card system this error occurs when a customer wants to use it for payment purposes but when swiped it can't. To solve this problem, the role of customer relations at PT. SCI handles complaints so that there are no more complaints from customers regarding the starbucks card error. The focus of research in this study is how the role of customer relations at PT. Sari Coffee Indonesia in handling customer complaints when a system error occurs at the Starbucks card when the customer wants to use it? The purpose of this research is to find out the role of customer relations Sari Coffee Indonesia in handling customer complaints related to complaints about starbucks card errors.

In this study the author uses the concept of management of public relations which consists of customer relations theory with dimensions of confidence, high discipline, ownership and loyalty, attitude and self-appearance, dedication, communicative, customer relations and service excellence, willing to corporate. This study uses a qualitative approach with the type of descriptive research research. The research method used is a case study by conducting in-depth interviews with related sources.

The results of this study discuss the role of customer relations at PT. Sari Coffee Indonesia in handling customer complaints. From the results of interviews with sources, it can be concluded that the elements of Confidence, High Discipline, Loyalty, Attitude & Appearance, Dedication, Communicative, Service Excellent, corporate Willing to employees can add value in handling customer complaints.

This study concluded that PT Sari coffee Indonesia's role in the complaints handling program had been carried out in accordance with the right planning and implementation. By carrying out the role of customer relations, it can reduce the level of complaints that occur at Starbucks JIEXPO kemayoran. By applying self-confidence, high discipline, belonging and loyalty, attitude and self-appearance, dedication, communication, service excellent, and corporate willingness, all complaints can be minimized so that they can build better relationships between the company and its customers.

Keywords: *Customer Relations, Customer Complaints, Public Relations Management.*