

**Strategi Customer Relations Bank Capital Cabang Wisma Kodel Kuningan
Jakarta Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Untuk Membantu
Nasabah Dalam Bertransaksi**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mencapai Gelar Sarjana S-
1 Bidang Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh:
Mayrisca Avelio Lingga
NIM : 44218110102**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

Lembar Pernyataan Mahasiswa

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mayrisca Avelio Lingga
NIM : 44218110102
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul “Strategi Customer Relations Bank Capital Cabang Wisma Kodel Kuningan Jakarta Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Untuk Membantu Nasabah Dalam Bertransaksi” adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 20 Juni 2022



Mayrisca Avelio Lingga

Pembimbing



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

Ketua Bidang Studi



(Suryaning Hayati, SE, MM)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Strategi Customer Relations Bank Capital Cabang Wisma Kodel Kuningan Jakarta Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Untuk Membantu Nasabah Dalam Bertransaksi.
Nama : Mayrisca Avelio Lingga
NIM : 44218110102
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 20 Juni 2022

Mengetahui,

Pembimbing


(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si.)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : Strategi Customer Relations Bank Capital Cabang Wisma Kodel Kuningan Jakarta Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Untuk Membantu Nasabah Dalam Bertransaksi.
Nama : Mayrisca Avelio Lingga
NIM : 44218110102
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 22 Agustus 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

Pembimbing

(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M. Si)

Ketua Program Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG AKHIR

Nama : Mayrisca Avelio Lingga
NIM : 44218110102
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Strategi Customer Relations Bank Capital Cabang Wisma Kodel Kuningan Jakarta Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Untuk Membantu Nasabah Dalam Bertransaksi.

Jakarta, 22 Agustus 2022

Ketua Sidang : (Anindita, S.Pd, M.Ikom)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Penguji Ahli : (Dr. Irmulan Sati Tomohardjo, M.Si)

Pembimbing : (Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya kepada penulis berupa ketekunan dan kesabaran penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Customer Relations Bank Capital Cabang Wisma Kodel Kuningan Jakarta Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Untuk Membantu Nasabah Dalam Bertransaksi”.

Skripsi ini disusun dan diselesaikan untuk memenuhi persyaratan untuk mendapat gelar S1 Fakultas Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada Universitas Mercu Buana di Jakarta. Disamping itu, penulis juga juga berharap agar skripsi ini akan berguna bagi pembaca.

Penulis juga bersyukur atas segala dukungan yang telah diberikan baik dukungan moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh semangat. Untuk itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si, beliau sebagai pembimbing dan Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang selalu meluangkan banyak waktu, tenaga, memberikan dukungan, memberikan semangat, dan ilmu yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

2. Ibu Dr.Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM selaku Ketua Bidang Studi Public Relation.
4. Ibu Anindita, S.Pd, M.Ikom selaku Ketua Sidang yang telah memberikan masukan dan ilmu yang berguna bagi penelitian ini.
5. Ibu Dr. Irmulan SatiTomohardjo, M.Si, selaku Penguji Ahli yang telah memberikan banyak ilmu dan masukan untuk penelitian ini sehingga penelitian ini bisa menjad lebih baik lagi.
6. Seluruh Dosen Bidang Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Menteng yang telah memberikan banyak ilmu yang berguna selama proses perkuliahan di Mercu Buana Menteng.
7. Orang Tua penulis yang tidak pernah lelah untuk memberikan dukungan dan doa agar penulis semangat dan bisa mendapatkan nilai yang terbaik dalam menyelesaikan skripsi.
8. Yovana Christy Lingga, selaku saudara kandung penulis yang selalu memberikan dukungan, doa, dan masukan – masukan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
9. Sahabat – sahabat penulis (Selly, Alex, Janice, Tabita, Vania, Swasti, Hanny, Selyana, Melita, Margaretha Irfiani, Margaretha Sri Dwi Utami, Hayun) yang selalu memberikan dukungan dan motivasi sehingga penulis menjadi lebih semangat dalam menyelesaikan skripsi.
10. Kepada rekan – rekan kantor yang juga selalu memberikan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari, bahwa tanpa adanya bantuan dari semua pihak maka tidak akan mungkin penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga atas segala bantuan yang telah penulis terima dapat tertuang di skripsi ini dan memberikan ilmu yang berguna bagi pembaca.

Jakarta, 20 Juni 2022

Mayrisca Avelio Lingga



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Mayrisca Avelio Lingga
44218110102

STRATEGI CUSTOMER RELATIONS BANK CAPITAL CABANG WISMA KODEL KUNINGAN JAKARTA DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN UNTUK MEMBANTU NASABAH DALAM BERTRANSAKSI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pandemi Covid -19 yang mempengaruhi banyak sektor perusahaan salah satunya sektor perbankan sehingga setiap perusahaan dituntut harus memiliki strategi dalam bertahan di masa pandemi Covid – 19. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa strategi customer relations Bank Capital Cabang Wisma Kodel Kuningan Jakarta dalam meningkatkan kualitas layanan untuk membantu nasabah dalam bertransaksi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan konsep 4R dari Rangkuti, yaitu : membangun *customer relationship*, menciptakan *customer retention*, menghasilkan *customer referrals*, memperoleh *customer recovery*. Hasil dari penelitian ini adalah strategi yang dilakukan oleh Bank Capital Cabang Wisma Kodel Kuningan Jakarta dalam meningkatkan kualitas layanan untuk membantu nasabah dalam bertransaksi berdasarkan hasil dari wawancara dari para narasumber yang telah dipilih.

Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa dalam menjalankan strategi customer relations dibutuhkan konsep 4R (membangun *customer relationship*, menciptakan *customer retention*, menghasilkan *customer referrals*, memperoleh *customer recovery*) dalam pelaksanaannya agar strategi customer relations berjalan dengan baik dan dapat meningkatkan kualitas pelayanan untuk membantu nasabah dalam bertransaksi.

Kata kunci: Strategi *Customer Relations*, Bank Capital, Nasabah.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Mayrisca Avelio Lingga
44218110102

CUSTOMER RELATIONS STRATEGY OF BANK CAPITAL WISMA KODEL KUNINGAN JAKARTA BRANCH IN IMPROVING QUALITY OF SERVICE TO HELP CUSTOMERS IN TRANSACTIONS

ABSTRACT

This research is motivated by the Covid -19 pandemic which affects many company sectors, one of which is the banking sector so that every company is required to have a strategy in surviving the Covid-19 pandemic. The purpose of this research is to find out what the customer relations strategy of Bank Capital Branch Wisma Kodel Kuningan Jakarta in improving service quality to assist customers in transacting.

In this study, researchers used the 4R concept from Rangkuti, namely: building customer relationships, creating customer retention, generating customer referrals, obtaining customer recovery. The result of this study is the strategy adopted by Bank Capital Branch Wisma Kodel Kuningan Jakarta in improving service quality to assist customers in transactions based on the results of interviews from selected sources.

From this study, it can be concluded that in carrying out the customer relations strategy the 4R concept (building customer relationships, creating customer retention, generating customer referrals, obtaining customer recovery) is needed in its implementation so that the customer relations strategy runs well and can improve service quality to assist customers in transact.

Keywords: Customer Relations Strategy, Bank Capital, Customers.

DAFTAR ISI

Lembar Pernyataan Mahasiswa	i
Lembar Persetujuan Skripsi.....	ii
Lembar Pengesahan Tugas Akhir	iii
Lembar Tanda Lulus Sidang Akhir	iv
Kata Pengantar	v
Abstrak.....	viii
Abstract.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoritis.....	17
2.2.1 Komunikasi	17
2.2.1.1 Tujuan dan Fungsi Komunikasi.....	18
2.2.1.2 Strategi Komunikasi.....	20
2.2.2 Public Relations	24
2.2.2.1 Fungsi Public Relations	24
2.2.2.2 Tujuan Public Relations.....	25

2.2.3 Customer Relations	27
2.2.3.1 Fungsi Customer Relations	28
2.2.3.2 Aktivitas Customer Relations	29
2.2.3.3 Strategi Customer Relations	29
2.2.4 Kualitas Pelayanan	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian	35
3.3 Subjek Penelitian.....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4.1 Data Primer	37
3.4.2 Data Sekunder	39
3.5 Teknik Analisis Data.....	39
3.6 Teknik Keabsahan Data	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT Bank Capital Indonesia, Tbk	43
4.1.1 Visi dan Misi PT Bank Capital Indonesia, Tbk.....	44
4.1.2 Rencana Bisnis PT Bank Capital Indonesia, Tbk.....	45
4.1.3 Penghargaan dan Pencapaian PT Bank Capital Indonesia, Tbk	45
4.1.4 Struktur Organisasi PT Bank Capital Indonesia, Tbk	48
4.1.5 Lembaga Penunjuang PT Bank Capital Indonesia, Tbk48..	
4.1.6 Identitas Informan.....	52
4.2 Hasil Penelitian	53
4.2.1 Latar Belakang Strategi Customer Realties.....	55

4.2.2	Perencanaan Latar Belakang Strategi Customer Relations	.56
4.2.3	Pelaksanaan Strategi Customer Relations	58
4.2.3.1	Memberikan Pelayanan Khusus Kepada Nasabah	58
4.2.3.2	Melakukan Kunjungan ke Nasabah	59
4.2.3.3	Selalu Siap Melayani Ketika Nasabah Membutuhkan	61
4.2.3.4	Tim Operasional Melakukan <i>Daily Call</i> ke Nasabah	61
4.2.3.5	Membantu Seluruh Transaksi Nasabah	63
4.2.3.6	Melaksanakan Meeting Mingguan	65
4.2.4	Montoring Customer Relations	68
4.2.4.1	Pemantauan Secara Langsung	68
4.2.4.2	Pengecekan Kuisisioner di Cabang	69
4.2.5	Evaluasi	71
4.2.6	Hambatan Strategi Customer Relations di Bank Capital Cabang Wisma Kodel	72
4.3	Pembahasan	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	82
5.2	Saran	84
5.2.1	Saran Akademis	84
5.2.2	Saran Praktis	84
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN		89