



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Public Relations  
Gunadi  
44215120018

Upaya Perusahaan PT Top Food Indonesia Dalam Melindungi Konsumen Terkait  
Penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen  
Bibliografi : 5 Bab 126 hal + Lampiran + 22 buku + 10 Internet

### **ABSTRAK**

Konsumen merupakan *stakeholder* yang berpengaruh terhadap kelangsungan organisasi. Haknya dilindungi oleh Undang-Undang perlindungan Konsumen No 8 Tahun 1999. Kegiatan-kegiatan PR yang khusus diarahkan kepada para konsumen atau khalayak merupakan definisi dari *customer relations* yang tujuannya untuk membuat hubungan yang baik dengan konsumen yang merupakan *stakeholder* perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah perusahaan melalui aktivitas *customer relations*-nya telah memenuhi Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai bentuk etika bisnis pada konsumen atau belum.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini antara lain adalah, *customer relations*, etika bisnis, dan reputasi. *Customer relations* diartikan sebagai kegiatan-kegiatan PR yang diarahkan kepada konsumen atau khalayak. Etika bisnis merupakan hal-hal yang menyangkut tentang tata cara melakukan kegiatan bisnis yang berkaitan antara benar salah. Sedangkan reputasi adalah evaluasi *stakeholder* terhadap organisasi berdasarkan pengalaman terhadap organisasi tersebut.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan menggunakan wawancara kepada narasumber yang berasal dari internal perusahaan, konsumen, dan pemilik *franchise* sebagai data primer dan pengamatan di lapangan sebagai data sekunder.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa perusahaan PT Top Food Indonesia telah menjalankan etika bisnis terhadap konsumen dengan memiliki dasar yang kuat untuk pemenuhan etika bisnis terhadap konsumen dengan adanya SOP dan pelatihan, kontrol, kode etik, dan juga aktivitas *customer relations* seperti penanganan keluhan. Namun masih ada kelemahan dalam penerapannya seperti adanya keluhan pelanggan dan penanganannya yang belum sesuai dengan harapan, serta penerapan SOP yang tidak konsisten dan kontrol yang juga belum maksimal.

Kata Kunci : Aktivitas *customer relations*, *Public Relations*, Reputasi, Etika Bisnis



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Public Relations  
Gunadi  
44215120018

*PT Top Food Indonesia's Efforts to Protect Consumers Regarding the Application of Consumer Protection Laws*

*Bibliografi : 5 Chapter 126 pages + Attachment + 22 books + 10 Internet*

### **ABSTRACT**

*Consumers are an influential stakeholder of the organization's sustainability. Its rights are protected by Consumer Protection Act No. 8-year 1999. PR activities that are specifically directed to the consumer or audience are the definitions of customer relations whose purpose is to make a good relationship with the consumer who is the company's stakeholders. The purpose of this research is to know whether the company through its customer relations activities has fulfilled the Consumer Protection Act as a form of business ethics on consumers or not.*

*The concepts used in this study include, customer relations, business ethics, and reputation. Customer relations is interpreted as PR activities that are directed towards the consumer or the audience. Business ethics is concerned about the ordinance of conducting related business activities between right wrong. The reputation is a stakeholder evaluation of the organization based on the experience of the organization.*

*This research uses descriptive research with a qualitative approach. The method used to collect data is to use interviews to resource sources from internal companies, consumers, and franchise owners as primary data and field observations as secondary data.*

*Based on the results of research conducted it can be known that the company PT Top Food Indonesia has been conducting business ethics to consumers by having a strong basis for the fulfillment of business ethics towards consumers with the presence of SOP and training, Code, and also customer relations activities such as complaints handling. But there are still weaknesses in its implementation such as the customer complaints and their handling that have not been expected, as well as the application of inconsistent SOP and control that is also not maximized.*

*Keywords: Customer relations activities, Public Relations, reputation, business ethics*