



**AKTIVITAS *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)
PT SARI COFFEE INDONESIA (STARBUCKS) DI CIPINANG
MALL**



**YOLANDA RUTH ANA PRISCILA
44217110118**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yolanda Ruth Ana Priscila
NIM : 44217110118
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : *Aktivitas Customer Relationship Management (CRM) PT Sari Coffee Indonesia (Starbucks) Di Cipinang Mall*

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 28 Agustus 2023


Yolanda Ruth Ana Priscila.

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Yolanda Ruth Ana Priscila
NIM : 44217110118
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : *Aktivitas Customer Relationship Management (CRM) PT Sari Coffee Indonesia (Starbucks) Di Cipinang Mall*

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1	: Riki Arswendi, M. Ikom	()
NIDN	: 0316088503	
Ketua Penguji	: Anindita, M. Ikom	()
NIDN	: 0306018903	
Penguji Ahli	: Dr. Farid Hamid, M.Si	()
NIDN	: 0301117301	

Jakarta 28 Agustus 2023

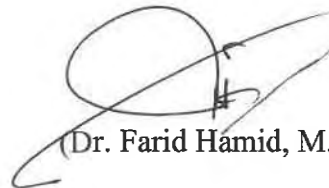
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yolanda Ruth Ana Priscila
NIM : 44217110118
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas *Customer Relationship Management (CRM)* PT Sari Coffee Indonesia (Starbucks) Di Cipinang Mall

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Yolanda Ruth Ana Priscila

ABSTRAK

Nama : Yolanda Ruth Ana Priscila
NIM : 44217110118
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : *Aktivitas Customer Relationship Management (CRM) PT Sari Coffee Indonesia (Starbucks) Di Cipinang Mall*
Pembimbing : Riki Arswendi, M. Ikom

Peminum kopi di Indonesia khususnya di Jakarta kian meningkat dan keberadaan kafe modern akan turut tumbuh bersama dengan tren tersebut. Manajemen hubungan pelanggan atau *Customer Relationship Management (CRM)* merupakan hubungan kerjasama antara pihak penyedia dengan pelanggan sehingga kedua belah pihak saling menguntungkan. Program CRM yang dilakukan oleh Starbucks salah satunya adalah Starbucks Reward Loyalty Program.

Teori yang terdapat dalam penelitian ini yaitu *Customer Relationship Management (CRM)* dengan pendekatan yang menyeluruh untuk menciptakan, memelihara, dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Paradigma Post-positivisme untuk menyelidiki dan memahami aktivitas *Customer Relationship Management (CRM)* yang dilakukan oleh Starbucks dengan metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian wawancara yang dilakukan, untuk meningkatkan *Customer Relationship Management (CRM)* yang dilakukan oleh Starbucks dalam *customer retentions* adalah *Birthday Treats, New Member, Get IDR 20K Beverage, Top Up IDR 300K Get 30 Bonus Starts, Mobile Order, Time To Tumbler, Brew Me At Home, Access To Pre-Sale, Monday Double Stars, Treat n'Repeat, Weekend Well Spent.*

Kata Kunci: *Customer Relationship Management (CRM), Customer Retentions, Kualitatif.*

ABSTRACT

Name : Yolanda Ruth Ana Priscila
NIM : 44217110118
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title Internship Report : *Aktivitas Customer Relationship Management (CRM) PT Sari Coffee Indonesia (Starbucks) Di Cipinang Mall*
Counsellor : Riki Arswendi, M. Ikom

The coffee consumption in Indonesia, especially in Jakarta, is steadily increasing, and the presence of modern cafes is growing along with this trend. Customer Relationship Management (CRM) is a collaborative relationship between service providers and customers that mutually benefits both parties. One of the CRM programs implemented by Starbucks is the Starbucks Reward Loyalty Program.

The theory explored in this research is Customer Relationship Management (CRM) with a comprehensive approach to creating, maintaining, and enhancing customer relationships.

In this study, the researcher utilizes the Post-positivism paradigm to investigate and understand the activities of Customer Relationship Management (CRM) carried out by Starbucks, with data collection methods including interviews and documentation.

Based on the results of the interview research, Starbucks employs various strategies to enhance Customer Relationship Management (CRM) particularly in customer retentions. Some of the strategies include Birthday Treats, New Member, Get IDR 20K Beverage, Top Up IDR 300K Get 30 Bonus Stars, Mobile Order, Time To Tumbler, Brew Me At Home, Access To Pre-Sale, Monday Double Stars, Treat n'Repeat, and Weekend Well Spent.

Keywords: *Customer Relationship Management (CRM), Customer Retentions, Kualitatif.*

KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Tuhan Yesus yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga proposal skripsi kuantitatif ini dapat terselesaikan dengan baik. Tanpa pertolonganNya mungkin skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun dengan penuh rintangan baik yang datang dari peneliti maupun dari luar, namun dengan penuh kesabaran dan terutama dengan adanya pertolongan dari-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Skripsi ini memuat topik tentang Aktivitas *Customer Relationship Management (CRM)* PT Sari Coffee Indonesia (Starbucks) Di Cipinang Mall dan sengaja dipilih karena menarik perhatian peneliti untuk dicermati dan perlu mendapat dukungan dari semua pihak. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini:

1. Bapak Riki Arswendi, M.Ikom. selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan arahan dan dukungannya.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Irmulansati Tomohardjo, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Ibu Anindita, Spd., M.Ikom, selaku Sekprodi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana

Penulis menyadari bahwa skripsi yang disusun ini masih banyak kekurangan atau jauh dari kesempurnaan, karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun. Mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat khususnya bagi saya sendiri selaku penulis dan umumnya bagi para pembaca. Sekian dan terima kasih.

Jakarta, 28 Agustus 2023

Yolanda Ruth Priscila



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN	
PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Akademis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Pustaka.....	22
2.2.1 Komunikasi	22
2.2.1.1 Definisi Komunikasi.....	22
2.2.1.2 Proses Komunikasi	25
2.2.2 Public Relations (PR)	26
2.2.2.1 Definisi Public Relations	26
2.2.2.2 Tujuan Public Relations	29
2.2.2.3 Manajemen Kegiatan Public Relations	31
2.2.2.4 Strategi Public Relations	32
2.2.3 Customer Relationship Management (CRM).....	33
2.2.3.1 Definisi Customer Relationship Management (CRM).....	33
2.2.3.2 Tujuan dan Manfaat Customer Relationship Management (CRM)	35
2.2.3.3 Ruang Lingkup CRM	37
2.2.3.4 Komponen Utama Customer Relationship Management	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian.....	42
3.2 Metode Penelitian.....	43
3.3 Subjek Penelitian.....	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data	46
3.4.1 Data Primer	46
3.4.2 Data Sekunder	47
3.5 Teknik Analisis Data.....	52
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	55
4.1.1 Sejarah PT Sari Coffee Indonesia (Starbucks)	55
4.1.2 Misi dan Nilai Perusahaan PT Sari Coffee Indonesia (Starbucks)	58
4.1.3 Logo Perusahaan	60
4.1.4 Struktur Perusahaan PT Sari Coffee Indonesia (Starbucks).....	61
4.1.5 Profil Informan	63
4.2 Hasil Penelitian.....	64
4.2.1 Proses Pelaksanaan Menciptakan Hubungan Dengan Pelanggan	64
4.2.2 Memelihara Hubungan Dengan Pelanggan	71
4.2.3 Mengembangkan Hubungan Dengan Pelanggan.....	75
4.3 Pembahasan.....	77
4.3.1 Menciptakan Hubungan Dengan Pelanggan	77
4.3.2 Memelihara Hubungan Dengan Pelanggan.....	78
4.3.3 Mengembangkan Hubungan Dengan Pelanggan.....	79

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	80
5.2 Saran.....	81
5.2.1 Saran Akademisi	82
5.2.2 Saran Praktisi.....	82

DAFTAR PUSTAKA	83
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	85
----------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Infografis PSBB.....	2
Gambar 1.1.1 Unggahan Twitter Starbucks	3
Gambar 1.1.2 Gambar Grrafik Pendapatan Starbucks (2017-2021)	4
Gambar 1.1.3 Starbucks Reward Loyalty Program.....	9
Gambar 1.1.4 Starbucks Member Card.....	9
Gambar 1.1.5 Halaman Web Starbucks	10
Gambar 4.1.3 Logo Starbucks.....	61
Gambar 4.1.4 Struktur Perusahaan PT Sari Coffee Indonesia (Starbucks)	62
Gambar 4.1.4.1 Struktur Struktur Divisi Starbucks Coffee Cipinang Mall	62
Gambar 4.2.1 Halaman Web Starbucks Rewards	69
Gambar 4.2.1.1 Coffee Bar Starbucks.....	70
Gambar 4.2.2 Respon Starbucks Terhadap Komplain	72
Gambar 4.2.2.1 Promosi Botol Kemasan 1 Liter	73
Gambar 4.2.3 Starbucks Rewards Redeem Poin.....	75
Gambar 4.2.3.1 Birthday Treats Notification.....	76
Gambar 4.2.3.1 Promo Notification	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Starbuck Coffee di Indonesia	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 4.1.1 Perkembangan Starbuck Coffee di Indonesia	56

