



**AKTIVITAS CUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT UNTUK MEMPERTAHANKAN  
PELANGGAN**

Studi Deskriptif pada Starbucks *Coffee* JiExpo Kemayoran Jakarta Tahun 2023

**SKRIPSI**

**Anisa Wulandari**

**44218120082**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2024**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anisa Wulandari  
NIM : 44218120039  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

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, 5 Febuari 2024



Anisa Wulandari

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Anisa Wulandari  
NIM : 44218120082  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : *Aktivitas Customer Relationship Management Untuk Mempertahankan Pelanggan. Studi Deskriptif Pada Starbucks Coffee JiExpo Kemayoran Tahun 2023*

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

Disahkan Oleh :

Pembimbing I : M. Taufik Hidayat, M. Ikom

NIDN : 8834360018

Ketua Penguji : Dr. Farid Hamid Umarella, M. Si

NIDN : 0301117301

Penguji Ahli : Muthia Rahayu, M. Ikom

NIDN : 0322029302

(M. Taufik Hidayat)

(Dr. Farid Hamid Umarella)

(Muthia Rahayu)

Jakarta, 5 April 2024

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 : Anisa Wulandari

NIM : 44218120082

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : *Aktivitas Customer Relationship Management Untuk Mempertahankan Pelanggan.*

*Studi Deskriptif Pada Starbucks Coffee JiExpo Kemayoran Tahun 2023*

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, 5 Februari 2024

Yang menyatakan,



## DAFTAR ISI

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK .....	x
<i>ABSTRACT</i> .....	xi
KATA PENGANTAR .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	9
1.3 Tujuan Masalah.....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1 Manfaat Akademis .....	10
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11

2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Kerangka Teoritis.....	15
2.2.1 Komunikasi .....	15
2.2.2 <i>Public Relations</i> .....	21
2.2.3 <i>Customer Relations Management</i> .....	26
2.2.4 Pelanggan .....	31
2.2.5 Barista .....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	35
3.2 Metode Penelitian.....	36
3.3 Subyek Penelitian.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan data.....	39
3.4.1 Data Primer .....	39
3.4.2 Data Sekunder .....	40
3.5 Teknik Analisis Data .....	40
3.6 Teknik Keabsahan Data .....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	44
4.1.1 Profil dan Sejarah Starbucks Indonesia.....	44
4.1.2 Visi dan Misi Starbucks Indonesia.....	49

4.1.3	Filosofi Logo Starbuck Indonesia .....	50
4.1.4	Gambaran Umum Starbucks JiExpo Kemayoran .....	53
4.1.5	Struktur Organisasi Starbucks Jiexpo Kemayoran Jakarta .....	55
4.1.6	<i>Jobdesk</i> Key Informan dan Kegiatan Informan .....	56
4.2	Hasil Penelitian .....	60
4.2.1	Indikator CRM Starbucks JiExpo Kemayoran.....	61
4.2.2	Tahapan Implementasi <i>Customer Relationship Management</i> yang dilakukan oleh seorang Barista untuk mempertahankan pelanggan. ....	66
4.2.3	Kendala Implementasi Customer Relationship Management pada Starbucks JiExpo Kemayoran .....	77
4.3	Pembahasan.....	79
4.3.1	Tahapan Aktivitas CRM pada Starbucks JiExpo Kemayoran .....	79
4.3.2	Kendala Implementasi CRM pada Starbucks JiExpo Kemayoran.....	86
BAB V KESIMPULAN .....		88
5.1	Kesimpulan .....	88
5.2	Saran.....	89
5.2.1	Saran Akademis .....	89
5.2.2	Saran Praktis .....	89
DAFTAR PUSTAKA .....		91
LAMPIRAN.....		93

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung Starbucks Jiexpo Kemayoran .....	5
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	13



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Pertama Berwarna Coklat, 1971-1987.....	52
Gambar 4. 2 Logo hijau yang sekarang masih dipakai sebagai logo sekunder, 1987–2010 .....	52
Gambar 4. 3 Logo dengan desain baru, 2011–sekarang .....	52
Gambar 4. 4 Starbucks JiExpo lomba Barista Championship 2023 .....	55
Gambar 4. 5 Struktur Organisasi Starbucks JiExpo Kemayoran Jakarta.....	56
Gambar 4. 6 Mengidentifikasi pelanggan .....	62
Gambar 4. 7 Mengakuisisi Pelanggan.....	63
Gambar 4. 8 Starbucks Card .....	65
Gambar 4. 9 Kondisi toko saat ramai.....	69
Gambar 4.10 Menjalin komunikasi dengan baik agar meningkatkan nilai Customer .....	72
Gambar 4.11 Memberikan pelayanan yang baik agar dapat mempertahankan pelanggan .....	75
Gambar 4.12 Alur proses implementasi CRM yang terjadi di Starbucks Coffee JiExpo Kemayoran.....	84

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	93
Lampiran 2 .....	101
Lampiran 3 .....	103
Lampiran 4 .....	106
Lampiran 5 .....	108
Lampiran 6 .....	111
Lampiran 7 .....	112
Lampiran 8 .....	113

## ABSTRAK

Nama : Anisa Wulandari  
NIM : 44218120082  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Customer Relationship Management Untuk  
Mempertahankan Pelanggan  
Studi Deskriptif Pada Starbucks Coffee JiExpo  
Kemayoran Tahun 2023  
Pembimbing : M. Taufik Hidayat M.I.Kom

Bibliografi : 5 BAB 126 Hal + Lampiran + 12 Buku + 7 Jurnal

CRM merupakan teori yang banyak di gunakan dalam bidang *hospitality*, salah satunya adalah Starbucks. Tujuan dari adanya CRM tidak lain adalah mempertahankan pelanggan demi kelangsungan perusahaan. Penerapan CRM di Starbucks JiExpo memiliki aktivitas khusus apa saja yang dilakukan untuk mempertahankan pelanggan. Dalam pelaksanaan CRM tidak luput dari komunikasi *interpersonal* yang merupakan kunci dalam membangun hubungan yang baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Implementasi *Customer Relationship Management* untuk mempertahankan pelanggan pada Starbucks JiExpo Kemayoran dilakukan dengan beberapa tahap pengamatan yaitu aktivitas, proses dan tahapan CRM. Aktivitas tersebut meliputi *Customer Service Commitment, Passion of Service, LATTE Model, Second Service* dan *Coffee Talk*. Kemudian ada beberapa proses dalam mempertahankan pelanggan di Starbucks JiExpo yaitu *Barista Greets Customer, Customer Places Order, Barista Calls Order to Bar, Conversation*, dan yang terakhir adalah tahapan dalam CRM meliputi mendapatkan pelanggan baru (*acquire*), meningkatkan nilai dari *customer (Enchanted)* dan mempertahankan *customer*.

Jenis penelitian menggunakan deskriptif kualitatif dengan paradigma post positivisme dan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam kepada *Store Manager, Shift Supervisor, Barista* dan pelanggan.

Berdasarkan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa, proses implementasi yang dilakukan oleh barista sudah sesuai dengan SOP yang berlaku untuk mempertahankan pelanggan.

**Kata Kunci : *Customer Relationship Management, Public Relations, Pelanggan, Pelayanan***

## **ABSTRACT**

Name : Anisa Wulandari  
NIM : 44218120082  
Study Program : Faculty of Communication  
Tittle Report : Activities of Customer Relationship Management  
For Retaining Customers Descriptive Study on Starbucks  
Coffee JiExpo Kemayoran in 2023  
Counsellor : M. Taufik Hidayat M.I.Kom

Bibliography: 5 CHAPTER 126 Pages + Attachement + 12 Books + 7 Journals

*CRM is a theory that is widely used in the hospitality sector, one of which is Starbucks. The purpose of CRM is none other than retaining customers for the sake of company continuity. Implementing CRM at Starbucks JiExpo has special activities that are carried out to retain customers. In implementing CRM, interpersonal communication is not spared, which is the key to building good relationships.*

*This research aims to find out how the implementation of Customer Relationship Management to retain customers at Starbucks JiExpo Kemayoran is carried out using several observation stages, namely activities, processes and CRM stages. These activities include Customer Service Commitment, Passion of Service, LATTE Model, Second Service and Coffee Talk. Then there are several processes in retaining customers at Starbucks JiExpo, namely Barista Greets Customer, Customer Places Order, Barista Calls Order to Bar, Conversation. And the last stage in CRM includes getting new customers (acquire), increasing customer value (Enchanted) and retaining customers.*

*This type of research uses descriptive qualitative with a post positivism paradigm and data collection techniques using in-depth interviews with Store Managers, Shift Supervisors, Baristas and customers.*

*Based on the results of the research, it shows that the implementation process carried out by the barista is in accordance with the applicable SOP to retain customers.*

***Keyword : Customer Relationship Management, Public Relations, Customer, Service***

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Aktivitas Customer Relationship Management Untuk Mempertahankan Pelanggan Studi Deskriptif Pada Starbucks JiExpo Kemayoran Tahun 2023”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan kelulusan untuk mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana. Selain itu, juga sebagai pengalaman penulis guna mempelajari lebih dalam mengenai dunia Public Relations yang telah dipelajari selama perkuliahan dan dunia kerja.

Skripsi ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu karena dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada :

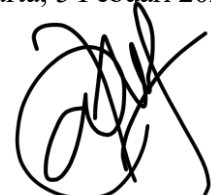
1. Bapak M.Taufik Hidayat, M.Ikom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan waktunya selama penulisan tugas akhir skripsi ini.
2. Bapak Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana serta sebagai Ketua Sidang.
3. Ibu Mutia Rahayu, M.Ikom selaku Dosen Penguji pada saat sidang skripsi.
4. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Juwono Tri Atmodjo, S.Sos M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu dalam kegiatan akademik selama perkuliahan.
6. Bapak Achmad Sari Sumono, selaku Orang tua yang selalu mendukung penulis dengan memberikan kasih sayang yang tidak terbatas, selalu mendoakan dan memberikan

motivasi untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

7. Bapak Ryan Eka Putra beserta seluruh Staff dari Starbucks Coffee JiExpo Kemayoran yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai terkait penelitian yang dibuat oleh penulis.
8. Seluruh kakak kandung yang selalu mendukung dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini.
9. Aldy Prasetyo S.I.Kom, Harry Adhara Mubarak S.I.Kom, Nabila Fitriani, Tri Rachmadhan, Bella Betua selaku teman yang telah membantu dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini.

Selain itu penulis juga menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diperlukan untuk memperbaiki kekurangan yang ada. Terima kasih.

Jakarta, 5 Febuari 2024



Anisa Wulandari