



**IMPLEMENTASI *CUSTOMER RETENTION*
MARKETING (CRM) PADA PT. GLOBAL
MULTISARANA SEJAHTERA DALAM MENANGANI
KELUHAN PELANGGAN PADA TAHUN 2023**

LAPORAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**DWINDA NISSA UTARI
44319120029**

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

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwindi Nissa Utari
NIM : 44319120029
Program Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul Laporan Skripsi : Implementasi *Customer Retention Marketing* (CRM) Pada PT. Global Multisarana Sejahtera Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Pada Tahun 2023.

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, 1 Agustus 2024



(Dwindi Nissa Utari)

HALAMAN PENGESAHAN




Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwindia Nissa Utari
NIM : 44319120029
Program Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul Laporan Skripsi : Implementasi *Customer Retention Marketing* (CRM) Pada PT. Global Multisarana Sejahtera Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Pada Tahun 2023.

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 : Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom ()
NIDN : 0326089202
Ketua Penguji : Andi Pajolloi Bate, M.A ()
NIDN : 0303069401
Penguji Ahli : Melly Ridaryanthi, Ph.D ()
NIDN : 0324128202

Jakarta, 5 September 2024

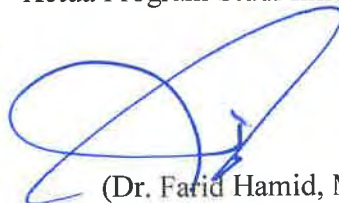
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Implementasi *Customer Retention Marketing* (CRM) Pada PT. Global Multisarana Sejahtera Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Pada Tahun 2023”**.

Dalam laporan tugas ini ditunjukkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi Program Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran, Universitas Mercu Buana.

Dalam menyusun laporan tugas akhir ini, tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis alami, berkat dukungan, dorongan dan semangat dari berbagai pihak, sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, M.I.Kom selaku dosen pembimbing dalam membuat laporan tugas akhir ini yang sudah memberikan bimbingan, dukungan, waktu serta pengajaran yang baik dalam menyelesaikan laporan tugas akhir.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku ketua program studi ilmu komunikasi universitas mercu buana, yang telah memberikan dukungan, motivasi serta pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
3. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku dekan fakultas ilmu komunikasi.
4. Bapak Andi Pajolloi Bate, M.A selaku sekretaris program bidang 3 Ilmu Komunikasi dan selaku penguji ahli pada sidang tugas akhir, yang telah memberikan dukungan, motivasi serta pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
5. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc. Sc, Ph.D selaku sekretaris program bidang studi periklanan dan komunikasi pemasaran dan selaku ketua sidang tugas

akhir, yang telah memberikan dukungan, motivasi serta pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.

6. Ibu S. Margaretha Niken Restaty, Dr. S.Sos. M.Si. dan Ibu Suraya, Prof. Dr, M.Si selaku dosen mata kuliah tugas akhir yang telah memberikan dukungan, motivasi serta pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
7. Ibu Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Si selaku dosen mata kuliah riset komunikasi yang telah memberikan dukungan, motivasi serta pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan proses seminar proposal atau sempro demi melanjutkan tugas akhir.
8. Bapak Wiyanto Hidayatullah, S.IKom, M.IKom selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan dukungan yang baik selama penulis menyelesaikan perkuliahan.
9. Seluruh Bapak/Ibu dosen fakultas ilmu komunikasi bidang studi periklanan dan komunikasi pemasaran universitas mercu buana yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
10. Seluruh staf pegawai fakultas ilmu komunikasi universitas mercu buana yang telah banyak membantu penulis selama ini.
11. Bapak Asep Jembar Mulyana yang telah memberikan dukungan, membantu, serta tidak lupa selalu memberikan motivasi untuk penulis agar tetap terus semangat dalam menyelesaikan tugas akhir.
12. Seluruh teman-teman seangkatan dengan semangat yang sama untuk menyelesaikan perkuliahan sampai dengan akhir.
13. Pimpinan PT. Global Multisarana Sejahtera dan rekan-rekan seluruh dari perusahaan, serta perwakilan anggota atau pelanggan yang sudah bersedia memberikan waktu, membantu dan mendukung sehingga terselesainya penyusunan tugas akhir.
14. Seluruh pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis selama penyusunan tugas akhir.
15. Tidak lupa juga untuk kedua orangtua saya, mama tercinta terima kasih atas disetiap doa-doanya, sehat-sehat terus dan bapak juga semangat, terus

berjuang untuk kembali sehat dari stroke, aamiin. Tidak lupa untuk kakak perempuan kandung saya satu-satunya atas dukungan dan lantunan doa yang selalu dipanjatkan untuk penulis, harus sehat dan sama-sama tetap semangat.

16. Terakhir untuk diri saya Dwinda Nissa Utari, terima kasih sudah tetap terus memilih untuk berusaha. Walau banyak rintangan dan pernah merasa ingin putus asa atas apa yang diusahakan belum berhasil, yang banyak dikecewakan, meminta maaf dan memaafkan, penulis terus berusaha untuk berserah diri kepada sang pemilik dirinya yaitu Allah SWT, hasbunallah wanikmal wakil, percaya bahwa rencana-Mu untukku akan selalu lebih besar dari apa yang di inginkan, sehingga penulis tetap berjuang sampai dititik ini dalam menyelesaikan tugas akhir dengan semaksimal mungkin. Apapun kurang dan lebihmu mari untuk selalu ingat maaf dan memaafkan, bantu dan membantu, bersyukur serta berterima kasih.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, terdapat kekurangan, dikarenakan terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan, bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis meminta maaf apabila ada kesalahan atau kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, terimakasih bagi semua pihak atas segala bentuk dukungan dan doanya, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis.

Jakarta, 11 April 2024



Dwindi Nissa Utari

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Dwindi Nissa Utari
NIM : 44319120029
Program Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul Laporan Skripsi : Implementasi *Customer Retention Marketing* (CRM) Pada PT. Global Multisarana Sejahtera Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Pada 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 September 2024

Yang menyatakan,



(Dwindi Nissa Utari)

ABSTRAK

Nama : Dwindi Nissa Utari
NIM : 44319120029
Program Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul Laporan Skripsi : Implementasi *Customer Retention Marketing* (CRM) Pada PT. Global Multisarana Sejahtera Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Pada Tahun 2023.
Pembimbing : Siti Muslichatul Mahmudah, M.I.Kom

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi *Customer Retention Marketing* (CRM) pada PT. Global Multisarana Sejahtera dalam menangani keluhan pelanggan pada tahun 2023. *Customer Retention Marketing* (CRM) berfokus pada pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dalam menangani keluhan dengan memberikan solusi yang baik kepada pelanggan, maupun solusi dalam menangani keluhan secara efektif sebagai kunci keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan dan menjaga pertumbuhan bisnis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Kemudian hasil penelitian disajikan dalam bentuk deskriptif. Peneliti menyajikan gambaran maupun uraian mengenai implementasi *Customer Retention Marketing* (CRM) Pada PT. Global Multisarana Sejahtera dalam menangani keluhan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian ini, menggunakan teori implementasi *Customer Retention Marketing* (CRM) sebagai suatu konsep yang dibutuhkan untuk mengidentifikasi, mendapatkan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Terdapat 6 tahapan dalam Implementasi *Customer Retention Marketing* (CRM): *A Welcome Strategy* (Strategi Sambutan), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Responsif), *Recognition* (Pencegahan), *Personalization* (Personalisasi), *Access Strategy* (Strategi Akses).

Melalui penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa PT. Global Multisarana Sejahtera menerapkan ke enam tahapan tersebut dalam proses penanganan keluhan pelanggannya, berupaya dalam mempertahankan pelanggan dan memperkuat hubungan pelanggan.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, *Customer Retention Marketing* (CRM), Strategi, Pelanggan, Keluhan.

ABSTRACT

Name : Dwindi Nissa Utari
NIM : 44319120029
Study Program : Advertising and Marketing Communications
Title Thesis Report : Implementation of Customer Retention Marketing (CRM) at PT. Global Multisarana Sejahtera in Handling Customer Complaints in 2023.
Lecturer : Siti Muslichatul Mahmudah, M.I.Kom

This research aims to find out how to implement Customer Retention Marketing (CRM) at PT. Global Multisarana Sejahtera in handling customer complaints in 2023. Customer Retention Marketing (CRM) focuses on the services provided to customers in handling complaints by providing good solutions to customers, as well as solutions in handling complaints effectively as the key to the company's success in retaining customers and maintain business growth.

The method used in this research is a type of qualitative research. Data collection techniques through in-depth interviews and documentation. Then the research results are presented in descriptive form. Researchers present an overview and description of the implementation of Customer Retention Marketing (CRM) at PT. Global Multisarana Sejahtera in handling customer complaints.

Based on the results of this research, using the Customer Retention Marketing (CRM) implementation theory as a concept needed to identify, acquire and retain existing customers. There are 6 stages in the Implementation of Customer Retention Marketing (CRM): A Welcome Strategy, Reliability, Responsiveness, Recognition, Personalization, Access Strategy.

Through the research conducted it can be concluded that PT. Global Multisarana Sejahtera has implemented these six stages in the process of handling customer complaints, making efforts to retain customers and strengthen customer relationships.

Keywords: *Marketing Communications, Customer Retention Marketing (CRM), Strategy, Customers, Complaints.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kajian Teoritis.....	17
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.2.2 Pelanggan.....	20
2.2.3 <i>Customer Retention Marketing</i> (CRM)	24
2.2.4 Bagan Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Paradigma Penelitian.....	28
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 Subyek Penelitian	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	32
3.4.1 Data Primer.....	33

3.4.2	Data Sekunder.....	33
3.5	Teknik Analisis Data.....	34
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	39
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	39
4.1.2	Profil Perusahaan.....	41
4.1.3	Logo Perusahaan.....	41
4.1.4	Visi dan Misi Perusahaan.....	42
4.1.5	Struktur Organisasi Perusahaan.....	42
4.1.6	Berbagai Layanan.....	43
4.2	Hasil Penelitian.....	46
4.2.1	<i>A Welcome Strategy</i> (Strategi Sambutan).....	50
4.2.2	<i>Reliability</i> (Keandalan).....	54
4.2.3	<i>Responsiveness</i> (Responsif).....	57
4.2.4	<i>Recognition</i> (Pengenalan).....	59
4.2.5	<i>Personalization</i> (Personalisasi).....	61
4.2.6	<i>Access Strategy</i> (Strategi Akses).....	64
4.3	Pembahasan.....	67
4.3.1	<i>A Welcome Strategy</i> (Strategi Sambutan).....	68
4.3.2	<i>Reliability</i> (Keandalan).....	69
4.3.3	<i>Responsiveness</i> (Responsif).....	70
4.3.4	<i>Recognition</i> (Pengenalan).....	71
4.3.5	<i>Personalization</i> (Personalisasi).....	73
4.3.6	<i>Access Strategy</i> (Strategi Akses).....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		76
5.1	Kesimpulan.....	76
5.2	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....		78
LAMPIRAN.....		81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Screenshot Mengenai Keluhan Pelanggan Pada Chat Admin PT. Global Multisarana Sejahtera.....	4
Gambar 1. 2 Screenshot Mengenai Keluhan Pelanggan Pada Chat Admin PT. Global Multisarana Sejahtera.....	5
Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4. 1 PT. Global Multisarana Sejahtera	39
Gambar 4. 2 Logo PT. Global Multisarana Sejahtera.....	41
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Perusahaan	42
Gambar 4. 4 Brosur Produk PT. Global Multisarana Sejahtera.....	44
Gambar 4. 5 Profil Beranda Akun Instagram @ptgms_kopkar.....	45
Gambar 4. 6 Flyer Program Promo.....	53
Gambar 4. 7 Berbagai Macam Jenis Produk Barang Souvenir.....	55
Gambar 4. 8 Produk Botol Minum.....	55
Gambar 4. 10 Flyer Program Special Promo	61
Gambar 4. 11 Hampers dari Layanan PT. Global Multisarana Sejahtera.....	63
Gambar 4. 12 Aplikasi mykey by kopkarsyahbsi	66
Gambar 4. 13 Flyer Informasi Download Aplikasi mykey by kopkarsyahbsi.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3. 1 Subyek Penelitian.....	31

