

**STRATEGI CUSTOMER RELATIONS DI SUCOFINDO
DALAM MENANGANI KELUHAN KONSUMEN**

**THE CUSTOMER RELATIONS STRATEGY AT SUCOFINDO
IN THE BACKUP CUSTOMER COMPLAINT**

Diajukan guna memperoleh gelar Strata Satu (S1) Sarjana Ilmu komunikasi pada
Jurusan Ilmu komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh
EVI SUSILAWATI
20050530177

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2012**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

DENGAN JUDUL :

**STRATEGI CUSTOMER RELATIONS DI SUCOFINDO
DALAM MENANGANI KELUHAN KONSUMEN**

**THE CUSTOMER RELATIONS STRATEGY AT SUCOFINDO IN THE
BACKUP CUSTOMER COMPLAINT**

Disusun Oleh :

**EVI SUSILAWATI
20050530177**

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Jurusan Ilmu
Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
dalam
ujian Skripsi atau Pendadaran dan dinyatakan lulus dan disahkan pada:

**Hari/Tanggal : 11 Juni 2012
Pukul : 11.00-12.30 WIB
Ruang : Ruang Multimedia**

Tim penguji

**Krisna Mulawarman, S.Sos.,M.Sn.
Ketua Penguji/ Pembimbing**

**Friski Yulianti Nurnisya, S.IP., M.Si.
Penguji I**

**Zein Mufarih, S.IP.,M.Ikom
Penguji II**

Mengetahui

**Aswad Iskak, S.IP., M.Si
Ketua Prodi Jurusan Ilmu Komunikasi**

MOTTO

“Kulil Haqqu walau kana Muroon”
(katakanlah kebenaran, meskipun itu pahit)

Dedecation

Dengan setulus hati dan penuh rasa syukur Kupersembahkan karya sederhana ini kepada :

Orang tuaku (H.Syarifuddin Ayang) dan (Hj.Salmawati) Tercinta yang telah Memberarkanku dengan cucuran Keringatnya. Yang Mendo'akan serta selalu mengharapkan Keberhasilanku.kakak kakak ku.adik dan keponakan keponakan ku tersayang yang senantiasa menjadi semangat.inspirator dan motivator bagi penulis.

Dan terakhir penulis haturkan terima kasih yang sebesar-Besarnya kepada 'kamoe' yang telah dan sampai saat ini slalu memotivasi dan mendoakan yg terbaik bagi hidupku..Serta Almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

PERNYATAAN

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada suatu Perguruan Tinggi manapun, sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka. Selanjutnya apabila kemudian hari terbukti melakukan duplikasi, maka saya akan bertanggung jawab dan menerima segala konsekuensinya.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 28 Juni 2012

EVI SUSILAWATI

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas segala rahmat dan ridhonya jualah penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Dan tak lupa pula kepada Junjungan kita Nabi Muhammad SAW, sebagai Rosul yang diutus untuk di jadikan teladan bagi seluruh umat manusia!! Berkat rahmat dan ridhonya jualah hingga akhirnya skipisi yang berjudul **STRATEGI CUSTOMER RELATIONS DI SUCOFINDODALAM MENANGANI KELUHAN KONSUMEN** dapat teriselesaikan sesuai dengan harapan penulis tentunya. Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis menyadari dalam penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, mengingat keterbatasan waktu dan pengetahuan yang penulis miliki. Untuk itu dengan kerendahan hati penulis berharap adanya segala bentuk saran dan kritik yang sifatnya mambangun demi penyempurnaan Skripsi ini. Dalam penyusunan dan penulisan Skripsi ini di akui masih banyak kendala yang dihadapi, namun berkat bantuan dari berbagai pihak baik berupa saran, bimbingan maupun arahan yang kemudian menjadikan penyusunan Skripsi ini dapat selesai sesuai dengan apa yang penulis harapkan. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Ir.H.M. Dasron Hamid.,M.Sc selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak DR.Achmad Nurmandi.,M.Sc selaku Dekan Fisipol Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Aswad Iskak, S.IP,. M.Si selaku Kepala Jurusan IK terima kasih pak sudah banyak membantu penulis
4. Bu Yeni Rosilawati.S.IP., SE, MM selaku Sekretaris Jurusan IP yang selalu menyempatkan waktunya untuk mendiskusikan rencana penelitian penulis.

5. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn. selaku dosen pembimbing penulis yang telah memberikan banyak masukan, komentar dan kritikan berharga kepada penulis, sehingga membuahkan semangat baru bagi penulis.makasih banyak pak....maaf sering merepotkan...
6. Bu Frizki Yulianti Nurnisya, S.IP., M.Si selaku dosen penguji I yang telah banyak memberikan masukan komentar dan juga kritikan bagi penulis,terima kasih untuk pengertiannya bu..
7. Bapak Zein Mufarikh, S.IP., M.Ikom selaku dosen penguji II yang juga tak kalah hebatnya dengan dosen penguji I, terima kasih karena telah memberikan pandangan-pandangan realistis dengan contoh-contoh yang spektakuler kepada penulis.terima kasih juga untuk pengertiannya pak..
8. Pak jono dan Pak Mur makasih banget banget pak...diri ini selalu merepotkan..hehe Dan Segenap Dosen Pengajar dan Tata Usaha Fisipol Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga amal ibadah yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT..Amien!!

Akhirnya semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya serta seluruh pihak yang menggunakan pada umumnya.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 28 Agustus 2012

EVI SUSILAWATI

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Motto	iii
Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	vii
Daftar Grafik	viii
Daftar Gambar	ix
Abstrak	x
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
1. Manfaat Teoritis	4
2. Manfaat Praktis	4
E. Kajian Teori	5
1. Konsep tentang Pentingnya <i>Public Relations</i> dalam Organisasi	5
2. <i>Customer Relations</i>	12
3. Strategi <i>Customer Relations</i>	27
F. Metode Penelitian	35
1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian	35
2. Jenis Penelitian	35
3. Lokasi Penelitian	36
4. Informan Penelitian	36

5. Sumber Data	37
6. Teknik Pengumpulan Data	37
7. Teknik Analisis Data	39
8. Validitas Data	39

BAB II. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

1. Sucofindo Semarang	41
1. Keberadaan Sucofindo Semarang	41
2. Visi, Misi dan Nilai Perusahaan	43
3. Arti Logo Sucofindo	45
4. Karakteristik Pegawai Sucofindo	45
5. Jenis Tindakan Sucofindo	47
6. Struktur Organisasi Sucofindo	49

BAB III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	51
1. Proses Pembuatan Strategi di Sucofindo	52
2. Pelaksanaan Strategi <i>Customer Relations</i> dalam Menangani Keluhan Konsumen di Sucofindo	62
3. Faktor Pendukung dan Penghambat <i>Customer Relations</i> di Sucofindo Dalam Menangani Keluhan Konsumen	67
B. Pembahasan	71

BAB IV. PENUTUP

A. Kesimpulan	87
B. Saran	88
Daftar Pustaka	90

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Data Keluhan Konsumen Per Bulan di Tahun 2011	3
Tabel 2. Merumuskan Alternatif Strategi Metode Matriks SWOT (<i>Tows Matrix</i>)	31
Tabel 3. Strategi <i>Public Relations</i>	33
Tabel 4. <i>The 3-C's Option</i>	33
Tabel 5. Data Keluhan Konsumen Tahun 2011	57
Tabel 6. SWOT yang Dimiliki Sucofindo Semarang	73

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 1. Distribusi Usia Pegawai Sucofindo	46
Grafik 2. Distribusi Pendidikan Pegawai Sucofindo	46

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Logo Sucofindo	45
Gambar 2. Struktur Organisasi Sucofindo	49
Gambar 3. Kotak Saran di Sucofindo	59

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Evi Susilawati 20050530177

Strategi *Customer Relations* di Sucofindo dalam Menangani Keluhan

Konsumen

Tahun Skripsi: 2012 + 89 hal + 6 tabel + 4 lampiran

Daftar Kepustakaan: 28 buku (1993 - 2010) + 1 sumber online + 1 media cetak.

Konsumen yang mengeluh terhadap pelayan perusahaan tidak dapat diabaikan. Besarnya jumlah keluhan membuat *customer relations* di Sucofindo melakukan strategi untuk menangani keluhan konsumen. Hal tersebut membuat peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Strategi *Customer Relations* di Sucofindo dalam Menangani Keluhan Konsumen.” Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) bagaimana strategi *customer relations* dalam menangani keluhan konsumen di Sucofindo?; (2) apa faktor pendukung dan penghambat penanganan pelayanan keluhan konsumen di Sucofindo?.

Customer relations dalam organisasi ditujukan untuk memberikan pelayanan kepada para konsumen. *Customer relations* dalam organisasi berusaha untuk menjalin hubungan baik antara organisasi dengan konsumen. *Complaint* merupakan suatu wujud rasa ketidakpuasan konsumen. *Complaint* yang terselesaikan dengan baik dan profesional akan berdampak positif nantinya bagi perusahaan tersebut, karena dengan begitu konsumen tersebut merasa sangat dihargai pendapatnya. Keluhan konsumen adalah hal yang tidak dapat diabaikan karena dengan mengabaikan hal tersebut akan membuat konsumen merasa tidak diperhatikan dan pada akhirnya enggan, perusahaan akan ditinggalkan oleh konsumen.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian dilakukan di Sucofindo. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan studi pustaka. Teknik yang digunakan dalam menganalisis data dengan menggunakan metode *non statistic* yaitu analisis kualitatif.

Strategi yang ada di Sucofindo dalam menangani keluhan konsumen adalah dengan cara persuasif terhadap konsumen. Bagian *customer relations* berusaha untuk membujuk konsumen agar konsumen tidak marah lagi terhadap Sucofindo. *Customer relations* selalu meminta maaf atas ketidaknyamanan yang konsumen rasakan, meskipun setelah diklarifikasi belum tentu Sucofindo yang melakukan kesalahan. Semua anggota *customer relations* di Sucofindo dituntut untuk mampu memberikan pelayanan sekaligus mampu menangani keluhan konsumen.

Kata Kunci: Strategi, *Customer Relations*, Keluhan Konsumen

ABSTRACT

University of Muhammadiyah Yogyakarta

Social And Political Faculty Science

Departemen Science Communications

Concentration of Public Relation

Evi Susilawati 20050530177

The Customer Relations Strategy at Sucofindo in The Backup Customer Complaint

Year of Research: 2012 + 89 pages + 6 tables + 4 attachments

References : 28 books (1989-2008)

The customer complaint is important to backup. The many customer complaint make Sucofindo have customer relations strategy. It is make the writer interest to research "The Customer Relations Strategy at Sucofindo in The Backup Customer Complaint". The problem in this research are: (1) how the customer relations strategy in the backup customer complaint?; (2) What are the support and difficult factor in the backup customer complaint at Sucofindo?

The customer relations in organization give service to customer. The customer relations in organization must make good relationship between organization and customer. The customer complaint happen because they are have bad feeling. The complaint must be backup because it makes customer satisfaction.

This is descriptive research. The research at Sucofindo The collecting data use observation, interview and library research. The analysis data used non statistic with qualitative analysis.

The strategy at Sucofindo in the backup customer complaint is used persuasive to customer. The customer relations must to make a customer happy. Customer relations do apologize to customer because maka customer did non satisfaction.

Key Words: Strategy, Customer relations, Customer Complaint