

**Strategi *Customer Relations* Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan PT. Davitama Kreasi di Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2021**

Dosen Pembimbing: Dr. Yeni Rosilawati, S.IP, S.E, M.M

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Prodi Ilmu Komunikasi Universitas  
Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh :**

**Tiara Ayu Ferdita**

**20180530028**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang membuat pernyataan di bawah ini:

Nama : Tiara Ayu Ferdita

NIM : 20180530028

Konsentrasi : *Public Relations*

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **Strategi *Customer Relations* Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan PT. Davitama Kreasi di Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2021**, adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Yogyakarta, 21 Oktober 2022



Tiara Ayu Ferdita

## MOTTO

*People who achieve success are not always smart people. People who always achieve success are persistent and never give up*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan tulisan ini kepada pihak – pihak yang sudah mendukung serta membantu penulis dari awal hingga akhir penelitian yang di dalamnya banyak sekali suka dan dukanya. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak karena sudah mau menjadi salah satu bagian dalam menyelesaikan penelitian ini.

1. Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia sehingga tugas akhir saya bisa terselesaikan dengan baik.
2. Kepada orang tua saya dan juga keluarga besar saya yang selalu mendukung, mendoakan saya di setiap harinya.
3. Kepada diri saya sendiri, Tiara Ayu Ferdita yang sudah mau berjuang dan tidak menyerah  
dari awal sampai dengan sekarang, walaupun ini tidak mudah i'm so proud of myself.
4. Ibu Dr. Yeni Rosilawati, S.IP, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing saya yang sudah sabar dan pengertian dalam membimbing penulis hingga akhir penyusunan.
5. Ibu Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos, M.Si dan ibu Dr. Tri Hastuti Nur Rochimah, S.Sos, M.Si selaku Dosen Penguji yang memberikan banyak masukan kepada penulis.
6. Kepada sahabat saya Dhona, Afifah, Ariel yang sudah membantu dan selalu ada dari awal hingga akhir penelitian ini.

7. Kepada Bagus Tri Darmadi, yang telah memberikan semangat serta dukungan dari awal hingga akhir penelitian ini.
8. Kepada seluruh informan penelitian yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk pengumpulan data pada tugas akhir ini.
9. Kepada semua pihak yang telah berjasa dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

## **KATA PENGANTAR**

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirabbil'alamin puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang selalu melimpahkan nikmat, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan juga salam tidak lupa penulis panjatkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW yang telah menghantarkan petunjuk dari Allah sebagai pedoman kita di dunia maupun di akhirat kelak.

Skripsi ini merupakan karya dari mahasiswa akhir yang disusun secara individu sebagai syarat utama untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata-1 ( S1 ) pada program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Sebagai mahasiswa Strata-1, penulis merasa bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis selalu mengharapkan masukan serta bimbingan dari para dosen maupun pembaca sekalian. Meskipun terdapat banyak kesalahan Alhamdulillah dengan izin Allah dan bantuan dari banyak pihak sehingga penulis bisa berhasil menyelesaikan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini penulis ingin memberikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada beberapa pihak yang membantu, membimbing serta mendorong semangat penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dari awal hingga akhir penyusunan. Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.
2. Kedua orang tua penulis atas dukungan, kasih sayang, dan doa yang tidak pernah putus.
3. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P., IPM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si selaku Ka Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Ibu Dr. Yeni Rosilawati, S.IP, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing saya yang sudah sabar dan pengertian dalam membimbing penulis hingga akhir penyusunan.
6. Ibu Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos. M.Si dan Dr. Tri Hastuti Nur Rochimah, S.Sos. M.Si selaku Dosen Penguji yang memberikan banyak masukan kepada penulis.
7. Kepada seluruh Dosen dan Staf Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
8. Kepada PT. Davitama Kreasi yang telah membantu memberikan informasi dan juga data-data dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak guna menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 30 Desember 2022



Tiara Ayu Ferdita

## DAFTAR ISI

<b>MOTTO</b> .....	<b>II</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>III</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>V</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>VII</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>X</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>XI</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH .....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH .....	8
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	9
1.4 MANFAAT PENELITIAN .....	9
1.4.1 Secara Teoritis.....	9
1.4.2 Secara Praktis .....	10
1.5 KAJIAN TEORI.....	10
1.5.1 Customer Relations Management (CRM).....	10
1.5.2 Business to business (B2B) .....	20
1.5.3 Kepuasan Pelanggan .....	23
1.6 METODE PENELITIAN .....	24
1.6.1 Jenis Penelitian.....	24
1.6.2 Lokasi dan Subjek Penelitian .....	25
1.6.3 Sumber Data .....	25
1.6.4 Metode Pengumpulan Data.....	26
1.6.5 Teknik Analisis Data .....	29
1.6.6 Uji Validitas Data .....	30
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PT. DAVITAMA KREASI</b> .....	<b>31</b>
2.1 PROFIL PT. DAVITAMA KREASI .....	31
2.2 VISI DAN MISI PT. DAVITAMA KREASI .....	32
2.3 PROGRAM <i>CUSTOMER RELATIONS</i> PT. DAVITAMA KREASI.....	32
2.4 KLASIFIKASI PT. DAVITAMA KREASI .....	33
2.5 JENIS-JENIS PRODUK JASA PT. DAVITAMA KREASI.....	34
2.6 STRUKTUR ORGANISASI PT. DAVITAMA KREASI.....	36
2.7 MAKNA LOGO.....	36
2.8 TUGAS POKOK DAN FUNGSI .....	37
<b>BAB III SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA</b> .....	<b>42</b>
3.1 SAJIAN DATA .....	42
3.1.1 <i>Customer Relation Management (CRM) pada PT. Davitama Kreasi</i> .....	42



3.1.2	<i>Penerapan Strategi Customer Relation Management (CRM) pada PT. Davitama kreasi untuk Kepuasan Pelanggan.....</i>	48
3.1.3	<i>Faktor kekuatan pelayanan dalam meningkatkan Kepuasan Customer.....</i>	54
3.1.4	<i>Faktor penghambat Strategi Customer Relations Management (CRM) dalam meningkatkan kepuasan pelanggan .....</i>	57
3.2	ANALISIS DATA.....	61
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>66</b>
4.1	KESIMPULAN .....	66
4.2	SARAN.....	67
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>69</b>

## DAFTAR GAMBAR

gambar 1.1 Keterlambatan Konstruksi Dikarenakan Covid-19 .....	3
Gambar 1.2 Presentasi Data Capaian Proyek Konstruksi Pt. Davitama Kreasi .....	4
Gambar 1.3 Proyek Pembangunan Pt.Davitama Kreasi .....	5
Gambar 2.1 Struktur Organisasi Pt. Davitama .....	36
Gambar 2.2 Logo Pt. Davitama Kreasi .....	36
Gambar 3.1 Jadwal Jam Buka Kantor Pt. Davitama Kreasi .....	45
Gambar 3.2 Akun Media Sosial Instagram Pt. Davitama Kreasi .....	46
Gambar 3.3 Komunikasi Pt. Davitama Kreasi Kepada Pelanggan Melalui <i>Email</i>	47
Gambar 3.4 Sistem Penyampaian Pt. Davitama Kreasi.....	51