

**STRATEGI *CUSTOMER RELATIONS* TITIPAN KILAT CABANG
YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN
PELANGGAN**

***STRATEGI OF CUSTOMER RELATIONS TITIPAN KILAT BRANCH IN
YOGYAKARTA IMPROVING CUSTOMER SATISFACTION***

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Strata Satu (S-1)

Pada

**Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



Disusun Oleh :

Hilman Permana

20010530154

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

2006

HALAMAN PERSETUJUAN

Nama Penyusun : Hilman Permana

No. Mahasiswa : 20010530154

Disetujui Oleh :

Pembimbing



Yeni Rosilawati, S. IP, SE. MM

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada :

Hari/ Tanggal : Senin, 02 Oktober 2006

NIM : 20010530154

Tempat : Ruang Lab Komunikasi

Susunan Tim Penguji

Ketua



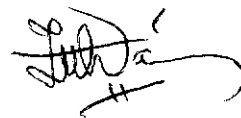
Yeni Rosilawati, S. IP, SE. MM

Penguji I



Muria Endah Sukowati, S. IP

Penguji II



Zuhdan Aziz, S. IP, S. Sn

KATA PENGANTAR



Assalamu 'Alaikum Wr. Wb.

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini, yang berjudul “ Strategi *Customer Relations* PT TITIPAN KILAT Cabang Yogyakarta Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan ”. Dalam rangka menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S-1) di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Skripsi ini merupakan salah satu prasyarat akademik guna memperoleh gelar Sarjana.

Penulis berharap Skripsi ini bermanfaat bagi penulis, perusahaan, pembaca, serta pihak-pihak yang membutuhkan. Tidak lupa penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya kepada semua pihak apabila dalam penulisan Skripsi ini terdapat banyak kekurangan serta kesalahan, bahkan jauh dari kesempurnaan.

Penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan serta dorongan kepada penulis hingga terselesaikannya Skripsi ini. Untuk itu, penulis ucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT atas semua Limpahan Rahmat dan Karunia-Nya.
2. Bapak Dr. H. Khoirudin Bashori, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Trihastuti Nur R, M. Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Ibu Yeni Rosilawati, S. IP, SE. MM, selaku Dosen Pembimbing, penulis ucapkan terimakasih atas waktu dan kesabarannya dalam memberikan masukan dan idenya sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi ini.
5. Ibu Muria Endah Sukowati, S. IP, selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan kritik dan saran dalam Skripsi saya.
6. Bapak Zuhdan Aziz, S. IP, S. Sn, selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan kritik dan saran dalam Skripsi saya.
7. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi UMY atas semua Ilmu yang diberikan.
8. Bapak Husain, terimakasih atas semua informasi Skripsinya.
9. Kedua Orang Tuaku, Ayah dan Ibu tercinta yang telah memberikan do'a dan kasih sayang, Alhamdulillah anakmu ini bisa menyelesaikan Skripsi.
10. Adekku (Eka Andriani), terimakasih atas motivasi dan kesabaranmu.
11. Bapak Imam, selaku Manajer PT TIKI Cabang Yogyakarta yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian.
12. Mas Siswanto, selaku *Customer Service* PT TIKI Cabang Yogyakarta yang telah banyak membantu kelancaran dalam skripsi ini, serta semua pihak PT TIKI cabang Yogyakarta atas kerjasama informasinya.
13. Teman seperjuanganku Jurusan Ilmu Komunikasi 2001- C.
14. Teman-teman dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu.

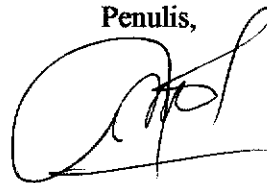
Semoga Amal dan kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini diterima oleh Allah SWT, Amin.....

Semoga Skripsi ni dapat bermanfaat bagi penulis Khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamu'Alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 11 Oktober 2006

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Hilman Permana', written over a horizontal line.

Hilman Permana

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Motto	iv
Halaman Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Terima Kasih	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Bagan	xiii
Bab I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
C.1 Tujuan Penelitian	9
C.2 Manfaat Penelitian	9
D. Kerangka Teori	10
1. Definisi <i>Public Relations</i>	10
a. Pengertian <i>Public Relations</i>	10
b. Fungsi <i>Public Relations</i>	13
c. Tujuan <i>Public Relations</i>	17
d. Sasaran <i>Public Relations</i>	17
2. Pengertian <i>Customer Relations</i>	19
3. Konsep Kepuasan Pelanggan Dalam Bidang Jasa	22
E. Metodologi Penelitian	24

Bab II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Perkembangan Perusahaan	39
B. Sejarah Perkembangan Perusahaan	40
C. Lokasi Perusahaan	43
D. Visi, Missi dan Aksi	43
E. Tujuan Berdirinya Perusahaan	45
F. Struktur Organisasi	45
G. Tugas dan Wewenang	47
H. Layanan	50
I. Jenis- Jenis Layanan	52
J. Agen TIKI Cabang Yogyakarta	54
K. Promosi	56
L. Gambaran Umum Personalia	57
M. Gambaran Umum Pelanggan	60

Bab III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	
I. Kegiatan <i>Public Relations</i> PT TIKI cabang Yogyakarta ...	62
II. Strategi <i>Customer Relations</i> PT TIKI Cabang Yogyakarta ..	67
III. Keluhan Pelanggan PT TIKI Cabang Yogyakarta	76
IV. Proses Penanganan Masalah	84
V. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi <i>Customer Relations</i> PT TIKI Cabang Yogyakarta	87
B. PEMBAHASAN	89

Bab IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	103
B. Saran	106

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1, <i>Competitor</i> TIKI Cabang Yogyakarta	6
Tabel 2, Agen TIKI Cabang Yogyakarta	55
Tabel 3, Tingkat Keluhan Pelanggan PT TIKI Cabang Yogyakarta	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1, Aktifitas <i>Customer Relations</i> PT TIKI Cabang Yogyakarta	68
Gambar 2, Tempat Parkir PT TIKI Cabang Yogyakarta	100

DAFTAR BAGAN

Bagan 1, Konsep Kepuasan Pelanggan	28
Bagan 2, Struktur Organisasi PT TIKI Cabang Yogyakarta	46
Bagan 3, Struktur Organisasi <i>Customer Relations</i> PT TIKI Cabang Yogyakarta dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan	69

ABSTRAKSI

Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa saat ini cukup banyak, mulai dari jasa asuransi, telekomunikasi, hiburan televisi, pendidikan, perhotelan, pengiriman dan lain-lain. Semua perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa membutuhkan adanya pelanggan yang bisa mengkonsumsi atau memakai jasa tersebut berulang kali, hal ini menyebabkan persaingan dalam bidang jasa saat ini sangat ketat. Suatu perusahaan dikatakan sukses apabila dia mampu bertahan dalam menjalankan usahanya dan memperoleh pelanggan sebanyak mungkin. Pelanggan merupakan aset yang sangat berharga bagi perusahaan untuk memperoleh pendapatan bagi perusahaan. PT TIKI perusahaan yang bergerak dalam jasa pelayanan kiriman barang atau paket saat ini bisa diandalkan oleh sebagian masyarakat di Indonesia sebagai jasa pengiriman. Perusahaan yang mempunyai beberapa cabang dikota-kota besar diseluruh Indonesia termasuk di Yogyakarta. PT TIKI cabang Yogyakarta dalam menjalankan usahanya sebagai jasa pengiriman lebih mengedepankan kualitas pelayanan bagi *customer*-nya, oleh karena itu PT TIKI cabang Yogyakarta menjalin hubungan dengan pelanggan sangat diperlukan. Pelanggan yang ada harus dibina dan dijaga sebaik mungkin agar pelanggan tidak beralih pada perusahaan jasa pengiriman lainnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *customer relations* (hubungan pelanggan) yang dilakukan PT TIKI cabang Yogyakarta dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, selain itu peneliti juga ingin mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat strategi *customer relations* (hubungan pelanggan) PT TIKI cabang Yogyakarta dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dalam melakukan pelaksanaannya peneliti menggunakan metode studi deskriptif yaitu pemecahan suatu masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subyek atau obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta di tempat penelitian, untuk melengkapi hasil penelitian teknik analisa data yang dilakukan peneliti adalah dengan pengumpulan data-data yang diperoleh dengan menggunakan teknik wawancara, pengamatan langsung (observasi) dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan di PT TIKI Cabang Yogyakarta dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi *customer relations* yang dilakukan PT TIKI Cabang Yogyakarta dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah memberikan *service* sebaik mungkin, mulai dari menerima komplain dari *customer*, kemudian penanganan klaim dan proses *delivery*. Kegiatan *customer relations* PT TIKI Cabang Yogyakarta dilakukan oleh bagian *customer service* berjumlah dua orang, dalam pelaksanaannya petugas ini secara bersama-sama menjalankan aktifitasnya mulai dari memberikan pengarahan prosedur pengiriman PT TIKI, menerima masukan dan keluhan dari *customer* atau pelanggan. Adanya keluhan dari pelanggan merupakan salah satu motifasi perusahaan untuk memperbaiki kinerja karyawannya dilapangan agar perusahaan bisa bekerja semaksimal mungkin untuk meningkatkan kepuasan bagi pelanggannya mengingat di Yogyakarta perusahaan dalam bidang jasa pelayanan kiriman barang cukup banyak.