

ABSTRAKSI

Belakangan ini pertumbuhan bisnis *event organizer* khususnya di Yogyakarta mengalami perkembangan yang cukup pesat. Bisnis *event organizer* menjadi salah satu peluang bisnis yang menjanjikan masa depan memadai. PT. Mavindo Pratama merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa *event organizer*. Sebagai pemain utama bisnis *event organizer* di DIY dan Jawa Tengah, hampir semua pameran besar selalu melibatkan Mavindo.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi *customer Relations* PT. Mavindo Pratama, mengetahui alasan-alasan pemilihan strategi *customer relations* serta mengkaji faktor pendukung dan faktor penghambat pelaksanaan program *customer relations* di PT. Mavindo Pratama dalam mendapatkan kepercayaan untuk menangani penyelenggaraan suatu event.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang bertujuan menggambarkan fakta tentang kegiatan *customer relations* di PT. Mavindo Pratama dalam mendapatkan kepercayaan untuk menangani penyelenggaraan suatu event. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif, artinya penelitian akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata/ lisan dari orang-orang/ perilaku yang diamati. Sedangkan untuk mengukur validitas data digunakan triangulasi data.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan di PT Mavindo Pratama, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa kegiatan *customer relations* di PT Mavindo Pratama sudah berjalan dengan baik. PT. Mavindo Pratama selalu merencanakan program *customer relations* secara kontinyu baik dalam jangka waktu pendek maupun jangka waktu panjang. Dalam menjalankan kegiatan *customer relations* strategi yang diterapkan oleh PT. Mavindo Pratama adalah dengan memberikan kepuasan dan mengadopsi semua komplain untuk segera ditindak lanjuti. Perusahaan juga mempunyai bagian khusus yang menangani kegiatan *customer relations* yaitu *public relations* yang merupakan ujung tombak perusahaan yang berhadapan langsung dengan klien. Kerjasama yang baik antara *Public relations* dengan seluruh karyawan untuk memberikan pelayanan yang prima kepada klien secara otomatis mempengaruhi kepuasan klien untuk tetap menjadi pelanggan dan untuk menaruh kepercayaan yang tinggi terhadap PT. Mavindo Pratama