ABSTRAK

Riza Ardita. 12321125. *Strategi Customer Relationship PT. Kantor Pos Besar Yogyakarta dalam Upaya Peningkatan Loyalitas Konsumen.* Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2017.

Pentingnya customer relationship membuat PT. Kantor Pos Besar Yogyakarta hingga kini masih mampu bersaing dengan perusahaan sejenis lain yang muncul di kalangan masyarakat. Sebagai pelopor jasa perposan di Indonesia yang awalnya bergerak pada bidang surat menyurat, kemajuan teknologi dan informasi mendorong perusahaan untuk menjaga iklim bisnis dengan berbenah memperbaiki layanan menjadi semakin inovatif. Adanya customer relationship tersebut untuk membangun dan membina hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan publik.

Kegiatan customer relationship pada perusahaan ditangani oleh divisi customer service dalam melakukan peran dan tugas untuk memberikan pelayanan kepada publik. Hal tersebut sesuai dengan teori Wilcox bahwa kegiatan yang dilakukan meliputi informasi konsumen (consumer information) dan penangan konsumen (complaint handling). Penelitian ini menggunakaan metode penelitian kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang diarahkan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan apa adanya mengenai fakta atau fenomena sosial tertentu. Dalam hal ini kaitannya untuk menganalisis data yang diperoleh sehingga dapat diketahui bagaimana strategi customer relationship yang diterapkan di PT. Kantor Pos Besar Yogyakarta.

Hasil dari penelitian terkait strategi customer relationship meliputi peran dan tugas customer service PT. Kantor Pos Besar Yogyakarta dalam menjalankan fungsi utamanya yakni menyampaikan informasi dan memberikan pelayanan prima kepada publik dengan menerapkan 3 S (Senyum, Salam, Sapa), memberikan komitmen yang sesuai dengan SOP sebagai panduan terkait prosedur kerja, memperhatikan dan menjaga performance juga attitude dalam bekerja, serta memberikan solusi dalam menangani keluhan-keluhan yang dialami oleh pelanggan pos. Peran customer service sangat penting karena berada pada bagian depan PT. Kantor Pos Besar Yogyakarta yang melayani secara langsung kebutuhan publik, sehingga dapat terjalin hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan publik yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

Kata kunci: Strategi, customer relationship, loyalitas, konsumen, PT. Kantor Pos Besar Yogyakarta

ABSTRACT

Riza Ardita. 12321125. *Customer Relationship Strategies to Escalate The Customer Loyalty in PT. Kantor Pos Besar Yogyakarta*. Bachelor Thesis. Communication Studies Courses, Faculty of Psychology and Social Sciences Culture, Islamic University of Indonesia. 2017.

The importance of customer relationship makes the PT. Kantor Pos Besar Yogyakarta is still able to compete with other similar companies that appear among the public. As a pioneer in the Indonesia postal service originally focused on the field of correspondence, technological advancement and information encourages companies to keep first settled with the business climate improve services to become more innovative. The presence of the customer relationship to build and foster harmonious relationships between companies with the public.

The company's customer relationship activities handled by the customer service division in performing their role and duty to provide services to the public. It is in accordance with the theory of Wilcox that activities conducted include consumer information and complaint handling. This research using descriptive qualitative method, i.e research directed to illustrate and describe about facts or particular social phenomena. In this connection for analyzing the data obtained so that it can be known how the customer relationship strategies applied in PT. Kantor Pos Besar Yogyakarta.

The results of this research are the role and duties of the customer service PT. Kantor Pos Besar Yogyakarta in carrying out its main function i.e. convey information and provide excellent service to the public by applying 3 S (Senyum, Salam,Sapa), gave a commitment in accordance with SOP as guidelines related work procedures, pay attention and maintain performance also attitude in work, as well as provide solutions as well as handling complaints experienced by postal customers. The role of the customer service is very important because it is on the front of the PT. Kantor Pos Besar Yogyakarta serving directly the needs of the public, so it can be a harmonious relationship between entwined company with the public that can increase consumer loyalty.

Keywords: strategy, customer relationship, loyalty, consumer, PT. Kantor Pos Besar Yogyakarta