

**STRATEGI KOMUNIKASI *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT (CRM) PADA WARKOP CAK RI DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

SKRIPSI



OLEH

TEDY DWI YULIANSYA
19043010350

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI KOMUNIKASI *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT (CRM) PADA WARKOP CAK RI DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

Disusun oleh:



Tedy Dwi Yuliansya
NPM. 19043010350

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,
PEMBIMBING



Heidy Arviani, S.Sos., M.A
NIP. 198511072018032001

Mengetahui,
DEKAN FISIP



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI KOMUNIKASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
(CRM) PADA WARKOP CAK RI DALAM MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS PELANGGAN

Oleh:

Tedy Dwi Yuliansya
NPM. 19043010350

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada tanggal 07 Juli 2023

Pembimbing


Heidy Arviani, S.Sos., M.A
NIP. 198511072018032001

Tim Penguji,

1. Ketua


Dyva Claretta, Dra., M.Si
NIP. 196601072021212001


2. Sekretaris


Heidy Arviani, S.Sos., M.A
NIP. 198511072018032001

3. Anggota


Windri Saifudin, S.Sos., M.Med.Kom
NPT. 21119850518326

Mengetahui.
DEKAN FISIP


Dr. Catur Suranoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Nama : Tedy Dwi Yuliansya

NPM : 19043010350

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi *Customer Relationship Management (CRM)* Pada Warkop Cak Ri Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan

Dengan ini menyatakan :

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diajukan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 13 Juli 2023

Yang Menyatakan,



(Tedy Dwi Yuliansya)

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, yang telah memberi petunjuk bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi *Customer Relationship Management* (CRM) Pada Warkop Cak Ri Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan kelulusan Pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam proses penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai hambatan yang tidak terhindarkan. Namun, berkat bantuan, bimbingan, dan doa yang diberikan oleh berbagai pihak, skripsi ini berhasil diselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada pihak – pihak berikut:

1. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jatim.
2. Dr. Syafrida N. Febriyanti, S.Sos., M.Med.Kom selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jatim.
3. Heidy Arviani, S.Sos., M.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar selalu mendukung dan membantu penulis untuk segera menyelesaikan penyusunan skripsi.
4. Dosen Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur atas ilmu yang telah diberikan.

5. Untuk Ayah dan Ibu atas segala dukungan yang selalu diberikan, kasih sayang dan doa yang selalu dipanjatkan tanpa pernah putus untuk penulis.
6. Pada seluruh rekan penulis dan teman ngopi Cak Ri yang telah memberikan dukungan moril maupun materil bagi penulis untuk selalu mengerjakan skripsi.
7. Pada seluruh informan yang telah berkenan membantu peneliti dan berkontribusi dalam kemajuan kajian ilmu komunikasi.
8. Rasulullah SAW dan para sahabat nabi yang telah memberi motivasi penulis untuk tetap kuat menjalani kehidupan.
9. Yang terakhir, penulis ingin berterima kasih pada diri sendiri atas kesediaanya untuk kuat dan tabah mengerjakan skripsi.

Penulis dengan sadar mengakui bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Penulis sangat terbuka terhadap kritik, saran, dan masukan yang dapat membantu meningkatkan kualitas penelitian ini. Penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pembaca dan khalayak, terutama bagi penulis sendiri.

Gresik, 05 Mei 2023

Penulis

Tedy Dwi Yuliansya

**STRATEGI KOMUNIKASI *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT (CRM) PADA WARKOP CAK RI DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

Tedy Dwi Yuliansya

19043010350

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan bagaimana Warkop Cak Ri menerapkan strategi komunikasi *customer relationship management* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan analisis kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena peneliti membutuhkan informasi dari informan sebagai data penelitian. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti. Data yang terkumpul dianalisis dengan reduksi data, penyajian data, dan memverifikasi data atau penarikan kesimpulan. Warkop Cak Ri menerapkan strategi komunikasi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan melalui empat tahapan, yaitu *fact finding*, *planning*, *action and communication*, dan *evaluation*. Selain itu, Warkop Cak Ri juga menerapkan strategi *customer relationship management* dengan memberikan *financial benefit* kepada pelanggan seperti diskon, kupon, dan *freegift*. Dalam hal *social benefit*, Warkop Cak Ri membuat program pelatihan akademi, program jumat berkah, dan *campaign*, serta aktif menyapa pelanggan dan mengingat preferensi layanan pelanggan. Serta pada *structural ties*, Warkop Cak Ri menyediakan informasi terbaru melalui media sosial, memberikan layanan eksklusif, dan memberikan penghargaan individual melalui *event* yang diadakan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, *Customer Relationship Management*, Loyalitas pelanggan, *Financial Benefit*, *Social Benefit*, *Structural Ties*

ABSTRACT

The aim of this study is to analyze and describe how Warkop Cak Ri implements a customer relationship management communication strategy to increase customer loyalty. The research method used is descriptive research with qualitative analysis. This approach is chosen because researchers need information from informants as research data. Data is obtained through observations, interviews, and documentation carried out by researchers. The collected data is analyzed through data reduction, data presentation, and data verification or conclusion drawing. Warkop Cak Ri implements a communication strategy that instills customer loyalty through four stages, namely fact-finding, planning, action and communication, and evaluation. In addition, Warkop Cak Ri also implements a customer relationship management strategy by providing financial benefits to customers, such as discounts, coupons, and free gifts. In terms of social benefit, Warkop Cak Ri makes academic training programs, blessed Friday programs, and campaigns, as well as actively greeting customers and remembering customer service preferences. As well as structural ties, Warkop Cak Ri provides the latest information through social media, provides exclusive services, and provides individual awards through events held.

Keywords: Strategy of Communication, Customer Relationship Management, Loyalty of Customers, Financial Benefit, Social Benefit, Structural Ties

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Akademis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori.....	20
2.2.1 Fenomena Kedai Kopi di Indonesia.....	20
2.2.2 Strategi Komunikasi.....	22
2.2.3 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	25
2.2.4 Loyalitas Pelanggan	28
2.3 Kerangka Berpikir.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Metode Penelitian	31
3.3 Definisi Konseptual.....	32
3.4 Lokasi Penelitian.....	34

3.5	Subjek atau Objek Penelitian	35
3.5.1	Kriteria Subjek Penelitian	35
3.5.2	Objek Penelitian	35
3.6	Teknik Penentuan Informan	35
3.7	Teknik Pengumpulan Data	36
3.8	Teknik Analisis Data	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		40
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.1.1	Gambaran Umum Strategi Komunikasi <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	40
4.1.2	Gambaran Umum Warkop Cak Ri	41
4.1.3	Struktur Organisasi Warkop Cak Ri	43
4.1.4	Visi dan Misi Warkop Cak Ri	44
4.1.5	Media Sosial	45
4.2	Identitas Informan	45
4.2.1	Informan 1	45
4.2.2	Informan 2	46
4.2.3	Informan 3	47
4.3	Penyajian dan Analisis Data	47
4.3.1	Strategi Komunikasi Warkop Cak Ri dalam mempertahankan loyalitas pelanggan	50
4.3.2	Strategi Komunikasi <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan	63
4.4	Pembahasan	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		87
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Saran	88
DAFTAR PUSTAKA		90
LAMPIRAN		95

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matrik Penelitian Terdahulu	16
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Sumber: DataIndonesia.id	2
Gambar 1. 2 Logo Warkop CR1. Sumber gambar: Instagram.com/warkop.cr1.....	7
Gambar 1. 3 Grafik Jumlah Produksi Kopi Bubuk CR1. Sumber: Yaqin (2017)...	7
Gambar 1. 4 Penghargaan Warkop CR1. Sumber: facebook.com/cr1coffee.official	8
Gambar 2. 1 Produsen Kopi Terbesar di dunia, Sumber: International Coffee Organization (2020).....	21
.....	21
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Interview Guide	95
Lampiran 2: Transkrip Wawancara	98
Lampiran 3: Riwayat Hidup	121
Lampiran 4: Lembar Bimbingan	122