

# **BAB I.**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

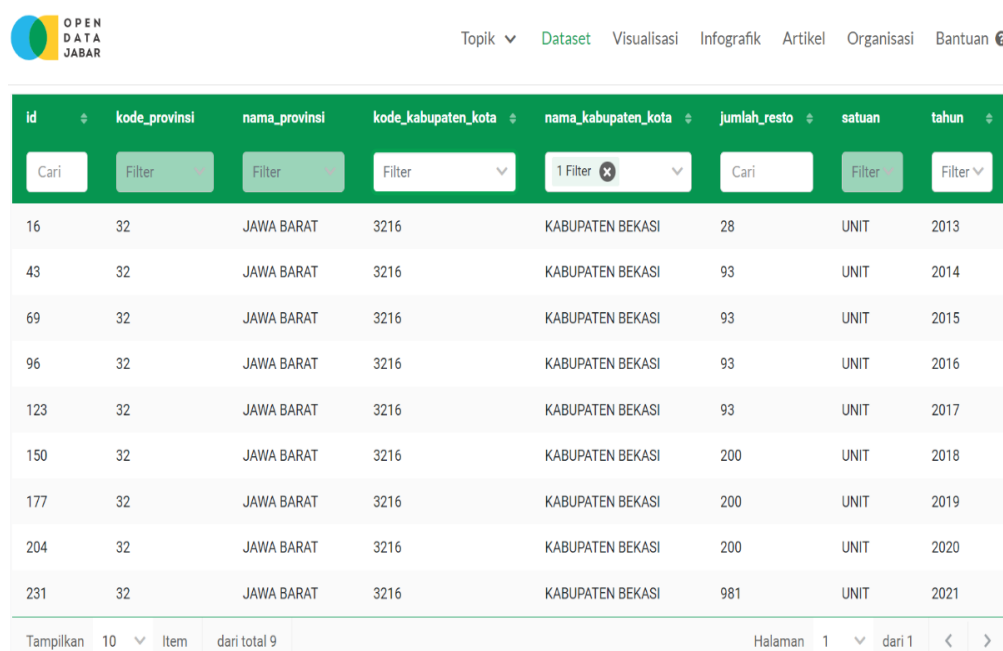
Dalam menjalankan bisnis, *customer* atau pelanggan menjadi salah satu aset penting dalam suksesnya penjualan yang harus dijaga oleh setiap perusahaan. Peran pelanggan sangat berarti bagi kelangsungan suatu bisnis dalam jangka panjang. Hal tersebut membuat perusahaan harus berusaha selalu memberikan yang terbaik agar pelanggan merasa puas terhadap produk atau jasa yang perusahaan tawarkan. Dengan adanya rasa puas yang dirasakan oleh *customer*, maka *customer* dengan sendirinya akan melakukan pembelian ulang pada perusahaan tersebut, tidak berpindah ke kompetitor, dan bahkan merekomendasikan produk atau jasa perusahaan tersebut kepada orang lain sehingga terbentuknya loyalitas pelanggan.

Untuk mempertahankan loyalitas *customer* atau pelanggan, setiap perusahaan harus mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan. Maka pentingnya perusahaan membangun komunikasi dengan pelanggan. Salah satu hasil yang dibangun dari komunikasi yang baik dengan pelanggan adalah terbangunnya hubungan dengan pelanggan. Perusahaan perlu meningkatkan komunikasi dengan pelanggan dan menyatakan kepeduliannya pada pelanggan karena salah satu karakteristik dari sebuah hubungan yang bekerja dengan baik adalah komunikasi dua arah. Dengan adanya komunikasi antara perusahaan dan pelanggan, dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, sehingga loyalitas pelanggan terjaga. Disinilah diperlukan peran *Public Relations* dalam mendukung perusahaan melakukan strategi komunikasi tersebut untuk menjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan. Bentuk komunikasi yang dapat dilakukan perusahaan terhadap pelanggan adalah melalui kegiatan *customer relations*, yaitu segala kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan pelanggan

agar terciptanya hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan para pelanggannya sehingga loyalitas pelanggan terjaga.

Beberapa tahun terakhir fenomena kegiatan mengonsumsi kopi di Indonesia menjadi sebuah tren di kalangan millennial. Hal ini mengakibatkan maraknya bisnis *coffee shop* bermunculan. Berbagai outlet kopi sederhana serta kafe *modern* menjamur sehingga dengan mudah ditemukan baik di kota besar maupun di daerah. Berdasarkan data yang didapat melalui situs resmi pemerintah provinsi Jawa Barat (<https://opendata.jabarprov.go.id/>), jumlah bisnis di bidang *food & beverages* (restoran, kafe, *coffee shop*) yang berada di Kabupaten Bekasi tercatat mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2018 peningkatan yang di alami mencapai lebih dari 100% dari jumlah yang ada sebelumnya, yaitu sebanyak 107 gerai yang tercatat di Kabupaten Bekasi. Kemudian di tahun 2020-2021 meningkat sangat drastis dari 200 menjadi 981 gerai. Hal ini membuktikan bahwa perkembangan bisnis *coffee shop* yang marak ini tentu menimbulkan persaingan yang semakin ketat juga. Persaingan antar *coffee shop* ini mendorong para pelaku usaha untuk melakukan upaya lebih yang efektif agar *customer* tetap loyal terhadap perusahaan.

**Tabel 1.1 Data Jumlah Bisnis Restoran, Kafe, dan Coffee shop di Kabupaten Bekasi**



The screenshot shows the Open Data Jabar website interface. At the top left is the logo 'OPEN DATA JABAR'. To the right are navigation links: 'Topik', 'Dataset', 'Visualisasi', 'Infografik', 'Artikel', 'Organisasi', and 'Bantuan'. Below the navigation is a table with 8 columns: 'id', 'kode\_provinsi', 'nama\_provinsi', 'kode\_kabupaten\_kota', 'nama\_kabupaten\_kota', 'jumlah\_resto', 'satuan', and 'tahun'. The table contains 9 rows of data, showing an increasing trend in the number of businesses from 28 in 2013 to 981 in 2021. The table has a green header and a white body. Below the table, there are controls for 'Tampilkan 10 Item dari total 9' and 'Halaman 1 dari 1'.

| id  | kode_provinsi | nama_provinsi | kode_kabupaten_kota | nama_kabupaten_kota | jumlah_resto | satuan | tahun |
|-----|---------------|---------------|---------------------|---------------------|--------------|--------|-------|
| 16  | 32            | JAWA BARAT    | 3216                | KABUPATEN BEKASI    | 28           | UNIT   | 2013  |
| 43  | 32            | JAWA BARAT    | 3216                | KABUPATEN BEKASI    | 93           | UNIT   | 2014  |
| 69  | 32            | JAWA BARAT    | 3216                | KABUPATEN BEKASI    | 93           | UNIT   | 2015  |
| 96  | 32            | JAWA BARAT    | 3216                | KABUPATEN BEKASI    | 93           | UNIT   | 2016  |
| 123 | 32            | JAWA BARAT    | 3216                | KABUPATEN BEKASI    | 93           | UNIT   | 2017  |
| 150 | 32            | JAWA BARAT    | 3216                | KABUPATEN BEKASI    | 200          | UNIT   | 2018  |
| 177 | 32            | JAWA BARAT    | 3216                | KABUPATEN BEKASI    | 200          | UNIT   | 2019  |
| 204 | 32            | JAWA BARAT    | 3216                | KABUPATEN BEKASI    | 200          | UNIT   | 2020  |
| 231 | 32            | JAWA BARAT    | 3216                | KABUPATEN BEKASI    | 981          | UNIT   | 2021  |

Salah satu *coffee shop* yang cukup terkenal dan ramai dikunjungi di daerah Tambun yaitu Berdikari Kopi. *Coffee shop* yang beralamat di Jl.Mekarsari Tengah no.19E, Mekarsari, kecamatan Tambun Selatan, ini memiliki lokasi yang strategis yaitu berjarak sekitar 900m dari Stasiun Tambun sehingga menjadi akses yang dilewati khalayak ramai. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Berdikari (25/11), ada sekitar lebih dari 150 pengunjung di Berdikari Kopi setiap harinya.

Berdikari Kopi memulai bisnisnya pada tahun 2018 sebagai tempat kopi kecil sederhana yang menggunakan gerobak dan tenda yang hanya menampung kapasitas kurang dari 20 orang. Dikenal tidak hanya sebagai tempat nongkrong, Berdikari Kopi dikenal sebagai tempat yang mewadahi masyarakat (khususnya pelanggan) dalam mengekspresikan diri pada bidang seni dan sastra. Berdikari memiliki program-program kesenian yang ditujukan kepada masyarakat (khususnya pelanggan) untuk menyalurkan kreativitasnya serta bertukar ilmu seputar seni dan sastra. Hal ini membuat Berdikari Kopi digemari banyak pengunjung sehingga menghasilkan banyak pelanggan yang mampu membawa Berdikari Kopi berhasil melakukan relokasi ke tempat yang saat ini menjadi lokasi baru Berdikari Kopi, yaitu sebuah bangunan ruko luas bertingkat dengan kapasitas yang mampu menampung lebih dari 100 orang.

Dengan melakukan relokasi, tentunya Berdikari Kopi memaksimalkan usahanya untuk mencapai tujuan sesuai visinya yaitu Berdikari ingin menjadi sebuah kedai kopi profesional dan menjadi sebuah ruang kolektif di Bekasi yang mampu mewadahi hal seni dan sastra. Berdikari Kopi berusaha menyajikan yang terbaik bagi para pelanggan. Mengusung tema “Toko Kopi Bahagia, Ruang Kolektif Belajar & Apresiasi di Kabupaten Bekasi”, desain interior Berdikari Kopi bernuansa klasik modern dengan sentuhan *wall art* yang menampilkan sebuah *coffee shop* modern yang kreatif. Dilengkapi dengan wifi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dalam mengakses internet dan rak buku bacaan sebagai pemanis dalam menikmati kopi membuat identitas Berdikari Kopi sebagai *coffee shop* modern dan ruang kolektif belajar seni semakin kuat.

“Selain sebagai tempat untuk ngopi, Berdikari Kopi menjadi wadah atau ruang seni kreatif & sastra. Kami juga menyediakan beberapa buku bacaan di rak sebagai peneman menikmati kopi dan juga dengan produk-produk signature dari Berdikari Kopi sendiri” Ujar Mukhlas Prayoga, Pemilik Berdikari Kopi (25/11).

Melihat Persaingan bisnis *coffee shop* di Tambun yang semakin tinggi, Berdikari Kopi berusaha menjaga citra perusahaan selalu positif dan memastikan hubungan perusahaan dengan public internal dan eksternal selalu berjalan baik. Berdikari Kopi sebagai bisnis yang bergantung pada pelanggan merasa harus menjalin hubungan dengan pelanggan atau *Customer relations* yang baik sebagai bentuk upaya perusahaan dalam mempertahankan para pelanggannya. *Customer relations* dibangun bertujuan agar pelanggan merasa diperhitungkan keberadaannya dan memiliki hubungan yang harmonis dengan perusahaan. Sehingga pelanggan menjadi setia kepada perusahaan dan memberikan dampak yang positif bagi keberlangsungan perusahaan.

Oleh karena itu, *Customer relations* yang dilakukan Berdikari Kopi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan yaitu mengadakan program-program khusus , meningkatkan pelayanan, serta menangani keluhan pelanggan agar pelanggan tetap setia terhadap perusahaan. Kegiatan tersebut dilakukan sebagai interaksi yang dibangun Berdikari Kopi untuk menghasilkan komunikasi dua arah agar perusahaan tetap terhubung dengan pelanggan. Sehingga dengan adanya kegiatan *customer relations* diharapkan dapat menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan pelanggan dalam jangka panjang.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian skripsi dilakukan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan *customer relations* yang dilakukan oleh Berdikari Kopi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, dan faktor apa saja yang menjadi pendukung serta penghambat dalam pelaksanaan *customer relations* Berdikari Kopi dengan judul penelitian yaitu “***Customer Relations Berdikari Kopi Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan***”.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Pelaksanaan *customer relations* Berdikari Kopi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.
2. Faktor pendukung *customer relations* Berdikari Kopi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.
3. Faktor penghambat *customer relations* Berdikari Kopi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

## **1.3. Batasan Masalah**

Untuk menghindari meluasnya pembahasan, maka masalah penelitian ini dibatasi hanya pada bagaimana pelaksanaan *customer relations* Berdikari Kopi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

## **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian yaitu “Bagaimana pelaksanaan *customer relations* Berdikari Kopi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan?”.

## **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pokok permasalahan yang diidentifikasi maka tujuan penelitian yang ingin dicapai untuk mengetahui, yaitu:

1. Pelaksanaan *customer relations* Berdikari Kopi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan
2. Faktor pendukung *customer relations* Berdikari Kopi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.
3. Faktor penghambat *customer relations* Berdikari Kopi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

## **1.6. Manfaat Penelitian**

### **A. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan dalam ilmu komunikasi terkait *Customer Relations*, selain itu juga diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan yang dapat dijadikan referensi di bidang ilmu komunikasi.

### **B. Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi positif serta bahan evaluasi bagi pelaksanaan *Customer Relations* Berdikari Kopi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.