

Kegiatan *Public Relations* Votrrro Coffee And Bar Dalam Menjaga Loyalitas *Customer* Votrrro Coffee And Bar

Jeffrey, Ahmad Junaedi
jeffreycou088@gmail.com, ahmadd@fikom.untar.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara

Abstract

This research explores the Public Relations activities carried out by Votrrro Coffee and Bar in maintaining customer loyalty at Votrrro Coffee and Bar. The purpose of this research is to describe how Votrrro Coffee and bar in carrying out Public Relatuins activities to encourage the creation of Customer Loyalty to benefit Votrrro Coffee and Bar. In this study using several theories including communication theory, public relations, public relations activities, and loyalty. Research that uses qualitative descriptive methods shows that Public Relations activities are very influential for the company. To complete this study, researchers conducted in-depth interviews with six informants, namely Public Relations Votrrro Coffee and Bar, Public Relations Votrrro Coffee and Bar, Barista Time Votrrro Coffee and Bar, four customers remain in the coffee shop, by conducting observations, library research. The results of this study are about public relations Votrrro Coffee and Bar in carrying out public relations and Customer Relations activities to maintain satisfaction until the formation of customer loyalty.

Keywords: *Public Relations, Customer Loyalty, Customer Relations*

Abstrak

Penelitian ini menggali tentang kegiatan Public Relations yang dilakukan Votrrro Coffee and Bar dalam menjaga loyalitas *customer* Votrrro Coffee and Bar. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah menjabarkan bagaimana Votrrro Coffee and bar dalam menjalankan kegiatan *Public Relations* untuk mendorong terciptanya loyalitas *customer* untuk mendapatkan keuntungan bagi Votrrro Coffee and Bar. Dalam penelitian ini menggunakan beberapa teori antara lain teori komunikasi, public relations, kegiatan public relations, dan loyalitas. Penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif ini menunjukkan bahwa kegiatan Public Relations sangat berpengaruh untuk bagi perusahaan. Untuk menyelesaikan penelitian ini peneliti melakukan wawancara mendalam kepada enam narasumber yaitu Public Relations Votrrro Coffee and Bar, Public Relations Votrrro Coffee and Bar, barista time Votrrro Coffee and Bar, empat *customer* tetap koultoura coffee shop, dengan melakukan observasi, studi kepustakaan. Hasil dari penelitian ini adalah tentang public relations Votrrro Coffee and Bar dalam menjalani kegiatan public relations dan Customer Relations untuk mempertahankan kepuasan sampai terbentuknya loyalitas customer.

Kata Kunci : *Public Relations, Loyalitas Customer, Customer Relations*

1. Pendahuluan

Persaingan pasar dalam dunia bisnis sangat ini sangat pesat. Seiring dengan perkembangan globalisasi, banyak perusahaan memutar otak bagaimana cara meningkatkan kualitas pelayanan untuk menjaga loyalitas konsumen. Karena Customer yang loyal tidak akan mencari atau berpindah pada produk yang lain dengan mudah.

Kepuasan konsumen harus sangat dijaga untuk kelancaran atau kesuksesan dalam bisnis perusahaan tersebut. Dengan adanya kepuasan dari *customer* dapat tercipta hubungan harmonis antar perusahaan dengan pelanggan, jika *customer* merasa puas akan pelayanan perusahaan maka *customer* akan ada *Repeat Order* produk perusahaan kembali, lalu memberikan rekomendasi untuk orang-orang terdekat dari konsumen tersebut.

Faktor pelayanan merupakan ujung tombak eksistensi setiap perusahaan, memberikan kemudahan kepada konsumen dalam transaksi jualbeli, juga merupakan salah satu upaya setiap perusahaan untuk mempertahankan pelanggan, bahkan merangkul pelanggan baru bagi perusahaan.

Perkembangan gaya hidup di Indonesia jaman sekarang cenderung menyenangi produk instan yang mengakibatkan bertambahnya pengusaha yang menciptakan produk yang praktis untuk memenuhi keinginan konsumen. Sehingga menyebabkan berkembangnya industri *Coffee Shop* di Indonesia.

Dengan berkembangnya kopi modern yang dapat terlihat di pusat-pusat perkotaan sehingga menimbulkan tingkat konsumsi kopi masyarakat perkotaan di banding pedesaan.

Sebagai negara pertanian, pertumbuhan ekonomi nasional Indonesia dipengaruhi oleh pertumbuhan sektor pertanian dimana peran sektor pertanian lebih tinggi dibandingkan beberapa sektor lainnya.

Meningkatnya konsumsi kopi dan perubahan gaya hidup masyarakat menyebabkan mulai berkembangnya industri *Coffee Shop* di Indonesia. Perkembangan kedai kopi *modern* ini dapat terlihat di pusat-pusat perkotaan karena penduduk perkotaan memiliki sikap konsumtif yang lebih tinggi dibandingkan dengan penduduk pedesaan.

Jakarta adalah ibu kota Indonesia yang mempunyai tingkat kepadatan penduduk yang lebih di banding kota lain. Oleh karena itu Jakarta salah satu kota yang cocok untuk dijadikan tempat untuk menjalani bisnis dalam bidang *coffee Shop*. Berdasarkan penjelasan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan apa yang telah dilakukan *Votro Coffee and Bar* untuk mendapatkan *Loyalitas Customer* untuk mendapatkan keuntungan bagi *Votro Coffee and Bar*.

Landasan Teori

Public Relations

Menurut Jefkins (2003) mengatakan bahwa *Public Relations* adalah komunikasi yang terencana, ke dalam maupun keluar antara perusahaan dengan semua khalayak untuk mencapai tujuan-tujuan dan saling pengertian.

Menurut Rhenald Kasali (2006) mengatakan bahwa *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap-sikap *public*, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur perusahaan kepada publiknya, menyusun rencana, serta menjalankan program-program komunikasi dalam memperoleh pemahaman dan penerimaan *public*.

Fungsi Public Relations

Fungsi humas yang tercantum dalam *booklet* PRSA (*Public Relations Society of America*) dengan judul *Careers in Public Relations* terdapat didalam buku *Introduction to Public Relations*, dapat memberikan gambaran yang lebih khusus.

Menurut Cutlip, Center, Broom didalam buku *Introduction to Public Relations* (2005).

Public Relations adalah membantu manajemen dalam melaksanakan kebijaksanaan-kebijaksanaan dan mengembangkan hubungan yang baik dengan berbagai macam publik. *Public Relations* adalah membantu manajemen dalam melaksanakan kebijaksanaan-kebijaksanaan dan mengembangkan hubungan yang baik dengan berbagai macam publik.

Tujuan Public Relations

Menurut Frank Jefkins (2003) mendefinisikan dari sekian banyak hal yang bisa dijadikan tujuan *Public Relations* sebuah perusahaan, beberapa untuk mencapai keberhasilan *Public Relations* mempunyai tujuan dalam peran. Tujuan merupakan sesuatu yang mengarahkan kegiatan *Public Relations* sehingga tidak melenceng atau salah sasaran (Kriyantono, 2012). Secara keseluruhan tujuan dari *Public Relations* adalah untuk menciptakan citra baik perusahaan sehingga dapat menghasilkan kesetiaan public terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan (Mulyana, 2007)

2. Metode Penelitian

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kualitatif. Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Moleong, 2013).

Narasumber yang sudah memenuhi syarat akan dijadikan sebagai informan untuk tujuan penelitian, karena memiliki yang baik terhadap masalah yang berkaitan. Sebagai informan yang dipilih untuk penelitian ini ada dua yaitu:

1. *Public Relations*: Nico / 24 tahun
2. Barista: Ben / 25 tahun
3. Konsumen:
 - a. Konsumen pertama: Steven / 21 tahun / mahasiswa
 - b. Konsumen kedua: Handoko / 26 tahun / karyawan swasta
 - c. Konsumen ketiga: Adrian / 26 tahun / karyawan swasta
 - d. Konsumen keempat: Shinta / 30 tahun / karyawan swasta

3. Hasil Pembahasan Dan Penelitian

Hasil temuan penelitian melalui wawancara mendalam dengan *key informan* dan *informan* langsung pada *Votro Coffee and Bar* kurang lebih selama satu bulan, hasil penelitian dalam skripsi ini dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kegiatan *Public relations* merupakan hal yang penting bagi setiap perusahaan untuk menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Bagi sebuah organisasi atau perusahaan hubungan baik dengan pelanggannya dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam jangka panjang, oleh karena itu kegiatan *Public relations* sangat diperlukan oleh *Votro Coffee and Bar* untuk membangun hubungan baik dengan pelanggannya.

2. Votro Coffee and Bar dalam mendorong loyalitas *customer* menerapkan kegiatan *Public Relations* melalui kegiatan:
 - a. Hubungan internal
 - b. Hubungan eksternal
 - c. Publisitas
 - d. *Advertising*
 - e. *Public affairs*
3. *Public relations* Votro Coffee and Bar menyadari betul bahwa dalam memelihara loyalitas customer maka perlu menerapkan *customer relations*.
4. Kegiatan *public relations* yang dilakukan Votro Coffee and Bar telah berhasil menarik minat beli, memenuhi harapan pelanggan dan mendorong loyalitas pelanggannya.
5. *Public relations* Votro telah berhasil melaksanakan visi/misi koultoura untuk mengedukasi *customer*.

4. Simpulan

Setelah melalui proses penelitian dan penulisan yang cukup panjang, maka skripsi ini dapat diselesaikan. Adapun saran yang dimiliki oleh peneliti terkait dengan institusi yang diteliti, dalam hal ini Votro Coffee and Bar yaitu :

1. *Public Relations* Votro agar memperluas jaringan untuk menginformasikan tentang Votro Coffee and Bar sebaiknya mempunyai jaringan komunikasi lain selain Instagram.
2. *Public Relations* Votro agar dapat meningkatkan kreatifitas dalam bentuk promosi untuk meningkatkan pembeli yang akan menambah keuntungan untuk Votro dan loyalitasnya.
3. *Public Relations* Votro dapat berkolaborasi dengan perusahaan-perusahaan besar untuk melakukan promosi dengan mengadakan *event-event* besar untuk meningkatkan *brand* pada khalayak luas.

Adapun saran akademis yang dimiliki oleh penulis untuk skripsi ini adalah bahwa nantinya penelitian ini dapat ditelaah secara lebih mendalam lagi mengenai kegiatan *public relations* yang dilakukan perusahaan lain, sehingga dapat dilihat perbedaan dan persamaan terhadap hasil penelitian nantinya. Selain itu, peneliti lain juga dapat menggunakan metode kuantitatif untuk menguji seberapa besar keterkaitan antara kegiatan *public relations* dengan loyalitas *customer*.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh narasumber yang telah bersedia untuk bekerja sama selama proses penelitian ini berlangsung. Ucapan terima kasih juga diberikan kepada Votro Coffee and Bar yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian.

6. Daftar Pustaka

- Jefkins, Frank. (2003). *Public Relations*, Edisi kelima, Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama
- Kasali, Rhenald. (2006). *Pop Marketing dlam Konteks Pemasaran Indonesia*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Cutlip, Scott M., Center, Allen H., Broom, Glen M. (2005). *Effective Public Relations*, Edisi 8. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kriyantono. (2012). *Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.