

## **BAB III**

### **SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **A. PENYAJIAN DATA**

##### **A.1. Data Informan**

Demi kelancaran dalam melakukan penelitian, peneliti harus melakukan pengumpulan data yang valid dan akurat mengenai tema dan objek yang diteliti. Dalam penelitian ini, penulis mengambil tema “Strategi Customer Relations” dengan objek penelitian di “Kepiting Bang Jai” Yogyakarta, sebuah rumah makan seafood yang cukup ramai di Yogyakarta.

Seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya, untuk memperoleh data, peneliti melakukan observasi, yaitu peneliti mengumpulkan data dengan cara mengamati dan mencatat fenomena yang ada melalui penglihatan dan pendengaran, serta wawancara mendalam dengan pihak-pihak yang diyakini dapat memberikan informasi secara tepat dan akurat. Untuk memperoleh informasi mengenai strategi customer relations tentunya peneliti melakukan wawancara mendalam dengan pihak Kepiting Bang Jai sendiri, yang diwakili oleh pemilik Kepiting Bang Jai, beberapa karyawan di Kepiting Bang Jai dan beberapa orang yang menjadi pelanggan di Kepiting Bang Jai.

Sebagaimana dengan metodologi penelitian yang sudah ditentukan, pemilihan sampel dilakukan secara purposive, yaitu pemilik perusahaan, karyawan dan konsumen Kepiting Bang Jai. Sehingga diharapkan sampel merupakan informan yang benar-benar menguasai masalah yang diteliti.

Berikut karakteristik masing-masing informan :

A. 1.1. Dari pihak Kepiting Bang Jai

1. Aji Abdul Ratman (Informan 1)

Laki-laki berusia 31 tahun ini merupakan pemilik dari rumah makan Kepiting Bang Jai. Sebelum mendirikan rumah makan Kepiting Bang Jai, sebelumnya dia pernah membuka usaha kuliner yaitu Warung X Chef yang terletak di daerah kaki lima, Jalan Kaliurang KM 4 depan Farmasi UGM. Namun usaha kuliner tersebut harus berhenti karena konsumen yang terus berkurang. Setiap hari dia datang untuk mengontrol dan membantu para karyawan melayani konsumen di rumah makan Kepiting Bang Jai.

2. Santoso (Informan 2)

Laki-laki berusia 32 tahun ini berasal dari Gunung Kidul. Dia merupakan salah satu karyawan di rumah makan Kepiting Bang Jai, yang bertugas sebagai waiter. Laki-laki yang terlihat ramah tersebut dituntut untuk mengerti kebutuhan dan keinginan

konsumen serta dapat menghadapi keluhan dari pelanggan Kepiting Bang Jai.

3. Andri Harmoko (Informan 3)

Laki-laki asli dari Sleman berusia 31 tahun ini, dipercaya sebagai manager dari rumah makan Kepiting Bang Jai. Setiap hari dia datang ke rumah makan Kepiting Bang Jai dan bertugas melakukan pengawasan kepada supervisor, serta memastikan pelayanan yang diberikan oleh para karyawan dijalankan dengan baik.

4. Arief Ramadhan (Informan 4)

Laki-laki kelahiran Lampung berusia 22 tahun ini, merupakan salah satu karyawan di rumah makan Kepiting Bang Jai yang bertugas sebagai waiter. Dia merupakan salah satu karyawan yang masih muda, gayanya yang santai dan supel apabila berhadapan dengan orang lain, mendukung kerjanya sebagai waiter. Dia dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pengunjungnya.

A. 1.2. Dari pihak pelanggan Kepiting Bang Jai

1. Julia Dhiningsih (Informan 5)

Perempuan yang ramah dan murah senyum, memiliki postur tubuh yang tinggi ini berusia 25 tahun. Dia merupakan salah satu mahasiswi arsitektur di salah satu perguruan tinggi di Yogyakarta.

2. Rospita Fajar Utami (Informan 6)

Perempuan yang terlihat tegas, memiliki paras yang manis dengan postur tubuh yang sedang ini berusia 24 tahun. Dia merupakan orang yang kreatif dan aktif karena profesinya sebagai foodgrammer, Content Creator @jogjafood dan dia juga merupakan seorang Food Photografer.

3. Diana Yunita (Informan 7)

Perempuan ramah, berparas cantik dengan rambut sebhahu ini berusia 21 tahun. Dia merupakan salah satu mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Atma Jaya, Yogyakarta.

4. Destriyan Handoko (Informan 8)

Pria yang terlihat ramah, suka bercanda, memiliki postur tubuh besar dan lahir di Tanjungpinang ini berusia 25 tahun. Sekarang dia bekerja sebagai junior arsitek.

5. Nadya Aditya Putri (Informan 9)

Perempuan yang berpenampilan sederhana ini berusia 21 tahun. Dia merupakan mahasiswa Universitas Pasundan Bandung dan seringkali berkunjung ke Yogyakarta.

6. Adhistry (Informan 10)

Perempuan yang cukup ramah dan lahir di Palembang ini berusia 26 tahun. Dia merupakan seorang wirausaha di bidang kuliner, yaitu makanan khas Palembang, mpek-mpek.

7. Deastry Reafrianty (Informan 11)

Perempuan yang terlihat ramah dan anggun lahir di Jambi ini berusia 25 tahun. Dia sudah berkeluarga dan sekarang dia berprofesi sebagai seorang bidan.

8. Nindy Asri (Informan 12)

Perempuan yang terlihat anggun dan murah senyum ini berusia 29 tahun. Perempuan yang memiliki hobi jalan-jalan ini merupakan seorang dokter gigi.

9. Debbie Saputra (Informan 13)

Laki-laki berpostur sedang dan ramah ini berusia 24 tahun. Dia merupakan salah satu mahasiswa jurusan teknik perminyakan di Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta.

10. Farahdiba Amelia Azzahro (Informan 14)

Perempuan yang terlihat ramah dan memiliki paras yang cantik ini berusia 22 tahun. Dia merupakan seorang penyanyi yang masih berstatus sebagai mahasiswa di Universitas Amikom Yogyakarta jurusan Teknik Informatika.

## 11. Lanang Gani Hertanto (Informan 15)

Laki-laki yang terlihat ramah dan memiliki paras yang ganteng ini berusia 24 tahun. Dia merupakan seorang fotografer yang masih berstatus sebagai mahasiswa hukum di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

### **A.2. Strategi Customer Relations Kepiting Bang Jai Yogyakarta**

Customer relations merupakan aktifitas yang dijalankan untuk membina hubungan baik antara perusahaan, dalam hal ini antara Kepiting Bang Jai dengan para pelanggannya. Dari hasil penelitian dengan menggunakan wawancara mendalam dengan pihak yang bersangkutan, maka diketahui latar belakang dan strategi *customer relations* yang dijalankan oleh Kepiting Bang Jai.

Kepiting Bang Jai merupakan suatu usaha yang bersifat *customer oriented*, maka kegiatan customer relations dilatar belakangi oleh persaingan dengan kompetitornya untuk menawarkan pelayanan yang terbaik demi mendapatkan banyak pelanggan.

Di Yogyakarta, saat ini banyak bermunculan rumah makan seafood yang menyajikan kepiting sebagai menu utamanya, sehingga masing-masing pelaku bisnis tersebut harus mempunyai strategi untuk menarik banyak pelanggan.

Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Mas Aji selaku pemilik dari Kepiting Bang Jai:

“Di Yogyakarta saat ini sudah banyak berdiri rumah makan seafood, dengan sajian utama kepiting, sehingga menurut saya usaha itu jangan coba-coba. Sebelumnya saya melakukan survei baik dari segi rasa, penyajian dan harga, sehingga saya bisa membuka usaha dengan menu utama yang sama tetapi memiliki penyajian yang unik dan berbeda.” (Wawancara, 26 Februari 2017).

Pernyataan di atas didukung dengan pernyataan Rospita Fajar Utami, salah satu pelanggan Kepiting Bang Jai, sebagai berikut :

“Banyak rumah makan seafood di Yogyakarta ini, tetapi sepertinya belum ada yang menggunakan daun pisang. Ada salah satu brand sebelum Bang Jai yang penyajiannya hampir sama, tapi tidak menggunakan daun pisang, dari hargapun jauh berbeda.” (Wawancara, 10 Maret 2017).

Strategi customer relations yang dilakukan Kepiting Bang Jai ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, sebagaimana dinyatakan oleh Mas Aji dibawah ini :

“Kepiting Bang Jai walaupun hanya rumah makan, tetapi tentunya kami berharap siapapun pelanggan yang datang ke Kepiting Bang Jai dapat merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang kami berikan dengan tidak melupakan kualitas produk dan rasa dari menu yang disajikan.” ( Wawancara, 26 Februari 2017).

Kesadaran akan pentingnya pelanggan di dalam usaha ini juga dirasakan oleh para karyawannya. Hal ini dinyatakan oleh Santoso, salah satu karyawan dari Kepiting Bang Jai yang bertugas sebagai waiter, sebagai berikut :

“Sebagai karyawan saya menyadari bahwa pelanggan sangat penting untuk keberlangsungan usaha Kepiting Bang Jai ini. Maka

dari itu kami berusaha untuk memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan dengan standart yang telah ditentukan dengan sarana dan prasarana yang lengkap, dan bertanggung jawab kepada setiap pelanggan sejak awal hingga selesai.”(Wawancara, 9 Maret 2017).

Dalam melakukan strategi *customer relations*, Kepiting Bang Jai melakukan perencanaan yang memuat tujuan yang konkret sehingga pada evaluasi nantinya semua kegiatan yang direncanakan dapat diukur. Oleh karena itu setiap kegiatan, aktivitas maupun menjalankan program dimulai dari penentuan masalah dan diakhiri dengan evaluasi.

#### **A. 2.1. Mendefinisikan Permasalahan**

Rumah makan Kepiting Bang Jai sebagai usaha yang bergerak di bidang kuliner ini, buka setiap hari mulai pukul 10.00-21.00 di Kepiting Bang Jai Pusat dan pukul 11.30-21.30 di Kepiting Bang Jai cabang kedua. Sebagai perusahaan tentunya Kepiting Bang Jai memiliki permasalahan-permasalahan baik dari dalam maupun luar perusahaan. Permasalahan-permasalahan tersebut apabila dihadapi dengan penuh tanggung jawab, maka akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan. Maka dalam tahap inilah Kepiting Bang Jai mengumpulkan data-data mengenai masalah-masalah yang muncul di lingkungan.

Riset, adalah hal yang pertama Kepiting Bang Jai lakukan untuk mengidentifikasi masalah yang akan dihadapi. Pihak Kepiting Bang Jai melakukan riset, dengan observasi langsung ke seluruh rumah makan kepiting lainnya di Yogyakarta, untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen dari seluruh rumah makan. Pihak Kepiting Bang Jai juga menanyakan langsung kepada para pelaku bisnis kuliner yang lebih berpengalaman. Seperti yang dijelaskan Mas Aji berikut ini :

“Saya banyak melakukan riset dengan bertanya langsung dengan para pelaku bisnis kuliner lainnya, maupun menjadi konsumen mereka. Hal tersebut saya lakukan untuk mengetahui apa yang dibutuhkan rumah makan. Ternyata tidak hanya soal rasa dan harga, tetapi penyajian dan pelayanan tidak kalah penting. Cita rasa dan pelayanan adalah hal yang harus seimbang.” (Wawancara, 26 Februari 2017).

Sebulan pertama, Kepiting Bang Jai hanya melakukan promosi secara konvensional, Kepiting Bang Jai hanya mengandalkan brosur untuk mempromosikan kepada masyarakat. Kemudian pihak Kepiting Bang Jai melakukan riset kembali dengan bertanya langsung kepada pelaku bisnis kuliner lainnya, salah satunya adalah dengan pemilik Kue Cubit Bang Ido yang cukup terkenal di Yogyakarta. hal tersebut dijelaskan Mas Aji, berikut ini :

“ Saya berdiskusi langsung dengan pemilik Kue Cubit Bang Ido, bagaimana promosi yang tepat dan dapat diterima oleh masyarakat. Ternyata saya membutuhkan media internet di jaman yang sudah maju ini. Kemudian setelah itu saya mulai merencanakan untuk memulai menjalankan internet marketing.” (Wawancara, 26 Februari 2017).

Kepiting Bang Jai juga menemukan masalah bahwa persaingan bisnis kuliner di Yogyakarta ini sangat ketat, rumah makan dengan menu utama kepiting banyak dijumpai. Kompetitor Kepiting Bang Jai diantaranya The Crabbys, karena rumah makan tersebut memiliki konsep penyajian yang hampir sama dengan Kepiting Bang Jai yaitu “*on the table*”, Kepiting Cak Gundul, dimana rumah makan ini memiliki konsep rumah makan yang nyaman, dan sudah cukup lama berdiri sehingga sudah memiliki banyak pelanggan, dan Kepiting Ngampus, rumah makan ini menjadi salah satu kompetitor Kepiting Bang Jai karena harganya yang juga murah, karena target sasarannya adalah para mahasiswa. Hal tersebut seperti yang dijelaskan Mas Aji, sebagai berikut:

“Rumah makan seafood banyak di Yogyakarta, untuk itu perlu adanya riset. Sehingga kami bisa menentukan kelebihan dan perbedaan Kepiting Bang Jai dari rumah makan lainnya untuk menghadapi persaingan tentunya.” (Wawancara, 26 Februari 2017).

Dalam melakukan proses pengumpulan data, Kepiting Bang Jai menggunakan beberapa cara antara lain melalui kontak personal secara langsung maupun menggunakan media komunikasi yaitu telepon dan media sosial yaitu instagram. Dengan cara tersebut pihak Kepiting Bang Jai dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan para konsumen. Kontak personal yang dilakukan Kepiting Bang Jai memiliki tujuan untuk mengetahui penilaian, komentar maupun keluhan dari konsumen mengenai pelayanan yang diberikan karyawan maupun rasa dari menu yang

disajikan Kepiting Bang Jai. Selain dengan kontak personal, Kepiting Bang Jai juga mengumpulkan data melalui call center dan media sosial instagram. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Mas Aji selaku pemilik Kepiting Bang Jai sebagai berikut :

“Kami menyediakan call center bagi para pelanggan yang ingin mengajukan keluhan, saran maupun ingin mengajukan pesanan yaitu ke nomor 085668886061. Pelanggan juga dapat menyampaikan keluhan mereka, melalui media sosial instagram Kepiting Bang Jai, baik dari kolom komentar maupun mengirim pesan langsung ke instagram Kepiting Bang Jai.” (Wawancara, 26 Februari 2017).

Melalui pengumpulan data tersebut, Kepiting Bang Jai dapat mengetahui kekurangannya dan mengetahui apa yang dibutuhkan oleh para pelanggan dari Kepiting Bang Jai. Data yang diperoleh dari Kepiting Bang Jai ini berupa keluhan langsung yang disampaikan pelanggan kepada para staff Kepiting Bang Jai, kritik dan saran yang diajukan pelanggan melalui kolom komentar di instagram maupun melalui pesan langsung di instagram. Dari pengumpulan data yang diperoleh dari konsumen, diungkapkan oleh Mas Aji sebagai berikut :

“Keluhan pelanggan biasanya mengenai pelayanan dan kadang mengenai sajian utama yaitu kepiting yang sudah habis ketika mereka datang. Konsumen juga kadang mengeluh tidak dapat tempat duduk apabila Kepiting Bang Jai pusat sedang penuh pengunjung.” (Wawancara, 26 Februari 2017).

Mengetahui permasalahan yang telah diungkapkan diatas, Kepiting Bang Jai menemukan fakta bahwa pelayanan dan fasilitas sangat perlu untuk diperhatikan dan terus diperbaiki. Oleh karena itu, Kepiting Bang Jai

mempunyai rencana, seperti yang diungkapkan oleh Mas Aji sebagai berikut :

“Apabila ada konsumen yang mengeluh dan mengajukan komplain mengenai masalah tersebut, maka kami berusaha mencari solusi dan menjelaskan secara baik-baik kenapa hal tersebut bisa terjadi. Untuk masalah tempat, kami Kepiting Bang Jai sudah membuka cabang kedua yaitu di Jalan AM Sangaji, dengan tempat yang lebih luas dan nyaman untuk para pelanggan Kepiting Bang Jai.” (Wawancara, 26 Februari 2017).

## **A. 2.2. Perencanaan dan Program**

Setelah menentukan masalah seperti yang diuraikan diatas, maka tahap selanjutnya adalah menetapkan rencana untuk menentukan langkah-langkah yang diambil untuk menyelesaikan masalah yang ditemukan. Rencana disusun setelah mengetahui permasalahan apa yang dihadapi. Rencana strategis yang diterapkan oleh Kepiting Bang Jai merupakan rencana taktis. Rencana ini sifatnya lebih spesifik dan masing-masing divisi dari Kepiting Bang Jai memiliki tugas yang harus dicapai dan sesuai dengan tujuan Kepiting Bang Jai yang telah ditetapkan. Hal tersebut seperti yang diungkapkan oleh Mas Aji selaku pemilik Kepiting Bang Jai, sebagai berikut :

“Tujuan kegiatan *customer relations* yang kami lakukan adalah untuk menjalin kedekatan dengan para pelanggan, dan meningkatkan sasaran konsumen baru.” (Wawancara, 26 Februari 2017).

Bentuk konkret dari sebuah rencana adalah program kerja. Manajemen Kepiting Bang Jai sudah menentukan program kerja jangka pendek maupun

jangka panjang. Program kerja jangka pendek adalah menjalankan *internet marketing*. Menjalankan *internet marketing* adalah dengan melihat perkembangan yang ada di masyarakat, sehingga menjadikan manajemen Kepiting Bang Jai dituntut untuk mampu beradaptasi dan lebih kreatif terhadap perkembangan yang ada. Sifat perkembangan yang tidak terarah dan tidak terukur waktu yang menjadikannya berjangka pendek. Program kerja jangka pendek ini dilakukan melalui media sosial instagram, diantaranya dengan mengadakan program *give away*, *video contest*, dan *promo*. Sedangkan program kerja jangka panjang adalah peningkatan mutu pelayanan, pemenuhan fasilitas untuk konsumen serta menampung dan menghadapi keluhan pelanggan.

### **A. 2.3. Aksi dan Komunikasi**

Setelah menemukan permasalahan dan menetapkan rencana, beberapa keputusan dibuat manajemen Kepiting Bang Jai. Dalam tahap ini mencakup tindakan apa saja yang dilakukan atau pesan apa saja yang ingin disampaikan, dan media apa yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan antara lain :

1. Peningkatan Mutu Pelayanan

Peningkatan mutu pelayanan dijalankan dengan melakukan layanan prima (*excellent service*) yaitu pelayanan yang mengutamakan kepuasan pelanggan, pelayanan prima ini diwujudkan dengan perbaikan tingkah laku karyawan, terutama waiter, melalui pembinaan dan pelatihan. Karyawan yang baru masuk di Kepiting Bang Jai terlebih dahulu dilakukan pembinaan bagaimana melayani pelanggan / *customer service* dengan baik, tepat dan sesuai dengan standart yang ditentukan. Kemudian mereka melakukan pelatihan secara langsung di lapangan. Pembinaan dan pelatihan karyawan ini tidak hanya dilakukan pada saat karyawan baru bergabung di Kepiting Bang Jai, namun program ini dilaksanakan setiap bulan. Dimana karyawan yang menjadi waiter dibina bagaimana melayani pelanggan dengan tepat dan sesuai standart, sedangkan untuk bagian dapur setiap bulannya dilakukan test soal rasa dari menu yang disajikan di Kepiting Bang Jai.

Hal itu seperti yang dinyatakan Mas Aji dibawah ini :

“Karyawan yang bekerja di Kepiting Bang Jai tentunya berdasarkan kriteria tertentu, salah satunya adalah mau bekerja keras. Setiap karyawan baru yang masuk, sebelumnya diberi pembinaan dan pengarahan bagaimana melayani pelanggan yang datang, dan harus mempunyai komitmen untuk memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada pelanggan Kepiting Bang Jai. Karyawan juga dilatih untuk bisa bekerja sama dan berkoordinasi dengan karyawan lainnya.”(Wawancara, 9 Maret 2017).

Hal itu juga ditambahkan oleh Andri Harmoko selaku manager dari Kepiting Bang Jai, sebagai berikut :

“Kami sebagai karyawan masih terus belajar dan berinovasi untuk selalu memberikan yang terbaik bagi customer, setiap tamu yang datang memiliki sifat yang macam-macam, sehingga kami harus menuruti apa yang menjadi kemauan pelanggan, tentunya sesuai dengan kemampuan kami dan memberikan ganti rugi apabila pelanggan merasa dirugikan.” (Wawancara, 9 Maret 2017).

Selain tingkah laku dan pelayanan yang baik dari karyawan, kelengkapan atribut dan alat-alat juga menjadi penting untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Andri Harmoko dibawah ini :

“Penampilan, gaya bicara, sopan santun, buku menu, pena dan slip order harus selalu kami siapkan terlebih dahulu sebelum melayani pelanggan. Sehingga hal tersebut dapat membuat kami lebih percaya diri berhadapan langsung dengan pelanggan.” (Wawancara, 9 Maret 2017)

Beberapa hal yang diterapkan oleh Kepiting Bang Jai dalam meningkatkan mutu pelayanan sesuai dengan yang dijelaskan oleh Andri Harmoko, diantaranya sebagai berikut :

1. Pelatihan terhadap staff Kepiting Bang Jai. Pelatihan yang diadakan oleh Kepiting Bang Jai ini dijalankan baik oleh karyawan yang baru masuk maupun karyawan lama Kepiting Bang Jai. Pelatihan ini bertujuan agar karyawan baru siap untuk melayani pelanggan dengan ramah, sopan, benar dan sesuai dengan standart yang ditentukan oleh pihak Kepiting Bang Jai. Karyawan baru di Kepiting Bang Jai dilakukan pelatihan selama satu bulan, hal-hal yang diajarkan diantaranya menghafal dan memahami jenis menu dan harga di Kepiting Bang Jai, menyapa pelanggan yang baru datang dengan ramah, melayani pesanan pelanggan dengan cepat, dan bagaimana

mengadapi keluhan pelanggan. Pelatihan ini juga dilakukan oleh bagian staff dapur Kepiting Bang Jai, dimana setiap bulannya pemilik Kepiting Bang Jai, melakukan test rasa, agar rasa setiap menu yang disajikan Kepiting Bang Jai tetap konsisten.

2. Melayani kebutuhan pelanggan dengan sigap, dengan menyambut pengunjung yang baru datang, dan langsung mengantarkan ke meja yang masih kosong, dan langsung memberikan buku menu kepada pelanggan Kepiting Bang Jai. Pelayanan yang lain juga diberikan oleh karyawan Kepiting Bang Jai, dimana waiters sigap menyediakan lap, dan siap membantu yang konsumen butuhkan, maupun apabila konsumen Kepiting Bang Jai memesan menu tambahan.
3. Memperhatikan penampilan, selain perilaku karyawan yang harus bersikap ramah dan selalu sigap melayani pelanggan, penampilan karyawan juga salah satu faktor yang mendukung dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan. Seluruh staff Kepiting Bang Jai, menggunakan seragam yang telah ditentukan dan berpenampilan rapi.
4. Setiap karyawan Kepiting Bang Jai harus mengucapkan “selamat datang di Kepiting Bang Jai” kepada para pelanggan yang baru datang, dan menanyakan “ apakah ada rasa yang kurang atau pelayanan yang kurang” ketika pengunjung sedang melakukan pembayaran. Mengucapkan “terima kasih, dan jangan lupa datang kembali, ajak

teman, keluarga dan pasangan” ketika pengunjung selesai dan meninggalkan Kepiting Bang Jai.

Namun, Adhistry salah satu pelanggan Kepiting Bang Jai memiliki pendapat yang berbeda, sebagai berikut :

“Kesigapan pelayan yang satu dengan lainnya masih belum seimbang. Mungkin sebelum mulai kerja perlu dikedepankan soal cara yang baik melayani pelanggan. Soalnya pas datang, pelayannya planga plongo gitu.” (Wawancara, 11 Maret 2017)

Selama mengadakan penelitian saya juga melakukan observasi langsung yaitu dengan menjadi pelanggan di rumah makan Kepiting Bang Jai. Ketika saya datang, para waiter langsung menyambut dengan ramah dan langsung mengarahkan ke tempat duduk yang kosong. Kemudian waiter Kepiting Bang Jai memberikan daftar menu dan menanyakan apa yang mau saya pesan dengan ramah dan pelayanan yang cepat.

## 2. Pemenuhan Fasilitas untuk Pelanggan

Kepiting Bang Jai sebagai usaha yang berorientasi kepada pelanggan, berusaha untuk menyediakan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan para pelanggannya. Kepiting Bang Jai mencoba untuk menyediakan fasilitas yang membuat pengunjung merasa nyaman ketika berkunjung, salah satunya dengan desain rumah makan yang sederhana tetapi unik

dan menarik bagi para pelanggan. Kepiting Bang Jai juga mencoba menyediakan fasilitas yang membuat para pelanggannya merasa senang ketika menikmati makanan yang disajikan oleh Kepiting Bang Jai. Fasilitas yang disediakan untuk para pelanggannya melalui penyajian hidangan yang langsung di atas meja dengan dialasi oleh daun pisang. Kepiting Bang Jai menyediakan celemek dan pembuka cangkang kepiting, sehingga pelanggan yang datang dapat menikmati kepiting dengan mudah dan tanpa perlu takut mengotori bajunya. Hal tersebut juga dijelaskan oleh Mas Aji sebagai berikut :

“Kepiting Bang Jai mencoba untuk memenuhi fasilitas bagi para pengunjung yang datang, sajian menu dialasi daun pisang untuk menambah selera dan nafsu makan para pengunjung dan membuat tampilan lebih menarik, sehingga pengunjung merasa puas. Beberapa orang mungkin ada yang merasa susah dan malas untuk menikmati kepiting karena harus membuka cangkangnya, maka dari itu kami menyediakan pembuka cangkang untuk memudahkan cara makan kepiting. Kami juga menyediakan celemek, sehingga pelanggan tidak perlu takut kalau baju mereka terkena saos kepiting tersebut. Untuk membuat para pelanggan nyaman, karena tempatnya tidak terlalu besar dan ketika rumah makan sedang ramai terasa panas, maka kami juga memasang beberapa kipas angin untuk membuat pelanggan merasa nyaman di Kepiting Bang Jai.” (Wawancara, 27 Maret 2017).

Pernyataan Mas Aji tersebut juga didukung oleh Nadya Aditya, salah satu pelanggan Kepiting Bang Jai yang berasal dari Bandung, sebagai berikut :

“Fasilitas yang disediakan Kepiting Bang Jai unik ya, lucu makan langsung dari daun pisang beda dari rumah makan yang lain.” (Wawancara, 8 Maret 2017).

Peneliti melakukan observasi, dan menemukan bahwa fasilitas baik tempat maupun produk diperhatikan oleh Kepiting Bang Jai, fasilitas tersebut diantaranya :

1. Kepiting Bang Jai pusat memiliki konsep indoor dimana setiap meja disediakan arus listrik yang bisa digunakan oleh para pelanggannya, serta Kepiting Bang Jai memasang kipas angin, sedangkan Kepiting Bang Jai cabang memiliki konsep semi outdoor, dan dilengkapi oleh payung untuk menghindari panas sinar matahari. Meja dan kursi juga diperhatikan oleh Kepiting Bang Jai, untuk menjamin rasa aman dan nyaman pengunjung yang sedang menikmati hidangan yang disajikan oleh Kepiting Bang Jai.
2. Penyajian menu di Kepiting Bang Jai, dimana menu yang disajikan oleh Kepiting Bang Jai langsung di atas meja, dengan dialasi daun pisang. Kepiting Bang Jai menyediakan fasilitas pembuka cangkang kepiting, dan celemek sekali pakai kepada para pelanggan untuk memudahkan mereka menikmati sajian kepiting. Untuk menjaga kebersihan Kepiting Bang Jai menyediakan baskom dengan bentuk yang unik kepada para pelanggan mereka untuk membuang cangkang kepiting yang tidak dimakan.
3. Kepiting Bang Jai bekerja sama dengan GO-JEK untuk melayani para pelanggan yang ingin menikmati sajian Kepiting Bang Jai namun malas atau tidak bisa keluar rumah. Sehingga para pelanggan Kepiting

Bang Jai tetap dapat menikmati sajian kepiting dan diantar langsung kerumah.

Namun, walaupun Kepiting Bang Jai sudah berusaha untuk memenuhi fasilitas yang diberikan pelanggan, tetap saja masih ada beberapa hal yang menurut pelanggan perlu diperbaiki, Farahdiba Amelia salah satu pelanggan mengatakan:

”Tempat cuci tangan untuk para konsumen lebih baik dibuat wastafel, daripada cuma dibuat alakadarnya pakai ember malah nambahin kerja karyawannya, yang harus bolak-balik isi air kalau habis.” (Wawancara, 7 Maret 2017).

### 3. Menampung dan Menghadapi Keluhan Pelanggan

Kepiting Bang Jai ingin menjalin kedekatan dengan konsumennya, yaitu dengan memberikan pelayanan yang maksimal. Namun, ada beberapa hal baik dari segi fasilitas maupun pelayanan yang dinilai belum sesuai dengan keinginan konsumen. Oleh karena itu, Kepiting Bang Jai menanggapi permasalahan tersebut dengan menampung keluhan dan saran yang diajukan oleh para konsumennya untuk kemudian ditindaklanjuti.

Saat ini, memang banyak keluhan konsumen yang diajukan langsung kepada karyawan maupun waiter dari Kepiting Bang Jai. Namun pihak Kepiting Bang Jai menyediakan *call center* untuk menampung keluhan dari para konsumennya. Kepiting Bang Jai juga menggunakan media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi dengan para pelanggannya,

sehingga pelanggan dapat dengan mudah menyampaikan keinginannya. Hal ini senada dengan pernyataan Mas Aji, berikut ini :

“Untuk masalah keluhan pelanggan, kami selalu berusaha untuk menampung dan memberikan solusi kepada pelanggan dengan baik. Keluhan pelanggan biasanya mengenai pelayanan. Kadang mereka komplain karena menu sajian utama yaitu kepiting sudah habis. Menanggapi hal tersebut, pihak kami berusaha untuk mencari solusi dan menjelaskan secara baik-baik kenapa hal tersebut bisa terjadi. Kami juga menyediakan call center bagi para pelanggan yang ingin mengajukan keluhan, saran maupun ingin mengajukan pesanan. Pelanggan juga dapat menyampaikan keluhan meeka, melalui media sosial instagram Kepiting Bang Jai, baik dari kolom komentar maupun mengirim pesan langsung ke instagram Kepiting Bang Jai.”(Wawancara, 26 Februari 2017).

Pernyataan diatas didukung oleh Santoso, sebagai berikut :

“Beberapa konsumen juga mengeluh masalah tempat duduk yang terbatas dan tempat yang tidak begitu luas, maka kami sikapi secara sopan dan baik. Kita juga meminta maaf atas semua kekurangan yang membuat pelanggan kecewa.” (Wawancara, 9 Maret 2017).

Tetapi pernyataan diatas tidak didukung Rospita yang sedikit kecewa dengan penanganan komplain di Kepiting Bang Jai, berikut ini pernyataannya:

“Saya pernah komplain di cabang kedua Kepiting Bang Jai, yang di Jalan AM Sangaji. Komplainnya karena masalah celemek aja sih, kalau di Kepiting Bang Jai pusat kan disediakan celemek khas untuk makan kepiting, tapi di cabang kedua ini tidak ada, katanya itu khusus di pusat aja. Penanganan dari pihak Kepiting Bang Jai sendiri biasa aja, tidak ada penjelasan apakah di cabang kedua akan disediakan celemek atau tidak.” (Wawancara, 10 Maret 2017).

Pada saat melakukan penelitian langsung di Kepiting Bang Jai, beberapa kali peneliti melihat pengunjung mengeluhkan pelayanan yang agak lama, dan mereka sampaikan langsung kepada para waiter yang mengantar pesanan. Terlihat para waiter tersebut menanggapi para pelanggan dengan ramah dan meminta maaf atas kejadian tersebut.

Peneliti juga mengamati langsung dengan melihat komentar yang ditulis para pelanggan Kepiting Bang Jai di media sosial instagram, peneliti mengamati bahwa keluhan yang disampaikan banyak mengenai tempat di Kepiting Bang Jai pusat yang selalu penuh, dan menu utama kepiting yang kerap kali habis. Peneliti melihat bahwa pihak Kepiting Bang Jai membalas komentar yang diajukan tersebut dengan singkat dan jelas, serta meminta maaf untuk kejadian tersebut.

#### 4. Menjalankan Internet Marketing.

Salah satu strategi yang digunakan Kepiting Bang Jai untuk meningkatkan jumlah pelanggan adalah dengan menjalankan internet marketing, yaitu pemasaran secara online. Kepiting Bang Jai melakukan promosi, branding sekaligus membangun komunikasi dengan konsumennya melalui internet, yaitu secara khusus melalui media sosial instagram.

Hal tersebut sesuai dengan yang disampaikan oleh Mas Aji selaku pemilik rumah makan Kepiting Bang Jai :

“Awalnya ketika pertama kali Kepiting Bang Jai buka, kami hanya melakukan promosi melalui brosur saja. Tetapi setelah satu bulan berdiri kemudian saya melakukan riset lagi, hasilnya ternyata saya perlu menggunakan internet sebagai alat promosi sekaligus berkomunikasi langsung dengan para pelanggan Kepiting Bang Jai. Media sosial yang saya pilih adalah instagram, karena melalui instagram, kami dapat mengunggah foto menu-menu dari Kepiting Bang Jai maupun informasi Kepiting Bang Jai secara menarik.”(Wawancara, 9 Maret 2017).

Melaui media sosial instagram ini juga Kepiting Bang Jai mencoba untuk tetap eksis, terutama bagi para pelanggan mereka yang aktif di dunia maya. Melalui instagram tersebut pelanggan dapat melihat profil, informasi maupun layanan yang diberikan oleh Kepiting Bang Jai. Para pelanggan juga dapat menyampaikan keluhan, saran dan masukan kepada Kepiting Bang Jai. Hal tersebut juga disampaikan oleh Mas Aji :

“Kami membuat akun instagram Kepiting Bang Jai ini, bertujuan ingin selalu dekat dengan para pelanggan kami, terutama bagi mereka yang tidak bisa lepas dari sosial media. Melalui profil instagram ini, pelanggan dapat mengakses daftar menu beserta harga, informasi seputar Kepiting Bang Jai, dan ada promo menarik juga bagi para pengguna instagram. Salah satu program yang pernah kami buat di instagram adalah Video Contest.” (Wawancara, 26 Februari 2017).

Melalui internet marketing ini, banyak memberikan kemajuan dan manfaat bagi Kepiting Bang Jai, seperti penjelasan Mas Aji berikut ini :

“Setelah menggunakan instagram sebagai media promosi sekaligus untuk berkomunikasi dengan para pelanggan, serta instagram Kepiting Bang Jai dikelola langsung oleh bagian Marketing Promotion yaitu Mas Nugroho, banyak kemajuan yang diperoleh oleh Kepiting Bang Jai. Beberapa diantaranya ada beberapa food blogger Yogyakarta yang datang langsung ke Kepiting Bang Jai, dan mengunggah hasil fotonya langsung ke instagram dengan memberikan informasi yang menarik, sehingga mengundang

banyak orang untuk mencoba menu di Kepiting Bang Jai. Saya pribadi, sangat terbantu dengan keberadaan food blogger tersebut. Banyak juga netizen yang mengunggah foto mereka ketika makan di Kepiting Bang Jai, sehingga secara tidak langsung mereka ikut mempromosikan Kepiting Bang Jai kepada khalayak secara lebih luas.”(Wawancara, 9 Maret 2017).

Penjelasan Mas Aji, juga didukung oleh Rospita yaitu sebagai berikut:

“Penggunaan instagram oleh Kepiting Bang Jai cukup baik, terus lebih mengangkat juga, karena kan saya tau perkembangannya dari awal sebelum menjadi Kepiting Bang Jai itu kan sudah berusaha banget untuk memunculkan yang terbaik, ternyata masih sepi. Kemudian putar otak dan jadilah Kepiting Bang Jai, yang sekarang sudah dibilang sukses. Dan menurutku karena promosi-promosi yang dilakukan melalui instagram juga yang efeknya sangat luar biasa.” (Wawancara, 10 Maret 2017).

Pernyataan diatas, mendapat tanggapan positif dari Nindya Asri, pelanggan Kepiting Bang Jai sebagai berikut :

“Instagram Kepiting Bang Jai cukup membantu untuk pemasaran, karena tampilan foto-fotonya yang menarik.” (Wawancara, 7 Maret 2017).

Selama penelitian, peneliti juga mencoba membuka instagram milik Kepiting Bang Jai, peneliti menilai dengan media sosial instagram ini Kepiting Bang Jai mencoba untuk melakukan promosi dan sebagai wadah untuk memberikan informasi baik informasi mengenai menu yang disajikan oleh Kepiting Bang Jai, harga yang ditawarkan, informasi mengenai adanya promo di Kepiting Bang Jai maupun sekedar menyapa para pelanggan Kepiting Bang Jai.

Instagram ini juga dijadikan wadah bagi para pelanggan untuk memberikan saran, kritik, keluhan serta apabila mereka ingin melakukan

reservasi di Kepiting Bang Jai, bisa melalui akun instagram tersebut. Peneliti juga melihat bahwa Kepiting Bang Jai cukup *up to date* dan sangat aktif di media sosial instagram setiap harinya, foto-foto maupun video yang diunggah ke instagram juga sangat menarik untuk mengundang para pelanggan untuk berkunjung kembali ke Kepiting Bang Jai. Dari hasil meneliti langsung media sosial instagram milik Kepiting Bang Jai, peneliti mendapatkan data berupa foto promosi, informasi mengenai adanya video contest dan promo yang dilakukan Kepiting Bang Jai, sebagai berikut :



kepitingbangjai



**Video Contest**  
**@kepitingbangjai**

**BERLAKU 5 NOVEMBER 2016 S/D 6 DESEMBER 2016**

**Upload video kalian dengan durasi 30-60 detik & Mention ke @kepitingbangjai**

**Kriteria video contest:**  
\*Video buatan sendiri  
\*Video berisi konten produk/makanan/menu atau keceriaan customer

**Ada hadiah menarik buat kalian!!!!**  
\* Untuk 2 orang pemenang di tanggal 6 Desember 2016

Follow @kepitingbangjai  
Jam/hari buka "Setiap hari, 15.30-23.00  
Alamat Jalan Seturan Raya No.164 Yogyakarta



47 likes

kepitingbangjai 🙌 Morning gaes

**Gambar 3.3.**

**Informasi mengenai Video Contest yang diadakan oleh  
Kepiting Bang Jai.**

(Sumber : [www.Instagram.com](http://www.Instagram.com) )



kepingbangjai



37 likes

kepingbangjai 🙌 GIVE AWAY Bang Ja'i  
Congratulations buat kak @k\_tyaa dapet  
give away dari @kepingbangjai 🙌

Kamu berhak dapat Free Kepiting Single +  
Kerang Dara 😄😄 untuk pengambilan  
Terhitung hari ini sampai 3 hari kedepan ya  
🙌🙌 tunjukin aja post ini ke Kasir kak

**Gambar 3.4.**  
**Informasi mengenai Give Away yang diadakan oleh**  
**Kepiting Bang Jai.**  
(Sumber : [www.Instagram.com](http://www.Instagram.com) )



kepitingbangjai



131 likes

kepitingbangjai Promo Akhir Bulan 🧡🧡🧡

### Gambar 3.5.

#### Informasi mengenai Promo yang diadakan oleh Kepiting Bang Jai.

(Sumber : [www.Instagram.com](http://www.Instagram.com) )

Berdasarkan foto-foto yang peneliti dapatkan, tidak hanya memberikan informasi dan mengadakan promo, namun seringkali Kepiting Bang Jai mengadakan *giveaway* di media sosial instagram, program *giveaway* ini merupakan salah satu strategi untuk menarik konsumen datang ke rumah makan Kepiting Bang Jai dengan cara yang berbeda, yaitu pihak Kepiting Bang Jai memberikan makan gratis di tempat kepada para pelanggan mereka yang mengunggah foto bersama Kepiting Bang Jai dan diinformasikan melalui instagram tersebut. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh Mas Aji, sebagai berikut :

“Giveaway ini kami adakan sebagai salah satu strategi untuk menarik konsumen berkunjung ke Kepiting Bang Jai. Menurut saya orang lebih senang dan tertarik dengan hal yang diberikan secara gratis. Kontestan yang menang mendapat makan gratis paket berjuang berdua langsung ditempat. Giveaway ini diadakan setiap bulan, jadi untuk kontestan yang sering mengunggah foto atau video mereka makan di Kepiting bang Jai mendapat kesempatan menang lebih besar. Secara tidak langsung, konsumen yang mengikuti kompetisi giveaway ini melakukan promosi kepada para pengikut mereka di instagram.” (Wawancara,9 Maret 2017).

Peneliti juga melihat bahwa melalui instagram ini Kepiting Bang Jai juga mencoba untuk menjalin kedekatan dengan para pelanggannya yaitu dengan mengadakan Video Contest. Video contest ini dilakukan dengan cara para pelanggan Kepiting Bang Jai mengunggah video mereka di akun pribadi

instagram mereka. Video tersebut merupakan buatan sendiri, yang berisi konten produk atau keceriaan customer ketika berkunjung ke Kepiting Bang Jai dengan durasi video bebas. Hal ini seperti yang dijelaskan Mas Aji, pemilik Kepiting Bang Jai berikut ini :

“Video contest yang kami adakan sebagai salah satu strategi untuk bisa dekat dengan pelanggan. Dimana pelanggan dapat dengan bebas berkreasi dengan video mereka untuk mendapat hadiah makan gratis di tempat. Secara tidak langsung, kami melakukan promosi melalui akun instagram mereka. Video yang mereka buat cukup kreatif, dan beberapa diantaranya terlihat menggugah selera yang menontonnya. Pemenang video contest ini murni dipilih langsung oleh pihak Kepiting Bang Jai. Selain isi video, caption video yang menarik dan memberikan informasi mengenai Kepiting Bang Jai juga menjadi nilai lebih dari kontes ini. (Wawancara, 9 Maret 2017).

Berikut contoh gambar salah satu pemenang video contest yang diadakan oleh Kepiting Bang Jai :



**ar\_aiss**

Kepiting Bang Ja'i >



**283 views**

ar\_aiss Hallo dear...

Mau makan kepiting harga kaki lima rasa bintang lima? Yuk ke [@kepitingbangjai](#) dijamin enak, bergizi, dan gak bikin kantong bolong 😊

Alamatnya di Jl. Seturan raya no. 164, cus dateng rame-rame ke [@kepitingbangjai](#) biar makin seru

[#kepitingbangjai](#) [#kepitingjogja](#) [#foodgram](#)

### **Gambar 3.6.**

#### **Instagram pemenang Video Contest**

(Sumber : [www.instagram.com](http://www.instagram.com) )

Peneliti melihat berdasarkan unggahan video @ar\_aiss tersebut, @ar\_rais memberikan caption berisi ajakan untuk berkunjung ke Kepiting Bang Jai, video yang diunggah juga menarik netizen untuk mencoba langsung menu kepiting yang disajikan oleh Kepiting Bang Jai.

#### **2.4. Evaluasi Program**

Tahap selanjutnya dalam melakukan strategi *customer relations* adalah evaluasi. Evaluasi bertujuan untuk menilai hasil akhir dari keseluruhan proses kegiatan yang dilakukan. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh Mas Aji, sebagai berikut :

“Evaluasi pasti kami lakukan, karena ini sangat penting. Jadi kami dapat mengetahui apa pelaksanaan program untuk konsumen Kepiting Bang Jai yang kita lakukan berhasil atau tidak.”  
(Wawancara, 9 Maret 2017).

Proses evaluasi yang dilakukan Kepiting Bang Jai dilakukan selama program berjalan, yaitu dengan mencatat kegiatan harian, melakukan observasi dan pertemuan staff karyawan untuk memperoleh umpan balik. Evaluasi juga dilakukan setelah program tersebut selesai dilakukan. Evaluasi yang dilakukan melibatkan seluruh staff karyawan. Hasil evaluasi yang telah dirumuskan, kemudian kembali disampaikan kepada seluruh staff karyawan untuk dijadikan tolak ukur keberhasilan dan pembelajaran

untuk program program selanjutnya. Hal ini ditegaskan kembali oleh Mas Aji selaku pemilik Kepiting Bang Jai, sebagai berikut :

“Evaluasi selalu kami lakukan ketika program tersebut berjalan, dan setelah program selesai dilakukan. Evaluasi kami lakukan bersama seluruh staff karyawan, jadi kami dapat memperbaiki bersama-sama.” (Wawancara,9 Maret 2017).

Kepiting Bang Jai juga melakukan evaluasi eksternal untuk mengukur efek program maupun promosi yang dilakukan Kepiting Bang Jai, yaitu dengan melihat bentuk perilaku konsumen Kepiting Bang Jai secara umum, dan informasi yang disebarkan oleh netizen mengenai Kepiting Bang Jai di media sosial. Evaluasi ini dilakukan dengan menghitung jumlah pesan yang muncul di instagram Kepiting Bang Jai, menentukan jumlah komentar yang muncul di instagram Kepiting Bang Jai, dan juga kritik dan saran yang langsung dilontarkan konsumen kepada para staff karyawan Kepiting Bang Jai. Bentuk evaluasi yang dilakukan oleh Kepiting Bang Jai adalah dengan melihat hasil feedback dari para pelanggan Kepiting Bang Jai. Seperti yang dijelaskan Mas AJi sebagai berikut :

“Pelanggan dapat memberi saran melalui *call center*, *face to face* secara langsung dan melalui pesan langsung di media sosial yaitu instagram. Itu semua kami tampung, dan kami jadikan bahan evaluasi. Sebagai contoh, waktu itu Kepiting Bang Jai mengadakan *video contest*, setelah program tersebut selesai, kami evaluasi dengan melihat berapa banyak konsumen yang berpartisipasi dalam kontes tersebut, ternyata jumlahnya belum bisa memenuhi target. Maka dari itu, kami jadikan pembelajaran dan bahan evaluasi untuk bisa membuat program yang lebih menarik lagi.” (Wawancara,9 Maret 2017).

Evaluasi yang dilakukan oleh Kepiting Bang Jai ini juga bertujuan untuk mengetahui outcome yang didapatkan dari seluruh program maupun

kegiatan yang dilakukan oleh Kepiting Bang Jai, yaitu berkaitan dengan usaha untuk mengetahui apakah dampak dan hasil yang ditimbulkan dari program maupun kegiatan yang sudah dilakukan. Seperti yang dijelaskan oleh Mas Aji sebagai berikut :

“Perbedaan yang kami rasakan setelah menggunakan dan memanfaatkan media sosial instagram untuk melakukan komunikasi secara langsung kepada para konsumen sangat terasa, dimana kami merasa Kepiting Bang Jai dapat diketahui oleh banyak orang, kami juga dapat mengetahui apa yang konsumen kami rasakan setelah berkunjung ke Kepiting Bang Jai dengan melihat postingan yang mereka unggah. Terkadang mereka juga menyampaikan saran mereka, sehingga dapat dijadikan bahan untuk kami melakukan evaluasi, dan membuat program yang lebih baik lagi.” (Wawancara,9 Maret 2017).

Strategi yang dijalankan oleh Kepiting Bang Jai adalah untuk meningkatkan jumlah pelanggan yang berkunjung ke Kepiting Bang Jai, sehingga strategi yang digunakan lebih fokus pada menjalankan internet marketing, setelah Kepiting Bang Jai menjalankan internet marketing melalui media sosial instagram, yang sekaligus digunakan Kepiting Bang Jai untuk menjalin kedekatan dengan para konsumennya, Kepiting Bang Jai terus mengalami perkembangan dan dapat membuka cabang keduanya di Jalan AM Sangaji. Dalam kurun waktu setahun semenjak Kepiting Bang Jai berdiri, Kepiting Bang Jai sudah dapat mengembangkan cabangnya di Foodcourt JEC dan Jalan Magelang. Sedangkan untuk mempertahankan pelanggan, Kepiting Bang Jai melakukan peningkatan mutu pelayanan dan meningkatkan fasilitas serta menghadapi keluhan konsumen, dengan pelayanan yang baik Kepiting Bang Jai mencoba untuk membuat pelanggan berkunjung kembali.

## **B. PEMBAHASAN**

Setiap perusahaan harus membina hubungan yang akrab serta selalu berusaha mendapatkan kepercayaan dari pelanggannya, sehingga pelanggan tersebut tidak beralih ke perusahaan lain. Untuk mewujudkan hal tersebut, sebuah perusahaan harus mampu menjalin komunikasi yang baik dengan para pelanggannya. Seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya, menurut Onong Uchayana Effendy (1989:58) dalam Kamus Komunikasinya, *customer relations* merupakan kegiatan komunikasi timbal balik antara suatu perusahaan yang diwakili oleh seorang public relations kepada para pelanggannya, dalam rangka hubungan yang akrab dan dilandasi oleh kepercayaan.

Strategi-strategi customer relations yang diterapkan melalui tahapan-tahapan yang diyakini dapat menjadikan setiap program kerja yang dijalankan menjadi sistematis. Tahapan-tahapan tersebut adalah :

A. Mengidentifikasi Masalah ( *Fact Finding* )

Tahapan ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal maupun eksternal dari Kepiting Bang Jai, sehingga seluruh program yang akan diimplementasikan dapat memenuhi kebutuhan dari pelanggan tersebut.

Kepiting Bang Jai melakukan stakeholder mapping, dan menentukan pelanggan sebagai stakeholder utama mereka. Kepiting Bang Jai melakukan riset dengan bertanya langsung kepada para pelaku bisnis kuliner maupun menjadi konsumen mereka, untuk mengetahui apa yang konsumen butuhkan dari sebuah rumah makan serta media promosi apa yang tepat dan dapat diterima oleh masyarakat. (Informan 1).

Kepiting Bang Jai mengidentifikasi masalah dengan menggunakan riset, hal ini sesuai dengan pengertian riset yang dijelaskan C.F Kettering (Cutlip,2011:34), yaitu sebagai berikut “

“Riset merupakan sebuah usaha untuk menghadapi perubahan secara lebih baik dan tidak ketinggalan zaman. Riset dapat diterapkan untuk persoalan personal atau bisnis macam apapun, besar atau kecil. Riset adalah pemikiran yang menganggap sesuatu akan baik dengan sendirinya.”

Kepiting Bang Jai menggunakan riset untuk mengetahui kompetitorinya, serta bagaimana mendekati diri dengan konsumen

mereka di zaman teknologi ini. Kepiting Bang Jai benar-benar melakukan riset sebelum dan sesudah Kepiting Bang Jai berdiri untuk menunjang bisnis kuliner ini. Bisnis bukan untuk main-main, perlu mengetahui secara benar apa yang dibutuhkan oleh konsumen dalam jangka panjang. (Informan 1).

Riset yang dilakukan oleh pihak Kepiting Bang Jai adalah melalui wawancara langsung dengan para pelaku bisnis kuliner di Yogyakarta untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh para konsumen dari sebuah rumah makan, salah satu pelaku bisnis kuliner yang menjadi informan Kepiting Bang Jai adalah pemilik Kue Cubit Bang Ido. Kepiting Bang Jai juga melakukan riset dengan melakukan wawancara langsung dengan para konsumennya yang sedang berkunjung ke Kepiting Bang Jai. Pihak Kepiting Bang Jai bertanya langsung kepada para pelanggan mereka, ketika sedang melakukan proses pembayaran di kasir, diantaranya tentang rasa dan pelayanan, apa masih ada yang kurang atau tidak. Namun peneliti melihat bahwa pihak Kepiting Bang Jai hanya melakukan riset dengan para pelaku bisnis kuliner, pihak Kepiting Bang Jai seharusnya juga melakukan riset dengan melakukan survei, melalui kuesioner maupun sejenisnya untuk mengetahui apa yang dibutuhkan dari calon pelanggan mereka.

## B. Perencanaan

Tahapan ini sangat penting dilakukan oleh Kepiting Bang Jai, karena dengan adanya perencanaan dalam penyusunan program maka persaingan bisnis kuliner di Yogyakarta dapat dihadapi. Kepiting Bang Jai menyusun rencana secara strategis dan melibatkan seluruh divisi yang memiliki tugas masing-masing. Dalam proses perencanaan, Kepiting Bang Jai menentukan program kerja jangka panjang dan jangka pendek. Program jangka pendek yang dilakukan oleh Kepiting Bang Jai ini, melihat perkembangan yang ada di masyarakat, sehingga menjadikan pihak Kepiting Bang Jai untuk mampu beradaptasi dan terus melakukan inovasi dengan perkembangan yang terjadi di masyarakat. Internet marketing dipilih Kepiting Bang Jai karena penggunaan teknologi yang terus berkembang pada saat ini, dan media sosial yang dipilih oleh Kepiting Bang Jai adalah instagram, karena instagram terus mengalami peningkatan jumlah pengguna dan adanya berbagai fitur yang mendukung Kepiting Bang Jai melakukan promosi untuk meningkatkan jumlah pelanggan, diantaranya fitur *hashtag*, *direct message* dan iklan. Sedangkan program jangka panjang yang dilakukan oleh Kepiting Bang Jai lebih berfokus pada pelayanan yang diberikan, fasilitas yang disediakan dan bagaimana menghadapi keluhan pelanggan. Sehingga pelanggan merasa dipenuhi kebutuhannya, dan akan kembali berkunjung ke Kepiting Bang Jai.

Kepiting Bang Jai merencanakan dan menyusun program customer relations tersebut, untuk menjalin kedekatan dan meningkatkan sasaran konsumen baru. ( Informan 1).Perencanaan menurut Cutlip (2011:365)

didasarkan pada data-data dan definisi permasalahan, kemudian mengambil keputusan untuk membuat kegiatan berdasarkan kebijakan organisasi yang juga disesuaikan dengan kepentingan dan kebutuhan publik. Perencanaan yang dilakukan oleh Kepiting Bang Jai sesuai dengan definisi menurut Cutlip tersebut, dimana berdasarkan identifikasi masalah yang dilakukan oleh Mas Aji selaku pemilik Kepiting Bang Jai yaitu melalui riset. Kemudian Kepiting Bang Jai membuat rencana program yang terbagi menjadi dua yaitu jangka panjang dan jangka pendek, yang secara keseluruhan bertujuan untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Penulis menilai bahwa perencanaan yang dilakukan Kepiting Bang Jai sudah cukup baik, karena rencana program yang mereka jalankan terbagi menjadi dua yaitu jangka panjang untuk membentuk loyalitas pelanggan dan jangka pendek yang disesuaikan dengan perkembangan teknologi saat ini.

### C. Aksi dan Komunikasi

Dalam usaha untuk menyampaikan isi pesan kepada pelanggan, Kepiting Bang Jai mengelola program komunikasi terintegrasi. Komunikasi yang disampaikan dapat searah maupun dua arah tergantung kepada kebutuhan pelanggan. Aksi dan komunikasi yang dilakukan Kepiting Bang Jai sesuai dengan teori Cutlip (2007:62) yang menjelaskan bahwa tahap aksi komunikasi merupakan tahapan menjalankan program, tindakan komunikasi dalam mencapai tujuan-tujuan yang ditetapkan. Tahapan ini menjelaskan informasi mengenai langkah-langkah yang dilakukan

sehingga mampu menimbulkan kesan-kesan yang dianggap penting dan berpotensi terhadap upaya memberikan dukungan sepenuhnya terhadap perusahaan. Kepiting Bang Jai memutuskan membuat program yang dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan, sekaligus meningkatkan jumlah pelanggan. Program-program tersebut diputuskan berdasarkan hasil identifikasi masalah dan tahap perencanaan, program-program yang dibuat Kepiting Bang Jai bertujuan untuk dapat menciptakan komunikasi yang baik terhadap konsumen mereka, sehingga Kepiting Bang Jai dapat mengetahui apa yang diinginkan konsumen, sehingga dalam jangka panjang dapat menghasilkan loyalitas pelanggan. Program-program yang dilakukan diantara lain :

1. Peningkatan Mutu Pelayanan

Peningkatan mutu pelayanan yang dilakukan oleh Kepiting Bang Jai diwujudkan melalui kegiatan pembinaan dan pelatihan customer service bagi karyawan baru maupun karyawan lama, karena pelatihan dan pembinaan ini rutin diadakan setiap bulan oleh pihak Kepiting Bang Jai. ( Informan 1).

Semua karyawan Kepiting Bang Jai dituntut terus belajar dan berinovasi untuk selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi para konsumen. (Informan 3). Pelayanan yang diberikan oleh para karyawan Kepiting Bang Jai mendapat respon yang beragam dari beberapa informan. Ada informan yang puas dengan pelayanan yang

diberikan Kepiting Bang Jai (Informan 12,14,15) dan ada informan yang sedikit kecewa dan berharap pelayanan yang diberikan bisa lebih baik lagi. (Informan 10,13).

Peningkatan mutu pelayanan yang Kepiting Bang Jai lakukan, yaitu dengan melakukan pelayanan prima (*excellent service*), sesuai dengan yang diungkapkan oleh Barata (30:2004), yaitu berpenampilan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah untuk selalu siap melayani, mampu berkomunikasi dengan baik dan memahami gerak-gerik pelanggan. Berdasarkan hasil observasi langsung dan wawancara, staff Kepiting Bang Jai sudah menerapkan hal tersebut, dengan menggunakan seragam yang telah disediakan, menyiapkan perlengkapan diantaranya nota, pulpen dan buku menu serta lap untuk selalu sigap membersihkan meja, menawarkan tempat kosong serta menu kepada setiap pelanggan yang baru datang, dan mengucapkan terima kasih kepada para pelanggan yang datang.

Peningkatan mutu pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Mutu yang tinggi dan pelayanan yang prima menghasilkan pelanggan yang puas dan setia. Peningkatan mutu pelayanan yang dilakukan oleh Kepiting Bang Jai untuk menciptakan kepuasan pelanggan, sesuai dengan definisi kepuasan menurut Kotler yaitu kepuasan konsumen merupakan tingkatan anggapan konsumen terhadap kinerja produk apakah sesuai dengan yang diharapkan konsumen, apabila kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan

dengan harapan konsumen, konsumen akan merasa tidak puas. Sebaliknya, apabila kinerja sesuai bahkan melampaui harapan, konsumen akan merasa senang. (Kotler, 2004:10). Dengan demikian, Kepiting Bang Jai dituntut untuk terus memperbaiki pelayanan yang diberikan kepada pelanggan agar lebih baik, ditambah adanya pelanggan yang masih merasa pelayanan yang diberikan Kepiting Bang Jai belum cukup memuaskan, maka pihak Kepiting Bang Jai perlu lebih memperhatikan pelatihan karyawan yang dapat disesuaikan dengan kemampuan masing-masing karyawan.

## 2. Pemenuhan Fasilitas untuk Pelanggan

Pemenuhan fasilitas untuk pelanggan yang dilakukan oleh Kepiting Bang Jai sesuai dengan pernyataan Rambat Lupiyoadi (2001:48), bahwa fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana dan prasarana serta keadaan lingkungan di sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang digunakan. Dimana dalam hal tersebut Kepiting Bang memiliki desain rumah makan yang unik,

dimana di cabang pusat kepiting Bang Jai memiliki konsep rumah makan indoor, dengan menyediakan fasilitas arus listrik di setiap meja serta meja dan kursi yang nyaman untuk pengunjung. Serta konsep rumah makan semi outdoor di rumah makan cabang kedua, Kepiting Bang Jai menyediakan payung untuk melindungi dari panas dan hujan, serta tempat yang lebih luas untuk para pengunjungnya. Kepiting Bang Jai juga menyediakan fasilitas yang membuat para pelanggannya merasa senang ketika menikmati makanan yang disajikan oleh Kepiting Bang Jai, hal tersebut diwujudkan melalui penyajian hidangan yang langsung di atas meja dengan dialasi oleh daun pisang, yang dilengkapi dengan celemek dan pembuka cangkang kepiting, sehingga pelanggan yang datang dapat menikmati kepiting dengan mudah dan tanpa perlu takut mengotori bajunya.

Konsep penyajian yang diberikan oleh Kepiting Bang Jai unik, berbeda dengan rumah makan kepiting lainnya. (Informan 9). Namun masih ada fasilitas yang perlu diperbaiki untuk kenyamanan konsumen. (Informan 14). Peneliti juga melakukan observasi langsung dengan menjadi pengunjung di Kepiting Bang Jai, peneliti melihat fasilitas yang disediakan oleh Kepiting Bang Jai sudah cukup baik dalam segi menyajikan menu yang disediakan, namun untuk segi fasilitas seperti wastafel perlu diperbaiki, untuk lebih menjamin kenyamanan para konsumen mereka.

### 3. Menampung dan Menghadapi Keluhan Pelanggan

Menampung dan menghadapi keluhan pelanggan yang dilakukan oleh Kepiting Bang Jai sesuai dengan penjelasan Ruslan (2012:291) cara untuk menghadapi keluhan pelanggan diantaranya pihak customer relations tidak boleh terbawa emosi, mendengar dengan penuh perhatian, jangan memotong ketika pelanggan menyampaikan keluhannya, berikan penghargaan atas keluhan yang disampaikan dengan mengucapkan terima kasih dan akan memperbaiki kekurangan serta berikan jalan keluar yang terbaik, dimana karyawan Kepiting Bang Jai menyadari bahwa dalam melayani konsumen ada tentu ada saja hal yang membuat konsumen merasa kecewa atau merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Kepiting Bang Jai. Untuk itu, pihak Kepiting Bang Jai berusaha untuk menampung dan memberikan solusi bagi konsumen. Kepiting Bang Jai mempunyai sarana khusus untuk menampung keluhan maupun masukan dari konsumen, konsumen dapat mengajukan keluhan langsung ke karyawan atau melalui media sosial instagram Kepiting Bang Jai (Informan 1). Penanganan keluhan maupun komplain yang dilakukan Kepiting Bang Jai mendapat beragam tanggapan, ada informan yang merasa cukup puas dengan penanganan keluhan yang diberikan Kepiting Bang Jai. (Informan 15), namun ada informan yang merasa kurang puas dan sedikit kecewa dengan penanganan yang diberikan Kepiting Bang Jai. (Informan 2).

#### 4. Menjalankan Internet Marketing

Dalam hal ini, Kepiting Bang Jai menggunakan media sosial instagram untuk menjalin hubungan dengan para konsumennya sekaligus menjadikan instagram sebagai media promosi dan informasi. Melalui akun instagram Kepiting Bang Jai, konsumen dapat mengakses informasi, daftar menu beserta harga dan promo yang diadakan oleh Kepiting Bang Jai. (Informan 1).

Hampir semua informan menanggapinya dengan positif, karena merupakan terobosan baru bagi sebuah perusahaan untuk melakukan promosi, dengan mengunggah foto-foto yang menarik konsumen. (Informan 12). Peneliti juga mengamati kegunaan instagram tersebut, Kepiting Bang Jai sangat aktif di media sosial instagram, foto maupun video yang diunggah sangat menarik untuk mengundang para konsumen berkunjung ke Kepiting Bang Jai.

Pemilihan media sosial instagram sebagai alat promosi mereka sekaligus menjalin kedekatan dengan konsumen sesuai dengan yang diungkapkan Safko (2010:6) , yaitu perusahaan yang bermain dalam media sosial, ‘peraturan’ yang ada selalu sama. Yaitu berpartisipasi di dalam sebuah percakapan dan menawarkan sebuah hubungan ketika konsumen siap untuk membeli. Weber juga mengungkapkan bahwa dalam praktik pemasaran baru, situs perusahaan yang baik akan berisi kombinasi dan tulisan professional, yang berupa kontribusi dari konsumen dan calon konsumen. (2009:40). Berdasarkan pengertian tersebut, penggunaan instagram yang dilakukan Kepiting Bang Jai ini

mencoba menjalin kedekatan dengan konsumen mereka, dimana Kepiting Bang Jai mengunggah secara rutin baik foto maupun video mengenai produk yang ditawarkan Kepiting Bang Jai. Secara langsung pelanggan mereka dapat bertanya atau memberikan kritik mereka melalui kolom komentar yang disediakan maupun pesan langsung. Selain memberikan informasi kepada pelanggan mereka, melalui media sosial instagram ini, Kepiting Bang Jai juga mencoba untuk memperkenalkan keberadaan Kepiting Bang Jai kepada masyarakat secara lebih luas, untuk mendapatkan pelanggan baru.

Peneliti melihat, penggunaan media sosial sebagai media pemasaran yang dilakukan oleh Kepiting Bang Jai sudah efektif karena memungkinkan komunikasi dua arah. Peneliti melihat, pemilihan instagram sebagai alat promosi mereka sudah baik, dimana melalui instagram ini Kepiting Bang Jai dapat mengunggah foto maupun video dengan caption foto yang menarik konsumen untuk berkunjung ke Kepiting Bang Jai. Namun, instagram rata-rata digunakan oleh anak muda, sehingga target sasaran Kepiting Bang Jai yang menyangkut semua kalangan ini belum efektif. Peneliti juga mengamati langsung bahwa konsumen Kepiting Bang Jai yang mengikuti program *give away* dan *video contest* tersebut rata-rata adalah mahasiswa. Penambahan media sosial lain, seperti facebook, peneliti nilai perlu ditambahkan untuk kalangan konsumen Kepiting Bang Jai yang lainnya.

Peneliti juga mengamati dan menilai langsung penyampaian informasi yang disampaikan oleh pihak Kepiting Bang Jai melalui media sosial instagram. Beberapa unggahan Kepiting Bang Jai dalam menyampaikan informasi di instagram keliru atau tidak sesuai dengan kenyataan. Dalam unggahan tersebut, Kepiting Bang Jai menyampaikan tidak ada pajak dalam pembayaran, namun salah satu netizen mengungkapkan dalam kolom komentar unggahan tersebut, bahwa ada pajak 10% yang harus dia bayar di cabang kedua Kepiting Bang Jai. Berdasarkan hal tersebut, seharusnya Kepiting Bang Jai bisa lebih teliti dan detail dalam menyampaikan informasi di media sosial, karena informasi tersebut dapat dibaca oleh semua netizen dan pelanggan Kepiting Bang Jai, dimana instagram Kepiting Bang Jai memiliki 7.726 pengikut. Ketidaksesuaian informasi yang disampaikan, dapat menimbulkan rasa kecewa pelanggan.

Peneliti juga menemukan bahwa admin instagram Kepiting Bang Jai dalam membalas kolom komentar kurang teliti. Admin Kepiting Bang Jai tidak menyebut atau *mention* netizen yang bersangkutan, sehingga netizen yang bertanya tidak menerima pemberitahuan di kabar aktifitasnya untuk melihat komentar yang sudah dibalas oleh pihak Kepiting Bang Jai. Berdasarkan hal tersebut, pihak Kepiting Bang Jai khususnya admin instagram, harus bisa lebih teliti dan detail dalam menyampaikan informasi di instagram, serta teliti dalam

membalas komentar netizen yaitu dengan *mention* langsung ke netizen yang bersangkutan, sehingga komunikasi dua arah dapat terbentuk.

#### D. Evaluasi

Tahapan akhir dalam melaksanakan strategi *customer relations* setelah menjalankan programnya adalah evaluasi. Evaluasi dilakukan selama program berjalan, dengan tujuan untuk mengetahui resiko kesalahan yang mungkin terjadi. Setelah selesai melaksanakan program atau kegiatan evaluasi kembali dilakukan untuk mengetahui apakah program tersebut berjalan sesuai dengan tujuan atau tidak. Saran dan keluhan dari konsumen baik melalui pesan langsung di media sosial instagram, *face to face* maupun *call center* semua ditampung oleh Kepiting Bang Jai dan dijadikan bahan evaluasi yang dibahas bersama seluruh staff karyawan untuk kemudian diperbaiki bersama. (Informan 1).

Evaluasi yang dilakukan oleh Kepiting Bang Jai sesuai dengan pernyataan dasar Rossi dan Treeman (Cutlip, 2011:415) dalam evaluasi yaitu konseptualisasi dan desain program, monitoring implementasi program serta penilaian dampak dan efisiensi program. Dimana Kepiting Bang Jai mendesain masing-masing program sesuai dengan hasil riset yang diperoleh dengan tujuan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kemudian Kepiting Bang Jai melakukan monitoring selama program berjalan, seperti peningkatan mutu pelayanan, dimana masing-masing supervisor mengawasi perilaku karyawan dalam melayani konsumen.

Kemudian Kepiting Bang Jai melakukan penilaian di akhir program, apakah sudah sesuai dengan tujuan atau belum, yaitu setelah menjalankan internet marketing, Kepiting Bang Jai melakukan evaluasi dengan melihat tanggapan masyarakat mengenai Kepiting Bang Jai di media sosial khususnya instagram.

Namun, berdasarkan data wawancara yang peneliti dapatkan, pihak Kepiting Bang Jai hanya melakukan monitoring melalui supervisor untuk mengawasi perilaku karyawan. Peneliti menilai pihak Kepiting Bang Jai perlu melakukan evaluasi kinerja masing-masing karyawan, karena kemampuan masing-masing karyawan berbeda. Dimana data yang diperoleh sebagai bahan evaluasi merupakan hasil monitoring yang dilakukan supervisor. Evaluasi kinerja ini dapat meningkatkan kinerja karyawan dengan didukung saran dan kritik yang membangun mereka.

Peneliti menilai pihak Kepiting Bang Jai juga perlu melakukan survei kepuasan konsumen mereka, untuk dijadikan bahan evaluasi yang lebih efektif, untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari Kepiting Bang Jai serta untuk lebih mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen mereka di tengah persaingan bisnis kuliner yang cukup ketat di Yogyakarta ini.