

**“CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SEBAGAI SALAH SATU
UPAYA KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC) CENTER INDONESIA
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN”**



Disusun Oleh :

Deah Ananda Naewo (20150530156)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Deah Ananda Naewo

NIM : 20150530156

Konsentrasi : Public Relations

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan Skripsi dengan judul “*CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SEBAGAI SALAH SATU UPAYA KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC) CENTER INDONESIA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN*” berdasarkan hasil penelitian, pemaparan asli dari saya sendiri, seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar dan jelas. Demikian pernyataan saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini. Demikian pernyataan saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 19 Oktober 2019

Penulis

Deah Ananda Naewo

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah saya ucapkan terlebih dahulu, sebagai rasa syukur kepada Allah SWT karena berkat kehendakNya saya bisa menyelesaikan skripsi ini, dan karya ilmiah ini saya persembahkan khusus untuk :

- ❖ Kedua orangtua saya, untuk Mama dan Papa. Bapak Haris Dahlan Naewo dan Ibu Sulastri Mohi yang tiada henti-hentinya mendoakan saya, mendukung dan selalu menyemangati saya. Disaat saya merasa terpuruk dan putus asa selama menjalani masa perkuliahan, Mama dan Papa menjadi alasan terbesar saya untuk bisa bangkit lagi. Mama selalu memberi motivasi saya untuk bisa menerjang badai yang saya hadapi, jangan menjadi anak yang lemah, karena menurut Mama saya adalah anak bayinya yang kuat dan akan selalu menjadi anak bayinya mama yang kuat. Papa, yang selalu memberi semangat untuk saya dan selalu bilang “jangan nangis”. Mah Pah, tidak ada yang bisa Yaya ucapkan selain TERIMAKASIH BANYAK. Terimakasih untuk segala jerih payah yang kalian usahakan, Terimakasih untuk kasih sayang yang selalu diberikan, Terimakasih tidak pernah menyerah untuk mengantar Yaya sampai di titik ini. Yaya bangga jadi anak Mama Papa, Yaya bersyukur dijaga kedua orangtua seperti Mama Papa. Doa Yaya menyertai Mama dan Papa selalu.
- ❖ Untuk diriku sendiri. Selamat, U DID IT De! Terimakasih untuk diriku yang mau selalu bangkit, mau selalu berusaha. Terimakasih sudah berjuang.

- ❖ Terimakasih untuk ketiga saudaraku Kaka Dita, Kaka Nadya, Adek Yuvi. Kalian menjadi salah satu alasan Yaya untuk tetap semangat. Sehat selalu kalian, Yaya sayang kalian.
- ❖ Kepada keluarga besarku. Terimakasih atas doa dan dukungannya baik moril dan materil. Semoga ALLAH SWT membalas kebaikan kalian semua.
- ❖ Terimakasih juga untuk teman-temanku untuk Intan Deviani yang selalu mau nemenin aku kapanpun aku butuh. Terimakasih juga untuk Anel, Depi, Dinda, Kiki, Marta, Hapsari, Ode, Dika, Meutia. Tak lupa untuk teman KKN 253, terimakasih pengalamannya. Serta untuk teman-teman kosan Bu Ida, Ayu besar, Ayu kecil, Upi, Unel, Sri, Alvi. Serta untuk teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, tapi saya ucapkan Terimakasih untuk doa dan dukungan kalian semua yah guys! Semoga Allah membalas kebaikan kalian semua.
- ❖ Terimakasih banyak untuk Rey Pamungkas, kamu orang yang selalu baik, yang selalu menerima dan membimbingku untuk jadi pribadi yang lebih positif. Yang rela jalan kaki ke tempat kerja (Mal Malioboro) karena motornya aku pinjem buat urus skripsi, hehe. Thanks a lot Baby. Semoga Allah selalu berkahi kehidupanmu, stay positive and kind to everyone yah Rey.
- ❖ Kepada sahabat SMA ku, Anna, Azalia, Fidy, Regita, Ica, Eva, Vanya, Fitroh terimakasih sudah mau mendengarkan keluhanku dan jadi tempat curhat dikala aku putus asa. Terimakasih untuk Ikram yang selalu bantuin aku kalo laptopku bermasalah.

- ❖ Kepada pak Jono dan pak Muryadi, petugas tata usaha yang selalu saya ribetin dari semester awal sampai akhir, Terimakasih ya pak.
- ❖ Dan kepada semua pihak yang membantu saya dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terimakasih, semoga Allah membalas kebaikan kalian semua.

MOTTO

Hasbunallohu wa ni'mal wakil {Ali Imran : 173}

&

Selalu bersyukur, ikhlas dan sabar dengan kehendakNya.

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Kajian Pustaka.....	13
1. <i>Customer Relationship Management</i>	13
F. Penelitian Terdahulu.....	21
G. Metode Penelitian.....	23
1. Jenis Penelitian.....	23
2. Lokasi dan Objek Penelitian.....	24
3. Teknik Pengumpulan Data.....	24

a. Indepth Interview (Wawancara)	24
b. Studi Dokumen.....	25
4. Teknik Pengambilan Sampel.....	26
5. Teknik Analisis Data.....	27
6. Uji Validitas.....	28
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	30
A. <i>Company Profile KFC</i>	30
B. Lokasi Objek Penelitian.....	33
C. Visi, Misi dan Budaya Perusahaan.....	34
D. Program <i>Customer Relationship KFC</i>	39
1. <i>Guest Experience Survey (GES)</i>	40
2. <i>Customer Maniac</i>	46
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	51
A. SAJIAN DATA.....	51
1. Perencanaan Program <i>CRM KFC Indonesia</i>	51
a) Analisis Situasi.....	53
b) Perancangan Program.....	55
c) Tujuan Pelaksanaan <i>CRM KFC Center Indonesia</i>	58
d) Media Publikasi.....	59
e) Meningkatkan Sumber Daya Manusia.....	60
2. Pelaksanaan Program <i>Customer Relationship Management</i>	61
a) Bentuk-bentuk Layanan <i>KFC Center Indonesia</i>	62
b) Implementasi Program <i>Guest Experience Survey</i>	72

c) Pelaksanaan <i>Customer Maniac</i>	73
3. Evaluasi Program <i>Customer Relationship Management</i> KFC.....	76
B. PEMBAHASAN	79
1. Perencanaan Program <i>CRM</i> KFC Indonesia	79
2. Pelaksanaan Program <i>Customer Relationship Management</i>	87
a) <i>Customer Relationship Management</i> Strategis.....	89
b) <i>Customer Relationship Management</i> Operasional.....	91
c) <i>Customer Relationship Management</i> Analitis.....	94
3. Evaluasi Program <i>Customer Relationship Management</i> KFC.....	96
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	99
A. KESIMPULAN.....	99
B. SARAN.....	101
Daftar Pustaka	102
Lampiran	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Survei alasan konsumen membeli <i>fastfood</i>	2
Gambar 1.2	<i>Brand awareness (top of mind) fastfood 2015</i>	3
Gambar 1.3	Tampilan awal GES.....	8
Gambar 1.4	<i>Customer Maniac “Crazy Deal”</i>	9
Gambar 1.5	<i>Customer Maniac for Delivery Order</i>	10
Gambar 2.1	Gerai KFC Tematik.....	32
Gambar 2.2	Logo KFC.....	37
Gambar 2.3	Hubungan waralaba.....	37
Gambar 2.4	Manajemen perseroan.....	38
Gambar 2.5	Struktur organisasi.....	38
Gambar 2.6	Wilayah operasional KFC di Indonesia.....	39
Gambar 2.7	Contoh struk yang bisa akses <i>website</i> GES.....	42
Gambar 2.8	Tampilan awal GES, <i>customer</i> diminta untuk melengkapi data yang tercantum.....	43
Gambar 2.9	Salah satu bentuk pertanyaan survey mengenai tingkat kepuasan pelanggan.....	44
Gambar 2.10	Pelanggan diminta mengisi data diri lengkap.....	45
Gambar 2.11	Tampilan akhir setelah pengisian survey GES.....	46
Gambar 2.12	Program <i>Customer Maniac “Crazy Deal”</i>	48
Gambar 2.13	Program <i>Customer Maniac for Delivery Order</i>	49
Gambar 2.14	Program <i>Customer Maniac “Harga Merdeka”</i>	49
Gambar 2.15	Program <i>Customer Maniac “Promo Goceng”</i>	50
Gambar 3.1	Papan <i>display</i> di salah satu gerai KFC Indonesia.....	60
Gambar 3.2	KFC <i>food bus</i>	63
Gambar 3.3	KFC <i>food bus</i> pada event <i>Asean Games 2018</i>	63
Gambar 3.4	Mesin <i>self service booth</i> di gerai KFC Sentul City.....	64
Gambar 3.5	<i>Customer</i> yang sedang memesan menggunakan <i>self service booth</i>	65
Gambar 3.6	Layanan pesan antar KFC Indonesia.....	66
Gambar 3.7	Halaman beranda <i>website</i> KFC Indonesia.....	67

Gambar 3.8	Halaman Layanan > Hubungi Kami website KFC Indonesia.....	68
Gambar 3.9	Facbook, twitter dan youtube page KFC yang tertera di Halaman beranda <i>website</i>	68
Gambar 3.10	Konten Instagran KFC Indonesia.....	71
Gambar 3.11	Penanganan komplain KFC kepada pelanggan melalui Twitter.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tataran-tataran CRM.....	16
Tabel 3.1	Tabel Perencanaan Program Customer Relationship Management KFC <i>Center</i> Indonesia.....	56
Tabel 3.2	Tabel Tahap Pelaksanaan Program CRM KFC Indonesia.....	76
Tabel 3.3	Hasil pemeriksaan GES KFC <i>Center</i> Indonesia tahun 2017 – 2018.....	77
Tabel 3.4	Tingkat Pendapatan KFC <i>Center</i> Indonesia tahun 2016 – 2018.....	78