

**STRATEGI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* PADA
MASALAH CAFE DALAM MEMBENTUK *CONSUMER ENGAGEMENT***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie



Nurlatifah Dewi

1161003313

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri dan semua sumber, baik yang menjadi referensi maupun yang diikuti saya nyatakan benar

Nama : Nurlatifah Dewi

NIM : 1161003312

Tanda Tangan : 

Tanggal : 27 Agustus 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Nurlatifah Dewi

NIM : 1161003313


Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul : Strategi *Customer Relationship Management* Pada
Masalalu Cafe Dalam Membentuk *Consumer Engagement*

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Dewan Penguji

Pembimbing : Mochammad Kresna Noer, M.Si., Dr ()

Penguji I : Mirana Hanathasia, S.Sos., MmediaPrac ()

Penguji II : Annie Sugandi BBA, M.M ()

Ditetapkan di : Universitas Bakrie, Jakarta

Pada Tanggal : 27 Agustus 2020

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “Strategi *Customer Relationship Management* Pada Masalalu Cafe Dalam Membentuk *Consumer Engagement*” ini dengan sebaik mungkin.

Penulisan tugas akhir ini dilakukan berdasarkan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, penelusuran informasi secara studi pustaka yang sesuai dan berkaitan dengan topik pada tugas akhir ini. Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi syarat dan sebagai tanda telah menyelesaikan masa Pendidikan Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang berlokasi di Kawasan Rasuna Said, Kuningan, Jakarta Selatan.

Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan memberikan nasihat kepada penulis hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang Tua, Abang, dan Adik

Terima kasih kepada Mama, Bang Adit, dan Dedek Zikri yang selalu memberikan penulis dukungan penuh untuk tetap semangat dalam menyelesaikan seluruh kegiatan perkuliahan ini dengan baik. Dan terkhusus untuk Alm. Papa disurga, terima kasih karna selalu mendukung segala sesuatu yang penulis inginkan hingga akhir hayat Papa, dan terima kasih sudah menanamkan kebaikan dalam diri penulis sampai penulis bisa dikondisi seperti ini dan bisa menyelesaikan perkuliahan dengan sebaik mungkin.

2. Annisa Octaviani Dewi

Terima kasih kepada Kakak Sepupu penulis, yang telah banyak membantu penyusunan tugas akhir ini dan memberikan semangat hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan sebaik mungkin.

3. Muhammad Rakhir MakahRobby

Terima kasih kepada Robby karna sudah menjadi partner dalam segala hal yang telah memberikan semangat, nasihat, dan menjadi pendengar yang baik atas segala keluh kesah penulis dari mulai semester 1 hingga berakhirnya perkuliahan ini.

4. Mochammad Kresna Noer, M. Si., Dr

Terima kasih kepada Pak Kresna selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam membimbing dan menunggu penulis dalam penulisan tugas akhir ini hingga penulis dapat menyelesaikannya dengan sangat baik.

5. Masalalu Cafe

Terima kasih kepada COO, CCO, dan Senior Barista Masalalu Cafe yang telah memperbolehkan penulis mengangkat Masalalu Cafe sebagai objek penelitian tugas akhir ini dan telah memudahkan penulis dalam memberikan informasi yang dibutuhkan untuk mendukung penelitian hingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

6. Annie Sugandi BBA, M.M

Terima kasih kepada Miss Annie yang telah bersedia menjadi triangulator pada penelitian ini hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

7. Annita Putri Irbawantie

Terima kasih kepada sahabat penulis, *human diary* penulis yang telah menemani, membantu, mendukung segala sesuatunya dalam perkuliahan ini hingga saat ini penulis bisa menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

8. Dina Akmalia

Terima kasih kepada sahabat penulis yang telah memberikan semangat, pendapat, dan saran untuk penulis selama perkuliahan ini hingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

9. Amanda Choirunnisa

Terima kasih kepada *Day 1* penulis yang selalu menjadi sahabat penulis dari awal ubweek hingga perkuliahan ini selesai.

10. Wanita Ular, Wanita Suci, Calim, dan B*tch

Terima kasih telah menjadi sahabat penulis dan selalu memberikan semangat pada penulis hingga saat ini penulis bisa menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

11. Novrizal, Ilyas, Rais, Ero, Raihan, dan Fathur

Terima kasih kepada teman-teman penulis yang telah menghibur dan menemani penulis selama masa perkuliahan ini hingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir dengan sebaik mungkin.

12. Komunal 2016 dan Ketua Angkatan 2016

Terima kasih telah sama-sama berjuang dari tahun pertama hingga akhir perkuliahan ini dan selalu memberikan warna kehidupan selama menjalani perkuliahan. Dan untuk Rayhan selaku Ketua Angkatan 2016, terima kasih karna sudah memberikan penulis semangat hingga selesainya tugas akhir ini.

13. Seluruh staff Universitas Bakrie

Terima kasih kepada Mba Frida, Mba Asri, Mba Arin, Pak Erhan, Mas Anang, Bapak Satpam dan Mas/Mba yang membantu menjaga kebersihan dan keamanan kampus dan bekerja di pagi, siang sampai dengan malam hari, serta seluruh staff Universitas Bakrie yang selalu memberikan semangat dan energi positif kepada penulis selama perkuliahan berlangsung.

Jakarta, 27 Juli 2020



Penulis
Nurlatifah Dewi

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Civitas Akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurlatifah Dewi
NIM : 1161003313
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksekutif** (*non-exclusive royalty-fee rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“STRATEGI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* PADA
MASALAHU CAFE DALAM MEMBENTUK *CONSUMER ENGAGEMENT*”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksekutif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mngelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 27 Agustus 2020

Yang menyatakan,



Nurlatifah Dewi

STRATEGI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* PADA
MASALALU CAFE DALAM MEMBENTUK *CONSUMER ENGAGEMENT*

Nurlatifah Dewi

ABSTRAK

Banyaknya gerai kedai kopi di Indonesia khususnya di Ibu Kota Jakarta, membuat adanya persaingan yang cukup ketat antar kedai kopi. Dalam persaingan tersebut para pelaku bisnis kedai kopi berlomba-lomba dalam membuat strategi yang dapat menarik konsumen dan juga dapat mengikut sertakan konsumen agar terlibat dalam program dari strategi yang dibuat. Kedai kopi yang menjadi objek penelitian ini adalah Masalalu Cafe. Dimana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *customer relationship management* pada Masalalu Cafe dalam membentuk *consumer engagement*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus serta menggunakan wawancara semi struktur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Masalalu Cafe dalam memelihara hubungan dengan konsumen sehingga dapat membentuk sebuah keterlibatan dari konsumen dengan melakukan kegiatan dan program, yakni *member card*, *event* secara *online* dan *offline*, *bonding*, dan *survey*. Kegiatan dan program tersebut disampaikan oleh Masalalu Cafe terhadap konsumennya melalui *online* dengan memanfaatkan media sosial dan *offline* dengan melakukan komunikasi secara langsung. Seluruh kegiatan dan program yang dilaksanakan oleh Masalalu Cafe tidak lepas dari menyesuaikan dengan target sasaran konsumennya.

Kata Kunci: Strategi *Customer Relationship Management*, *Consumer Engagement*, Masalalu Cafe.

*CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT STRATEGY AT MASALALU
CAFE IN BUILDING CONSUMER ENGAGEMENT*

Nurlatifah Dewi

ABSTRACT

The large number of coffee shops in Indonesia, especially in the capital city of Jakarta, has created a quite tight competition between coffee shops. In the competition, the coffee shop business players compete in making strategies that can attract consumers and involving customers in strategy programs that have been made. The coffee shop that has become the object of this research is Masalalu Cafe. This study aims to determine the customer relationship management strategy at Masalalu Cafe in forming consumer engagement. The method used in this research is qualitative research with a case study approach and using semi-structured interviews. The result of the study shows that in order to maintain it's relationship with customers, Masalalu Cafe can shape the strategy through customers engagement by conducting activities and programs such as/ namely member cards, online and offline event, bonding, and surveys. Masalalu Cafe activities and programs are delivered to consumers through online platform by utilizing social media and offline platform by conducting direct communication. All activities and programs carried out by Masalalu Cafe cannot be separated from adjusting to the target consumers.

Keywords: Customer Relationship Management Strategy, Consumer Engagement, Masalalu Cafe.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xiv
BAB I. Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II. Kerangka Pemikiran.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	7
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran	20
2.2.1 <i>Public Relations</i>	20
2.2.2 <i>Customer Relationship Management</i>	22
2.2.3 <i>Consumer Engagement</i>	26
2.3 Kerangka Pemikiran	27
BAB III. Metodologi Penelitian.....	29
3.1 Metode Penelitian.....	29

3.2 Objek dan Subjek Penelitian	30
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	31
3.3.1 Sumber Data	31
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	34
3.5 Teknik Analisis Data	35
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	36
3.7 Keterbatasan Penelitian	38
BAB IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan	39
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	39
4.1.1 Profil Masalalu Cafe	39
4.2 Subjek Penelitian.....	47
4.2.1 Subjek Triangulator	49
4.3 Hasil Penelitian.....	50
4.3.1 Strategi Masalalu Cafe dalam Membangun Kepercayaan Konsusmen.	50
4.3.2 Strategi <i>Customer Relationship Management</i> Pada Masalalu Cafe	52
4.3.3 Dimensi <i>Consumer Engagement</i> Pada Masalalu Cafe	61
4.4 Pembahasan	70
4.4.1 Strategi Masalalu Cafe dalam Membangun Kepercayaan Konsumenten..	71
4.4.2 Strategi <i>Customer Relationship Managment</i> Pada Masalalu Cafe	73
4.4.3 Dimensi <i>Consumer Engagement</i> Pada Masalalu Cafe	78
BAB V. Kesimpulan dan Saran	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran	88
5.2.1 Saran Akademis	88
5.2.2 Saran Praktis	88

DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Top 10 Coffee Producers</i>	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2.1 Tahapan <i>Customer Relationship Management</i>	23
Gambar 4.1 Logo Masalalu Cafe	39
Gambar 4.2 Tampilan dari Makanan dan Minuman di Masalalu Cafe.....	41
Gambar 4.3 Tampilan <i>Venue</i> dan <i>Selfie Spot</i> di Masalalu Cafe	41
Gambar 4.4 <i>Flyer Event</i> di Masalalu Cafe.....	42
Gambar 4.5 Tampilan Kartu Kesetiaan Masalalu Cafe	43
Gambar 4.6 Tampilan Sedotan Bambu Masalalu Cafe.....	43
Gambar 4.7 Tampilan Sedotan Stainless Masalalu Cafe	43
Gambar 4.8 Tampilan <i>T-Shirt</i> Masalalu Cafe	44
Gambar 4.9 Tampilan Mading Masalalu Cafe	44
Gambar 4.10 Tampilan Akun <i>Instagram @Masalaluofficial</i>	45
Gambar 4.11 <i>Activity Insight @Masalaluofficial</i>	56
Gambar 4.12 <i>Audience Insight @Masalaluofficial</i>	46
Gambar 4.13 Zaki Khameni, COO Masalalu Cafe	47
Gambar 4.14 Almira Nazelia, CCO Masalalu Cafe	48
Gambar 4.15 Gilang Putra Pratama, <i>Senior Barista</i> Masalalu Cafe	48
Gambar 4.16 Farhan Fajar Ramadhan, Konsumen <i>Member</i> Masalalu Cafe.....	49
Gambar 4.17 Rayhan, Konsumen <i>Non Member</i> Masalalu Cafe.....	49
Gambar 4.18 <i>Flyer Event</i> Sayembara di Masalalu Cafe	77
Gambar 4.19 <i>Flyer</i> Protokol Kesehatan COVID-19.....	80
Gambar 4.20 <i>Flyer</i> Hiburan Protokol Kesehatan COVID-19.....	80
Gambar 4.21 <i>Instastory Member Card</i>	82
Gambar 4.22 <i>Post Feeds Member Card</i>	83

Gambar 4.23 Masalalu Cafe *nominated for Zomato Coffee Shop Awards*
2020.....84

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran	28
Bagan 3.1 Operasionalisasi dan Konseptualisasi	35