

## **BAB III**

### **SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Sajian data**

Legend Coffee merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kuliner yang berdiri sejak tahun 2012 Legend Coffee merupakan salah satu Cafe yang fenomenal di kota Yogyakarta terutama di kalangan mahasiswa dan pelajar di kota tersebut. Perkembangan bisnis kuliner di kota Yogyakarta saat ini berkembang sangat pesat banyak pebisnis yang mendirikan cafe-cafe maupun rumah makan yang serupa sehingga menimbulkan persaingan yang cukup ketat bagi Legend Coffee. Mengingat hal tersebut Legend Coffee tidak hanya berdiam diri berusaha terus menerus berupaya untuk mempertahankan dan bahkan meningkatkan pelanggan yang ada dengan berbagai macam strategi dan pelayanan yang di berikan.

Bagi pihak Legend Coffee pelayanan yang menyenangkan dan kenyamanan pelanggan adalah hal yang paling diperhatikan seiring dengan visi dan misi Legend Coffee yaitu membuat pengunjung merasa nyaman di Legend Coffee layaknya di rumah sendiri dan ingin berlama-lama berada di tempat tersebut, karena pelanggan merupakan faktor utama dalam keberhasilan suatu bisnis maka melayani pelanggan, menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan mendapat kepercayaan penuh dari pelanggan merupakan hal yang harus senantiasa di lakukan karena dengan hal tersebut

akan menimbulkan kepuasan pelanggan dan menumbuhkan sikap loyal terhadap Legend Coffee.

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai analisis terhadap data-data yang dikumpulkan berdasarkan pengamatan yang dilakukan di lapangan serta pembahasan di seputar data yang diperoleh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan strategi *customer relations* Legend Coffee Yogyakarta, sehingga untuk memperoleh hal tersebut dilakukan penelitian di Legend Coffee Yogyakarta. Data yang dikumpulkan yaitu data yang berupa wawancara dan dokumen perusahaan yang mendukung dalam penelitian ini.

## **1. Proses Pembuatan Strategi di Legend Coffee Yogyakarta**

Strategi sangat diperlukan di setiap perusahaan yang ingin mengembangkan perusahaannya agar terlihat berbeda dengan perusahaan yang lainnya. Sebelum menetapkan strategi Legend Coffee terlebih dahulu melakukan perencanaan strategi yaitu dengan melakukan analisis situasi yang melingkupi faktor internal kekuatan (*Strengths*) kelemahan (*Weaknesses*) dan faktor eksternal peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*).

“Sebelum menentukan strategi pemasaran maupun strategi-strategi lain yang dilakukan oleh pihak Legend Coffee, hal pertama yang dilakukan yaitu kami selalu memperhatikan apa yang dibutuhkan pelanggan dan selalu membandingkan apa yang ada di Legend Coffee dengan cafe lainnya tujuannya agar cafe kami terlihat berbeda dari yang lain kami juga memiliki fasilitas yang cafe lain tidak punya dan yang pasti tepat pada sasaran yang sudah kami rencanakan”. (wawancara dengan bapak Fabyano, staff marketing Legend Coffee Yogyakarta 22 Mei 2016)

**a. Kekuatan (*Strengths*)**

- 1) cafe yang menyediakan fasilitas *games* dan bisa digunakan secara gratis oleh pengunjung.
- 2) Lokasi cafe yang strategis terletak di jantung kota Yogyakarta dan beroperasi selama 24 jam
- 3) Fasilitas ruangan yang tersedia sangat luas yang memiliki ruangan *out door* dan *in door*, serta memiliki area *smoking* dan *no smoking*. Ruangan *in door* dilengkapi dengan AC, LCD TV dan sofa
- 4) *Free wifi* di seluruh area cafe
- 5) Menu yang disediakan bervariasi mulai dari tradisional hingga menu *western* dan harga yang ditawarkan sangat terjangkau
- 6) Dilengkapi dengan *meeting room*, mushola, 4 toilet dan tersedia 230 jumlah meja yang dapat digunakan oleh pengunjung
- 7) Memiliki sistem pembayaran ditempat
- 8) Menyediakan hiburan *live* musik di setiap hari Senin malam dan membolehkan pengunjung untuk *request* lagu

**b. Kelemahan (*weakness*)**

- 1) Memiliki lahan parkir yang sempit
- 2) Banyak *games* yang tidak berfungsi secara normal

**c. Peluang (*Opportunities*)**

- 1) Memiliki kerja sama dengan beberapa perusahaan di Yogyakarta seperti PT. Hm Sampoerna. Tbk, Tribun Jogja dan Radio Q
- 2) Fenomena *nongkrong* yang pada saat ini semakin diminati oleh kalangan pelajar dan mahasiswa bahkan sudah menjadi kebutuhan hal ini menjadi peluang bagi Legend Coffee untuk memenuhi kebutuhan tersebut dengan menyediakan segala fasilitas yang ada di Legend Coffee.

**d. Ancaman (*Threats*)**

- 1) Ketatnya persaingan dengan kompetitor lain yang sudah lama beroperasi
- 2) Banyak munculnya cafe-cafe yang baru beroperasi dengan berbagai macam konsep dan dekorasi yang menarik. (wawancara dengan bapak Fabyano, Marketing Legend Coffee Yogyakarta pada tanggal 22 Mei 2016 )

Berdasarkan beberapa analisis di atas terdapat beberapa ancaman-ancaman yang harus dihadapi oleh pihak Legend Coffee dan untuk mengantisipasi hal tersebut maka diperlukannya strategi-strategi agar eksistensi Legend Coffee tetap berlanjut dan terutama agar bagaimana untuk mempertahankan loyalitas pelanggan yang ada di Legend Coffe, sebelum menentukan strategi-strategi tersebut sebelum pihak Legend Coffee melakukan langkah-langkah dalam menentukan strategi yaitu sebagai berikut :

1. *Fact Finding*, mengumpulkan fakta atau data-data mengenai kebutuhan atau keperluan publiknya, untuk melaksanakan strategi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan maka hal pertama yang dilakukan pihak Legend Coffee yaitu menemukan masalah yang ada disekitar perusahaan terlebih dahulu serta menemukan permasalahan dan kebutuhan apa yang di inginkan oleh pelanggan, yang dilakukan dalam melaksanakan hal tersebut pihak Legend Coffee memanfaatkan media sosial dan *website* maupun secara tatap muka untuk menampung masukan dan saran yang diberikan oleh pelanggan Legend Coffee. Dengan hal ini pihak Legend Coffee dapat mengetahui apa yang dibutuhkan dan yang diinginkan oleh pelanggan.

“dalam melaksanakan tugasnya divisi marketing komunikasi tidak hanya sebagai tim kreatif dalam melakukan pemasaran atau promosi produk yang dilakukan perusahaan tapi divisi markom terlibat dalam hal mengenai eksternal perusahaan maupun dalam hal menangani keluhan pelanggan baik secara langsung maupun melalui media sosial dan yang menjadi admin semua medsos yang ada juga staff divisi markom, disini kita menyediakan media sosial yang kita miliki yaitu FB, Twitter dan IG sebagai wadah bagi pelanggan untuk memberikan masukan saran maupun *complaint* ya demi Legend yang lebih baik ke depan dan bagi kami yang paling utama yaitu kenyamanan pelanggan agar mereka tetap loyal alasan kenapa kami memilih media tersebut karena target dan sasaran kami yaitu dari pelajar hingga pekerja kreatif yang notabene pengguna *gadget* dan maniak sosmed jadi menurut kami dengan media tersebut akan menjadi lebih efektif” (wawancara dengan bapak Fabyano, Marketing Legend Coffee Yogyakarta pada tanggal 22 Mei 2016 )

Untuk saat ini Legend Coffee tidak memiliki masalah yang terlalu berat dan jarang sekali mendapatkan komplain dari pengunjung hanya berupa masukan dan keluhan yang di berikan dan tidak setiap hari hal tersebut dilakukan oleh pengunjung. Pada hari-hari tertentu ada kalanya staff

marketing saling bertukar pikiran atau hanya sekedar bercerita tentang seputar Legend Coffe dengan pelanggan yang sudah menjadi pelanggan tetap Legend Coffee yang bertujuan untuk bisa mengetahui pandangan para pelanggan terhadap Legend Coffee sekaligus mengetahui isu yang sedang berkembang saat ini, selain itu dalam menemukan masalah yang ada pihak Legend Coffee tidak hanya melakukannya pada internal perusahaan saja akan tetapi di eksternal perusahaan dengan cara pihak Legend menjadi pelanggan pada cafe-cafe lainnya untuk mengetahui bagaimana pelayanan, fasilitas dan produk yang diberikan oleh para pesaing sebagai bahan perbandingan pihak perusahaan agar tmenjadi lebih unggul diantara para pesaingnya.

2. *Planning, planning* ialah perencanaan dari suatu kegiatan, dalam perencanaan itu dibuat tujuan dan rencana kegiatan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut. dengan adanya *planning* dapat menghindari kegagalan dalam melaksanakan kegiatan yang akan dilaksanakan dan akan memperoleh hasil yang maksimal. Berdasarkan situasi yang terjadi saat ini yang mana ketatnya persaingan antar cafe yang berada di Yogyakarta banyak cafe yang menawarkan produk serta fasilitas yang lebih unggul, sebagai cafe yang sudah beroperasi selama empat tahun menuntut Legend Coffee untuk terus memperkuat diri dengan merencanakan strategi-strategi yang lebih kreatif dalam mempertahankan loyalitas pelanggan agar pelanggan tidak berpaling dan Legend cafe tetap dapat mempertahankan eksistensinya dalam persaingan bisnis antar cafe yang ada di kota Yogyakarta.

“selama empat tahun Legend Coffee berjalan sudah banyak kegiatan atau *event* yang kita laksanakan baik itu *event* dari Legend Coffee sendiri maupun *event* yang bekerja sama dengan pihak eksternal tujuan utamanya ya pasti untuk menarik pengunjung yang datang dan untuk memberikan kesan berbeda kepada pelanggan yang sudah setia terhadap kami, dan kami juga memiliki kegiatan internal seperti *training* karyawan dan *family gathering*, ya tentunya sebelum melaksanakan itu kami membuat *planning*, menentukan target sasaran yang akan kami tuju serta mempertimbangkan *feedback* yang kami peroleh dengan tidak melupakan tujuan utama yaitu untuk mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap kami” (wawancara dengan bapak Fabyano, marketing Legend Coffee tanggal 22 Mei 2016)

Pelaksanaan strategi yang baik disusun dengan berpedoman pada apa yang terjadi pada saat ini dan fakta yang didapatkan, sehingga program yang disusun dapat berjalan sesuai dengan yang telah direncanakan dan tepat sasaran. Kegiatan-kegiatan yang dibuat sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan yang pasti menguntungkan bagi perusahaan serta pelanggan.

Adapun program-program yang dilaksanakan Legend Coffee yaitu :

- 1) Go A Head Legend, Sebagai cafe yang memiliki jaringan yang luas dan banyak bekerja sama dengan pihak eksternal dalam mempererat hubungan tersebut Legend Coffee mewujudkannya dengan merancang sebuah *event* yang berkolaborasi dengan PT. HM Sampoerna Yogyakarta *event* tersebut dinamakan Go A Head Legend yang dilaksanakan di Legend Coffee. Dalam *event* tersebut terdapat serangkaian acara yang melibatkan para pengunjung dan pelanggan yang berada di Legend Coffee seperti festival musik, lomba foto *contest* dan *potography ponsel* yang melibatkan komunitas-komunitas yang ada di Yogyakarta. Pada gambar 3.1 dibawah

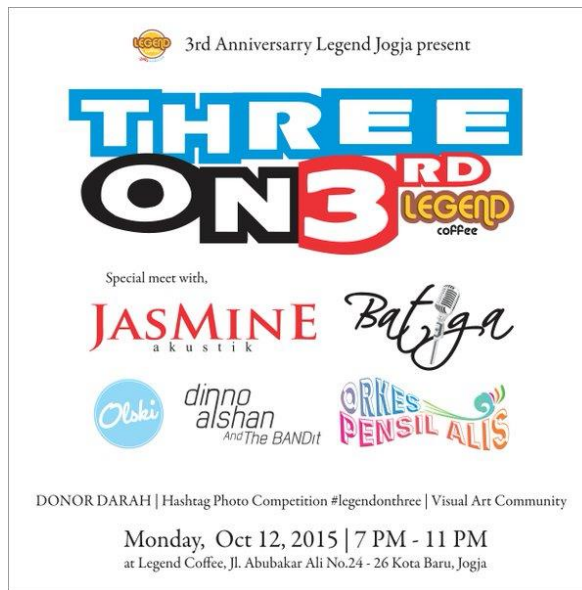
ini merupakan contoh kegiatan yang dilakukan pada saat acara berlangsung.



Gambar 3.1 *Event Go A Head Legend*

- 2) *Anniversary Legend Coffee*, *Anniversary Legend Coffee* merupakan *event* rutin yang diadakan setiap tahunnya dimana dalam *event* tersebut terdapat serangkaian acara mulai dari hiburan yang mengundang band-band indie jogja, berbagai macam lomba-lomba hingga acara sosial tentunya acara tersebut terbuka untuk umum dan *Free entry* terutama bagi pelanggan Legend Coffee tujuan diadakan *event* tersebut yaitu untuk memperingati hari jadi Legend Coffee sekaligus sebagai bentuk kepedulian Legend Coffee terhadap sesama terutama bagi pelanggan Legend Coffee. Pada gambar 3.2 dibawah ini merupakan contoh poster beserta rangkaian acara yang dilaksanakan pada saat *anniversary* Legend Coffee yang ke 3.





Gambar 3.2 poster 3rd anniversary Legend

- 3) Nonton bareng, kegiatan ini merupakan kegiatan rutin yang dilakukan di Legend Coffee, nonton bareng pertandingan sepak bola dengan disediakan fasilitas layar yang besar dan tempat yang luas serta tanpa dipungut biaya apapun memperbolehkan siapa saja untuk ikut dalam kegiatan tersebut. Pada gambar 3.3 dibawah ini merupakan contoh poster nonton bareng pertandingan sepak bola dan motogp.



Gambar 3.3 poster nonton bareng Legend

- 4) Festival musik akustik Legend Coffee, festival musik akustik Legend Coffee dilaksanakan untuk mencari band-band yang berkualitas yang

nantinya akan dikontrak oleh Legend Coffee untuk mengisi malam akustika yang diadakan setiap senin malam, festival dapat diikuti seluruh band akustik dengan syarat dan ketentuan yang berlaku dan pendaftaran tanpa dipungut biaya apapun serta pemenang selain mendapatkan kontrak dari Legend juga akan mendapatkan hadiah menarik lainnya. Pada gambar 3.4 dibawah ini merupakan poster festival band akustik yang memaparkan tentang syarat dan ketentuan perlombaan dan waktu pelaksanaan lomba.



gambar 3.4 poster festival akustik

Tujuan dari diadakannya program tersebut di atas merupakan bentuk realisasi strategi dari Legend Coffee untuk meraih kepuasan pelanggan. Mulai dari segi pelayanan dan fasilitas maupun hiburan yang berupa *event* yang dilaksanakan. Mengingat target market dari Legend Coffee mulai dari pelajar, mahasiswa hingga karyawan atau pekerja kreatif yang notabene penyuku hal-hal yang berbau maka dari itu Legend Coffee banyak melaksanakan *event* yang sesuai dengan minat mereka.

3. *Actuating & Communicating*, dalam tahap ini merupakan tindakan nyata dan bagaimana cara perusahaan mengkomunikasikan apa yang akan dilaksanakan dalam mencapai tujuannya untuk menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, Legend Coffee selalu berusaha memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggannya. Aktivitas *Customer relations* ini dilaksanakan mulai dari hal-hal kecil yang dilakukan oleh pihak Legend Coffee yang dapat menimbulkan kepuasan pada pelanggan yang berkunjung ke Legend Coffee dan hal tersebut memang menjadi prioritas utama bagi pihak Legend Coffee Yogyakarta. Untuk mewujudkan perencanaan program yang sudah direncanakan sebelumnya Legend Coffee memiliki beberapa cara yang digunakan dengan memanfaatkan media-media yang ada seperti membuat poster serta banner yang sesuai dengan *event* apa yang akan dilaksanakan yang nantinya akan dipasang di setiap tempat yang sudah ditentukan, selain itu Legend menggunakan sosial media yang dimiliki untuk mempromosikan *event* yang akan dilaksanakan. Selain itu Legend juga memiliki kerja sama dengan beberapa media yang dapat mengiklankan kegiatan yang ada di Legend Coffee seperti pihak tribune jogja dan radio Q.

*Customer relations* merupakan bagian terpenting yang perlu diterapkan oleh sebuah instansi yang banyak berhubungan dengan pelanggan berhasil atau tidaknya suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh sebuah perusahaan dapat dilihat dari sikap atau respon dari pelanggan terhadap apa yang telah diberikan dari segi pelayanan, fasilitas maupun kebijakan yang dibuat oleh

perusahaan. Pada aktivitas *customer relations* tujuan yang hendak dicapai lebih kepada untuk menciptakan citra positif perusahaan di mata publik apabila perusahaan memiliki reputasi yang baik di mata pelanggan maka secara otomatis akan berpengaruh terhadap bertambahnya jumlah pelanggan.

Kepuasan dan loyalitas pelanggan sangat bergantung pada kualitas produk dan pelayanan serta pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh perusahaan apabila hal tersebut susah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dan pelanggan merasa puas dengan apa yang telah diberikan maka pelanggan tidak segan untuk terus berkunjung.

4. *Evaluating*, pada tahap evaluasi dilaksanakan untuk mengetahui apakah program atau kegiatan yang dilaksanakan sudah berjalan sesuai dengan keinginan perusahaan atau tidak. Hal ini dilakukan untuk mengetahui hal-hal apa saja yang perlu diperbaiki atau dibenahi dan ditindaklanjuti dengan tujuan mendapatkan hasil yang diinginkan. Tetapi evaluasi bukan merupakan akhir dari kegiatan *customer relations* yang telah dilaksanakan melainkan hanya menjadi bahan ajar untuk pelaksanaan kegiatan berikutnya apakah kegiatan tersebut layak untuk dilakukan dan diteruskan atau tidak. dengan dilakukannya hal tersebut diharapkan dapat lebih baik untuk ke depan.

## **2. Pelaksanaan Strategi Customer Relations Legend Coffee Yogyakarta dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan**

Pelanggan adalah faktor utama bagi pelaku bisnis dalam menentukan berhasil atau tidaknya suatu bisnis yang ditekuni dapat dilihat dari seberapa banyak pelanggan yang berkunjung ke tempat tersebut. Untuk mendapatkan hal tersebut bukan merupakan hal yang mudah apalagi banyak pesaing yang selalu ingin lebih unggul maka dari itu diperlukannya strategi-strategi yang dapat menarik minat pelanggan untuk berkunjung serta berusaha agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Dalam mewujudkan hal tersebut berikut ini beberapa kiat dan strategi yang diterapkan oleh Legend Coffee dalam meningkatkan loyalitas pelanggan :

### *a. Service of excellence* (pelayanan prima)

Memberikan pelayanan prima merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh Legend Coffee dalam melayani pelanggan pelayanan prima wajib diberikan oleh seluruh karyawan yang ada di Legend Coffee kepada seluruh pelanggan yang mengunjungi cafe tersebut.

“kami ingin pelanggan yang berkunjung ke Legend puas dengan pelayanan yang kami berikan, membuat mereka merasa nyaman ketika berada di Legend, jadi pelayanan yang maksimal harus setiap saat diberikan terutama bagi *waiters* yang langsung berhubungan dengan pelanggan harus menunjukkan sikap ramah, murah senyum sopan ya jadi orang yang datang pun senang” (wawancara dengan bapak Fabyano, Marketing Legend Coffee Yogyakarta tanggal 22 Mei 2016)

Namun tidak hanya sebatas hal demikian saja yang diberikan ada beberapa hal yang diterapkan oleh pihak Legend Coffee dalam melayani pelanggan diantaranya sebagai berikut:

1) *Training* karyawan Legend Coffee Yogyakarta, Petugas layanan perusahaan seperti *waiters* dan karyawan merupakan faktor internal yang memegang peranan sangat penting dalam membentuk citra positif perusahaan. Maka dari itu seorang pelayan atau karyawan harus memiliki sikap yang sopan, ramah dan memiliki keterampilan yang baik dalam pelayanan terhadap pelanggan, dalam hal ini Legend Coffee memberikan *training* kepada calon karyawan yang akan dipekerjakan. *Training* dilaksanakan selama satu bulan agar calon karyawan siap melayani pelanggan sesuai dengan standar dan kebijakan manajemen. *Training* karyawan di Legend Coffee ini diberikan oleh *head service* dan *captain* selaku atasan. Hal-hal yang diajarkan dalam *training* adalah :

- a. Menghapal nomor meja yang ada di Legend Coffee
- b. Menghafal jenis menu dan harganya
- c. Menyapa pelanggan dengan senyum dan ramah
- d. Menerima pesanan pelanggan
- e. Mengantarkan pesanan pelanggan

- f. Menghadapi pelanggan (bagaimana menerima kritik, saran dan keluhan yang diberikan pelanggan serta menerima permintaan pelanggan).
- 2) Menyambut kedatangan pengunjung dengan mengucapkan selamat datang menanyakan “ada yang bisa dibantu” kepada pengunjung serta menunjukkan meja yang masih kosong kepada pengunjung.
  - 3) Menerapkan sistem pembayaran di tempat hal ini jarang digunakan oleh perusahaan yang memiliki bisnis serupa, di Legend Coffee menerapkan hal tersebut jadi pelanggan tidak direpotkan untuk membayar di kasir cukup membayar di tempat yang nantinya akan dilayani oleh *waiters*.
  - 4) Melayani kebutuhan pelanggan dengan sigap dan melayani sesuai dengan kebutuhan pelanggan, dalam hal ini diterapkan oleh seluruh *staff* Legend Coffee dalam menyiapkan pesanan yang dipesan oleh pelanggan berdasarkan urutan sehingga tidak ada perbedaan pelayanan dengan pelanggan yang lain dan pelayanan bisa tertata rapi serta dengan jumlah *waiters* yang mencapai 125 orang sangat efektif untuk mengantar pesanan pengunjung dengan cepat. Dalam bentuk pelayanan yang lain yang dapat dilaksanakan oleh *waiters* yaitu dalam menyediakan *games card* seperti kartu remi kartu uno, uno stacko dan *games*

yang dapat di main ditempat lainnya apabila dibutuhkan oleh pengunjung maka *waiters* yang bertugas siap menyediakannya begitu juga dengan keperluan yang lainnya seperti penambahan pesanan dan lain sebagainya.

- 5) Mengucapkan “terima kasih dan datang kembali ya kak” kepada setiap pelanggan yang telah mengunjungi Legend Coffee, mengucapkan terima kasih merupakan hal kecil yang dilakukan namun bisa menimbulkan dampak yang positif kepada pelanggan.
- 6) Menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, hal ini biasa dilakukan oleh marketing Legend Coffee atau *waiters* kepada pelanggan tetap Legend Coffee pelanggan tetap yang dimaksud yaitu pelanggan yang hampir setiap hari berkunjung ke Legend Coffee dengan cara menyapa dan saling bertukar pendapat berusaha untuk lebih akrab dengan pelanggan agar menjadi lebih loyal terhadap Legend Coffee.

b. Mutu produk dan fasilitas Legend Coffee

Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan maka produk dan fasilitas yang disediakan harus selalu diperhatikan demi kenyamanan pengunjung yang menikmati fasilitas dan produk yang disediakan dan dalam menghindari komplain dari pengunjung serta menghindari *customer exit*.



Ada beberapa hal yang dilakukan dan selalu diperhatikan antara lain sebagai berikut :

- 1) Fasilitas, Legend Coffee yang merupakan Cafe yang memiliki konsep *games* cafe memiliki ruangan *out door* dan *in door* serta jam operasi cafe selama 24jam, maka fasilitas yang disediakan harus memenuhi standar seperti fasilitas *games* yang disediakan harus sentiasa dalam keadaan baik dan dapat digunakan dengan sesuai dengan fungsinya dalam melakukan hal tersebut Legend Coffee senantiasa melakukan perawatan terhadap *games* yang dimiliki perawatan dilakukan setiap seminggu sekali memeriksa seluruh fasilitas *games* yang ada di cafe mulai dari *games* elektronik hingga *games* non elektronik pemeriksaan mulai dari fungsi *games* apakah berfungsi dengan baik atau tidak serta memeriksa kelengkapan *games*. Dari segi ruangan dan fasilitas ruangan juga diperhatikan seperti ruangan *out door* dilengkapi dengan payung agar pengunjung terhindar dari hujan dan terik matahari, kursi dan meja yang disediakan juga selalu diperhatikan apakah layak digunakan atau tidak begitu juga dengan ruangan *in door* dan di setiap meja terutama di ruang *in door* disediakan terminal arus listrik yang bisa digunakan oleh pelanggan untuk keperluan seperti mengisi daya baterai HP atau pun laptop.
- 2) Produk, selain fasilitas produk yang disediakan juga sangat penting diperhatikan karena kualitas produk yang digunakan mempengaruhi rasa yang dihasilkan, dalam menyediakan produk pihak Legend Coffee

mempercayakan kepada divisi *purchasing* untuk membeli bahan baku dan mengontrol keluar masuk bahan baku yang digunakan, senantiasa menggunakan bahan baku yang berkualitas dan sesuai standar yang sudah ditetapkan oleh pihak manajemen. Jika ada yang tidak sesuai maka tidak boleh digunakan untuk keperluan konsumen selalu menjaga rasa dan kualitas makanan dan minuman yang disediakan.

- 3) Menjaga kebersihan lingkungan, kebersihan merupakan salah satu faktor yang amat sangat diperhatikan terutama bagi pengunjung tidak akan mau berkunjung apabila tempat tersebut kelihatan kotor, Legend Coffee selalu memperhatikan hal ini dan kebersihan merupakan tanggung jawab dari semua pihak yang bekerja di Legend dan dibantu dengan *cleaning Service* yang selalu siap sedia membersihkan setiap sudut cafe, tak terkecuali toilet dan mushola.

Tujuan utama memberikan pelayanan prima kepada pelanggan yaitu untuk mendapatkan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan loyal dan enggan untuk berpindah kepada yang lain. Dengan strategi pelayanan prima yang diterapkan diharapkan dapat memenuhi apa yang diinginkan oleh pelanggan.

Dalam merambah dunia bisnis persaingan antara perusahaan yang memiliki bisnis yang sama merupakan hal yang tidak dapat dielakkan berbagai macam upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk dapat menarik minat pelanggan dan tidak hanya itu, membuat pelanggan merasa puas akan pelayanan dan fasilitas yang diberikan merupakan tahap awal untuk

menjadikan pelanggan tetap loyal. Untuk mewujudkan hal tersebut diperlukannya strategi-strategi menarik yang dilakukan perusahaan.

Dalam mewujudkan hal tersebut Legend Coffee mengupayakannya dengan menyediakan berbagai fasilitas yang menunjang bagi pelanggan mulai dari lokasi cafe yang luas tersedia pilihan tempat duduk yang nyaman, fasilitas *games* yang menunjang, jaringan *Free wifi*, harga yang terjangkau, berbagai pilihan menu, pelayanan yang cepat dan ramah serta tersedia hiburan *live* musik bagi pelanggan yang berkunjung dengan disediakan fasilitas-fasilitas tersebut pihak Legend Coffee berusaha mendapatkan kepuasan pelanggan terhadap apa yang telah disediakan dan apa bila pelanggan merasa puas dengan apa yang telah diberikan maka loyalitas pelanggan dengan mudah untuk didapatkan pada dasarnya kepuasan pelanggan dapat diciptakan apabila apa yang disediakan dan apa yang dilakukan oleh perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta sesuai dengan harapan pelanggan terhadap apa yang telah diberikan jika hal tersebut terpenuhi maka tingkat kepuasan pelanggan akan tercapai. Strategi-strategi yang dilakukan Legend Coffee dalam meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan cara :

- a. bekerja sama dengan pelanggan yang ingin melaksanakan *event* dengan cara membantu menjualkan tiket *event* yang akan diselenggarakan oleh pelanggan dan membantu mempromosikan *event* tersebut dengan memasang *Stand banner* diarea Legend Coffee dan juga mempromosikannya melalui LegendTV. Kerja sama dapat dilaksanakan

sesuai dengan ketentuan dan syarat yang berlaku pihak yang akan menyelenggarakan *event* harus membuat surat kesepakatan dengan Legend Coffee dan menandatangani, mencantumkan logo Legend Coffee di setiap media promosi yang digunakan oleh penyelenggara *event*. sistem keuntungan penjualan *ticket box* ini menggunakan sistem bagi hasil jadi kedua belah pihak sama-sama mendapat keuntungan. Sudah banyak pihak yang melakukan kerja sama tersebut terutama *event* yang dilaksanakan oleh universitas yang ada di kota Yogyakarta yang sudah menjadikan Legend sebagai media *partner* tetap jika ingin mengadakan *event*. pada gambar 3.5 Merupakan contoh realisasi media *partner* yang diadakan Legend Coffee yaitu sebagai berikut:

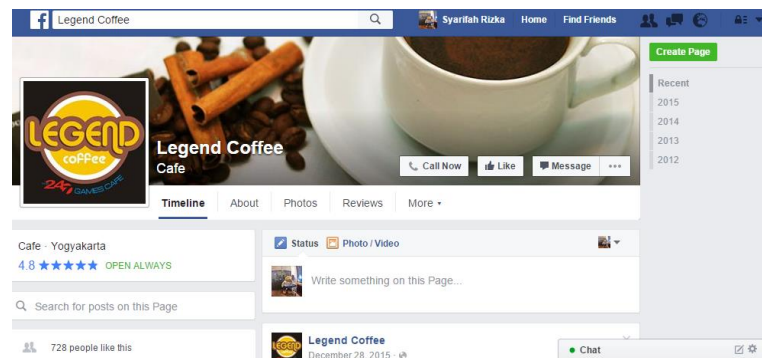




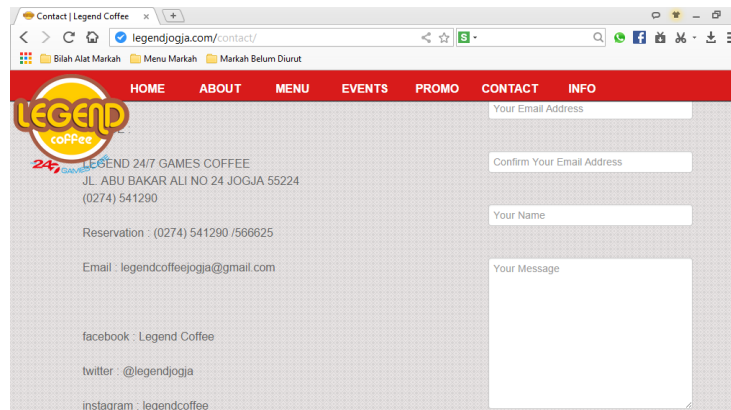
Gambar 3.5 realisasi media partner Legend

- b. Dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan dengan memberikan ganti rugi kepada pelanggan apabila menu yang disajikan oleh pihak Legend tidak memenuhi standar yang telah ditetapkan oleh manajemen atau penyajian makanan dan minuman dalam keadaan tidak layak dikonsumsi maka pihak Legend Coffee akan mengganti dengan yang baru sesuai dengan pesanan pelanggan.
- c. Menyediakan sarana bagi konsumen untuk memberikan keluhan dan saran bagi Legend Coffee yaitu sebagai berikut :
  - 1) Penyampaian secara langsung, dalam mewujudkan rasa kepuasan bagi pelanggan Legend Coffee memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi pelanggan untuk menyampaikan keluhan maupun saran atas pelayanan atau fasilitas yang diberikan kurang memuaskan bagi pelanggan dapat disampaikan secara langsung kepada pihak manajemen Legend Coffee yang siap sedia untuk menampung dan mendengarkan serta menyambut baik akan hal tersebut.

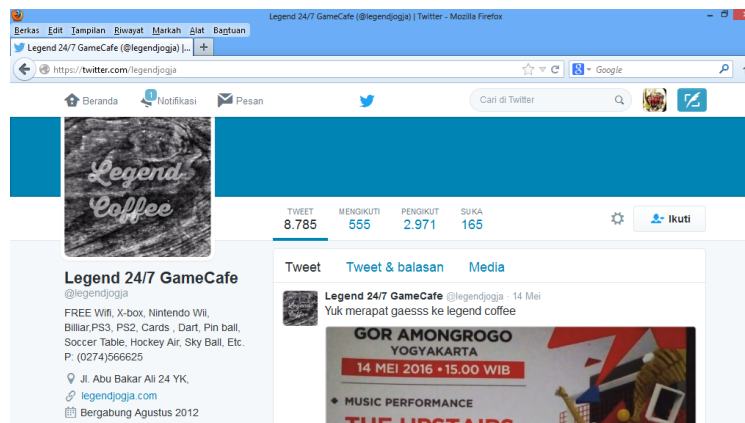
- 2) Media telepon, berhubung tidak semua pelanggan berkesempatan untuk menyampaikan kelam dan keinginannya secara langsung ketika berada di Legend Coffee, maka Legend Coffee menyediakan line telepon ke nomor (0274) 541290 sebagai sarana penyampaian keluhan tersebut.
- 3) Media sosial dan *website*, menyesuaikan dengan karakteristik target Market yang notabene pengguna *gadget* dan senang bersosialisasi di dunia maya, maka Legend Coffee menyediakan wadah bagi pelanggan untuk memberikan kritik dan saran melalui media sosial dan *website* yang dimiliki oleh Legend Coffee. Gambar 3.6 sampai dengan gambar 3.8 merupakan contoh media sosial dan *website* yang digunakan oleh Legend Coffee.



Gambar 3.6 facebook Legend Coffee



Gambar 3.7 website Legend Coffee



Gambar 3.8 twitter Legend Coffee

Memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan merupakan kewajiban yang harus dijalankan oleh sebuah perusahaan demi untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Mempertahankan pelanggan yang sudah ada lebih sulit dibandingkan mencari pelanggan yang baru, karena mempertahankan pelanggan yang sudah ada akan meningkatkan retensi pelanggan. Tujuan dari strategi kepuasan pelanggan adalah untuk membuat pelanggan tidak mudah pindah ke pesaing.

Pelanggan merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi keberlangsungan hidup perusahaan, untuk mewujudkan pelanggan yang

loyal perusahaan harus memberikan kepuasan terhadap pelanggan dengan memberikan pelayanan yang maksimal dan memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh pelanggan jika pelanggan sudah merasa puas dengan apa yang telah diberikan oleh perusahaan maka pelanggan tidak ragu untuk menjadi setia terhadap perusahaan tersebut. Dengan demikian diperlukannya usaha dari perusahaan untuk mewujudkan hal tersebut, pihak Legend Coffee dalam mewujudkannya menggunakan strategi-strategi penjualan dan promosi yang dilakukan oleh pihak perusahaan dengan terlebih dahulu mengetahui apa yang sedang terjadi sekarang artinya hal apa yang sedang digemari oleh publik pada masa itu, dengan demikian pihak perusahaan melakukan sebuah kegiatan atau dengan membuat serangkaian *event-event* yang melibatkan pelanggan.

“loyalitas pelanggan memang sangat kita perlukan untuk kelangsungan hidup cafe kita ya dan membuat pelanggan loyal itu bukan perkara mudah lebih gampang cari konsumen dibanding pelanggan, jadi tindakan Legend untuk hal tersebut kita harus *update* biar cafe kita tidak monoton cari tau apa yang lagi digemari anak muda sekarang kita coba terapkan di cafe kita misalnya lagi maraknya sosial media kita bikin kuis di *sosmed* kita dengan menggunakan *#legendcoffee* dan memberikan hadiah bagi pemenang seperti itu, intinya sih lebih membuat pelanggan merasa lebih nyaman dan puas terhadap apa yang kita berikan, saya sering ngobrol dengan pelanggan yang hampir setiap hari ke Legend kalau ditanya kenapa mas/mbak sering ke Legend jawabnya nyaman aja enak buat *nongkrong* beda sama cafe lain, seperti itu sih”(wawancara dengan bapak Fabyano, marketing Legend Coffee tanggal 15 juni 2016)

Strategi yang kreatif memang dibutuhkan untuk menciptakan kenyamanan dan kepuasan terhadap pelanggan selain itu pelayanan yang maksimal juga menjadi salah satu faktor untuk mewujudkan kepuasan



pelanggan, apa bila pelanggan merasa puas maka salah satu keuntungan yang didapat oleh perusahaan yaitu mendapatkan promosi secara gratis dari pelanggan dengan merekomendasikannya kepada orang lain. Berikut pernyataan dari pelanggan tentang Legend Coffee yang membuktikan pelanggan tersebut loyal terhadap Legend :

“saya hampir setiap hari ke Legend buat *nongkrong* sampe saya kenal sama karyawan-karyawannya, saya suka mbak di sini tempatnya nyaman pelayanannya juga ramah mau duduk lama-lama juga gak bakal diusir karena bukanya 24jam ngerjain tugas kuliah juga di sini enak *wifinya* kenceng dan kebetulan saya juga suka menggambar jadi kalau menggambar itu perlu suasana yang tenang dan nyaman ya mbak jadi di sini saya nyaman buat nyakurin hobi saya itu. pertama kali saya tau Legend dari teman diajakin *nongkrong* di Legend lama-lama saya merasa nyaman ya udah keterusan deh jadi kalo mau *nongkrong* ya ke sini sendiri juga gak masalah kalo bosan bisa main PS main *games* yang lain juga gratis kok mbak seru lah.” (wawancara dengan mas Muslim, pelanggan Legend Coffee tanggal 15 juni 2016)

Iya mbak pernah waktu itu ada teman saya nyari tempat *nongkrong* yang 24 jam yang murah yang nyaman *wifinya* lancar dan ditengah kota jadi saya suruh ke Legend aja yang menurut saya sebagai pelanggan Legend memenuhi standar cafe yang dicari dan nyaman juga sih. (wawancara dengan mas Muslim, pelanggan Legend Coffee *via phone* tanggal 29 Agustus 2016)

“saya tau Legend udah dari pertama masuk kuliah mbak tahun 2012 dan kalau mau *nongkrong* pasti disini karena lokasinya di tengah-tengah kota jadi gak jauh-jauh kalo mau *nongkrong* beda sih sama cafe lain di sini ada *games* nya boleh dimainin lama-lama gratis pula, kebetulan saya suka *ngegame* mbak jadi pas lah di sini bisa ngopi bisa *ngegame* juga” (wawancara dengan mas Dimas, pelanggan Legend Coffee tanggal 12 juni 2016)

“iya pasti mbak karena saya kalau *nongkrong* pasti ngajak teman awal-awal saya ke Legend banyak teman-teman yang belum tahu jadi saya ajakin *nongkrong* di sini apa lagi saya dan teman-teman suka menikmati live music dan kebetulan di Legend ada live musiknya jadi pas banget harga minuman dan makannannya juga pas dikantong jadi pas buat anak kostan, bagi saya untuk merekomendasikan suatu tempat kepada orang lain itu tidak asal-asalan pertama saya harus merasakan terlebih dahulu bagaimana pelayanan tempat dan fasilitas yang disediakan apakah baik

atau tidak dan memuaskan atau tidak kalau menurut saya baik dan saya merasa puas maka tidak ragu saya akan mengajak dan merekomendasikannya kepada teman dan kerabat saya, ya seperti Legend ini mbak saya merasa puas dengan pelayanannya fasilitasnya apalagi jadi saya berani untuk merekomendasikan ke teman-teman.” (wawancara dengan mas Dimas, pelanggan Legend Coffee *via phone* tanggal 29 Agustus 2016)

”saya kalau mau *nongkrong* pasti ke Legend mbak gak cuma *nongkrong* sih mau ngerjain tugas kuliah juga ke Legend seminggu bisa sampai 4 kali saya suka ke sini karena kalau buat *nongkrong* nyaman aja nugas juga enak tempat duduknya bisa milih ada ruangan-ruangan gitu jadi kalau buat nugas enak nyaman ada *wifi* juga terus harga minum sama makannya juga terjangkau buat mahasiswa gitu sih mbak (wawancara dengan mbak Nissa, pelanggan Legend Coffee tanggal 9 juni 2016)”

“Iya tentu saja kebetulan saya aktif di organisasi kampus mbak jadi kita sering rapat setiap satu bulan sekali pasti kita mengadakan rapat diluar kampus nah kebetulan di Legend menyediakan meeting room jadi saya merekomendasikan kalau rapat diluar ke Legend saja karena meeting roomnya nyaman bersifat private kita bisa rapat sambil *nongkrong* juga dan karena waktu operasionalnya 24jam jadi kita tidak perlu khawatir cafe nya tutup sedangkan rapatnya belum kelar, jadi setiap rapat diluar kampus pasti ke Legend”. (wawancara dengan mbak Nissa, pelanggan Legend Coffee *via phone* tanggal 29 Agustus 2016)”

Menciptakan rasa nyaman terhadap pelanggan merupakan visi dan misi dari Legend Coffee memberikan pelayanan dan fasilitas yang menunjang terhadap kegiatan yang dilakukan pelanggan akan memberikan nilai lebih di mata pelanggan dan menjadikan pelanggan puas terhadap apa yang telah diberikan sehingga menjadi loyal.

### **3. *Complaint Handling***

Legend Coffee senantiasa menyambut baik *complaint* maupun kritik dan saran yang diberikan oleh pelanggan karena dengan adanya hal tersebut dapat membuat Legend Coffee menjadi lebih baik ke depannya dan dapat memenuhi

keinginan yang diharapkan oleh pelanggan, mengingat persaingan dalam bisnis kuliner di kota Yogyakarta saat ini semakin ketat maka menuntut Legend Coffee untuk selalu menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggan agar tidak berpindah ke perusahaan lainnya.

Legend Coffee menyediakan wadah bagi pengunjung untuk menyampaikan kritik dan saran serta untuk mengemukakan rasa ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan melalui media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *instagram* dan *website* selain itu pihak Legend Coffee juga siap menangani hal serupa dengan berhadapan secara langsung dengan pelanggan dan menangani dengan bijak permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan dengan pihak Legend Coffee.

*Complaint* yang diberikan oleh pelanggan merupakan wujud rasa ketidakpuasan yang dirasakan oleh pelanggan sehingga mendorong pelanggan untuk melakukan hal tersebut. Fungsi dilakukannya kegiatan *customer relations* yang dilaksanakan oleh Legend Coffee adalah memberikan kepuasan kepada pelanggan serta mengevaluasi kesalahan yang terjadi di lapangan, dan melakukan pembelajaran serta perbaikan pelayanan agar lebih efektif dalam melakukan pendekatan dengan pelanggan.

“kami selalu menyambut baik atas kritik dan saran serta masukan yang diberikan oleh pelanggan bahkan dari hal tersebutlah kami belajar dan mengetahui apa saja kekurangan yang kami miliki dengan demikian dapat membuat kami lebih baik ke depan, biasanya sih keluhan yang diberikan berupa fasilitas yang ada di Legend dan pelayanan yang diberikan seperti jaringan *wifi* kurang lancar, *games* tidak berfungsi dengan baik, keluhan tentang meja atau kursi yang tidak boleh ditempati apabila tidak memenuhi kapasitas dan keterlambatan pelayanan dalam mengantar pesanan saya kira

itu yang sering disampaikan oleh pelanggan melalui medsos yang kami miliki”(wawancara dengan bapak Fabyano, Marketing Legend Coffee Yogyakarta tanggal 22 Mei 2016)

Pihak Legend Coffee sangat menyadari bahwa segala pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh Legend masih terdapat kekurangan-kekurangan yang dapat menimbulkan kritik dari pelanggan namun mereka menyadari bahwa hal tersebut merupakan sesuatu yang wajar didapatkan oleh sebuah instansi yang memiliki hubungan langsung dengan pelanggan. Oleh karena itu Legend Coffee selalu berupaya untuk mengatasi hal tersebut dengan memberikan respons kepada pelanggan mengklarifikasi kesalahan yang terjadi dan hal yang pertama dilakukan yaitu meminta maaf kepada pelanggan yang merasakan ketidaknyamanan ketika berada di Legend dan berjanji tidak akan mengulangi dan memperbaiki kekurangan yang telah terjadi berikut merupakan kritik dan saran maupun rasa puas yang diungkapkan pelanggan kepada Legend Coffee melalui media sosial.

- 1) Pada gambar 3.9 dan 3.10 dibawah ini merupakan contoh kritik, saran dan kepuasan pelanggan yang disampaikan melalui *facebook*



Gambar 3.9 *complaint* pelanggan melalui facebook



Gambar 3.10 komentar positif pelanggan melalui facebook

- 2) Menyampaikan kritik dan saran secara langsung, sebagai bentuk wujud komitmen akan pelayanan maksimal kepada pelanggan, Legend Coffee selalu berupaya menjaga hubungan baik dengan pelanggannya. Legend

Coffee sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang diberikan oleh pelanggan. Pelanggan dapat menyampaikan kritik dan saran seputar produk, layanan jasa atau fasilitas yang diberikan oleh Legend Coffee kepada *waiters* atau langsung kepada marketing Legend Coffee, bentuk lain penyampaian keluhan lisan secara langsung yang dilakukan oleh pelanggan juga pernah di sampaikan secara tertulis seperti menuliskan rasa ketidakpuasan mereka melalui bill akan tetapi hal tersebut tidak dianggap remeh oleh pihak manajemen Legend dijadikan suatu pembelajaran dan perbaikan kedepannya.

“ada sih yang suka komplain gitu yang paling sering kalau kita lama nganterin pesanan, terus ada juga yang komplain tentang tempat duduk kalau jumlah orang yang duduk di sofa tidak memenuhi standar dengan terpaksa kami harus menyuruh pelanggan pindah ke tempat duduk yang sesuai dengan jumlah orangnya kadang ada pelanggan yang tidak terima dan tidak mengindahkan kebijakan kami di sini juga memiliki standar jadi mau tidak mau harus dilaksanakan, dalam menghadapi masalah seperti itu saya mencoba memberi pengertian kepada pelanggan dengan menggunakan bahasa yang sopan dan tentunya meminta maaf atas ketidaknyamanan yang dirasakan pelanggan”(wawancara dengan mas Manda, *waiters* Legend Coffee Yogyakarta tanggal 24 Mei 2016)

Melayani pelanggan dan memperlakukan pelanggan dengan baik merupakan salah satu upaya untuk menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan karena pada dasarnya pelanggan ingin diperlakukan secara istimewa oleh pihak perusahaan. Maka dari itu diperlukannya kemampuan dalam menangani berbagai *complaint* yang di berikan oleh pelanggan

#### 4. Implementasi Pendekatan CRM (*Customer Relationship Management*)

Legend Coffee Yogyakarta dalam memantapkan strategi meningkatkan loyalitas pelanggan menggunakan CRM sebagai kelengkapan untuk menjalankan strategi dan untuk menjalin hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Sesuai dengan tujuan CRM menurut Buttle (2007:56) yaitu untuk mengembangkan hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Hubungan yang menguntungkan berarti bahwa perusahaan memberikan andil yang lebih atau memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan agar pelanggan tetap loyal. Untuk mewujudkan hal tersebut Legend Coffee memiliki beberapa program CRM yaitu sebagai berikut :

- 1) Promosi penjualan, Promosi penjualan merupakan upaya perusahaan dalam memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik perhatian *customer* untuk membeli produk dari promosi penjualan yang ditawarkan. Legend Coffee biasanya melakukan promosi produk dengan memanfaatkan momen-momen di setiap bulan dan promosi yang dilakukan lebih kepada paket penjualan makanan dan minuman serta tempat yang disediakan seperti promo di bulan Ramadhan, lebaran hari *valentine* dan hari-hari besar lainnya.

”kami biasa mengadakan promosi paket di hari atau bulan yang memiliki momen tertentu untuk menarik perhatian pelanggan dan menguntungkan pelanggan juga sih, biasanya kami menawarkan paket-paket makanan dan minuman dengan yang harganya lebih hemat”(wawancara dengan bapak fabyano, marketing Legend Coffee Yogyakarta tanggal 24 Mei 2016).

Pada gambar 3.11 sampai dengan 3.13 di bawah ini merupakan promosi penjualan yang dilakukan Legend Coffee.

**great promo**

Reservasi (0274) 541290

Nikmati Menu Buffet untuk Lebaran dan Halal Bi'Halal Package Hanya di Legend Coffee Mulai dengan Harga ...

**Rp. 50.000,00**

Khusus untuk Buffet tgl 19 - 20 Juli 2015 mulai Pukul 10.00 - 16.00 tersedia untuk 200 kursi.

Free Charge Room Free Sound System Free wi fi

Lebaran Legend TETAP buka!

Mulai 16 - 20 Juli 2015 Legend Coffee buka Pukul 16.00 - 02.00 WIB

Mulai tanggal 21 Juli 2015 Legend Coffee buka 24 JAM, Legend Premium buka Pukul 11.00 - 02.00

**PAKET MENU SPESIAL RAMADHAN**

**SPESIAL MENU PAKET UNTUK 4 ORANG**

PAKET GURAMI GORENG (150 K)  
NASI PUTIH, GURAMI KIPAS, CAH KANGKUNG, TEMPE/TAHU, LALAPAN, SAMBAL, FREE KOLAK.

PAKET GURAMI BAKAR (150 K)  
NASI PUTIH, GURAMI BAKAR, CAH KANGKUNG, TEMPE/TAHU, LALAPAN, SAMBAL, FREE KOLAK.

PAKET AYAM GORENG KREMES (145 K)  
NASI PUTIH, AYAM GORENG KREMES, CAH KANGKUNG, TEMPE/TAHU, LALAPAN, SAMBAL, FREE KOLAK.

PAKET AYAM BAKAR (150 K)  
NASI PUTIH, AYAM BAKAR UTUH, CAH KANGKUNG, TEMPE/TAHU, LALAPAN, SAMBAL, FREE KOLAK.

**SPESIAL MENU RAMADHAN UNTUK 1 ORANG**

**FOOD**  
OSENG MERCON  
COTO BAKASAR  
SOTO TANGKAR

**BEVERAGES**  
ES PISANG LIO  
FRUITS COCKTAIL  
ICE ALOE VERA  
KIWI PUNCH SODA  
WATER MELON GREEZE

ICE LIME CUMBER  
FRESH FRUITS  
ICE CREAM SINGAPORE  
ES TELER  
ES KOPYOR

Legend Coffee @legendcoffee @legendcoffee Legend Coffee

Legend Coffee 24/7 Games Cafe  
J. Abubakar Ali No. 24-26 Kotabaru (0274) 541290

Info & Pemesanan :  
08174113306 (Aja) 0896050308 (Gendy)

Gambar 3.11 poster promo paket lebaran dan Ramadhan

**PAKET ULANG TAHUN** BEST OFFER

HOT TEA

30K/PAX

Rayakan Ulang Tahunmu yang Spesial di Legend dengan suasana Garden Party ataupun Room Party. Dengan Fasilitas Live Music Acoustic atau pun berbagai hiburan lainnya.

- Paket Menu Start from 30K / PAX Minimum 30 Person
- Fasilitas: Room, AC, Decoration, Live Music Acoustic, MC.

More Info & Reservation 0274 - 541290

**Paket Pre Wedding** BEST OFFER

500K

Abadikan kenangan untuk selamanya di lokasi foto dengan tema Indonesia Tempo Doeloe hanya di Legend Coffee. Asik pasangannya berlaga Pre Wedding dengan background bangunan heritage jaman Belanda atau foto disalam mobil klasik VW. Bahkan berperan sebagai Barista juga bisa, atau mau sekedar bersantai dengan suasana cafe. Legend coffee bisa lho dijadikan lokasi syuting atau foto pre wedding.

- Paket Menu Start from 500K
- Fasilitas: Foto / Video Shooting, VW view, Room View, other Venue On Legend Coffee & PREMIUM.

More Info & Reservation 0274 - 541290

Gambar 3.12 poster promo paket ulang tahun dan prewedding



2) Otomatisasi pelayanan pelanggan, demi kenyamanan dan untuk mendapatkan kepuasan dari pelanggan maka pelayanan yang diberikan kepada pelanggan tidak selalu melalui tatap muka atau pelayanan secara langsung. Pelayanan juga dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi yang ada pada saat ini agar memudahkan pelanggan mendapatkan informasi. Legend Coffee memanfaatkan hal tersebut dengan memanfaatkan teknologi sebagai media untuk melayani pelanggan seperti melalui media telepon, *website*, media sosial, aplikasi android yang kesemua hal tersebut berisikan informasi tentang Legend Coffee.



(0274) 541290 /566625



Legend Coffee



[legendcoffeejogja@gmail.com](mailto:legendcoffeejogja@gmail.com)



@legendjogja

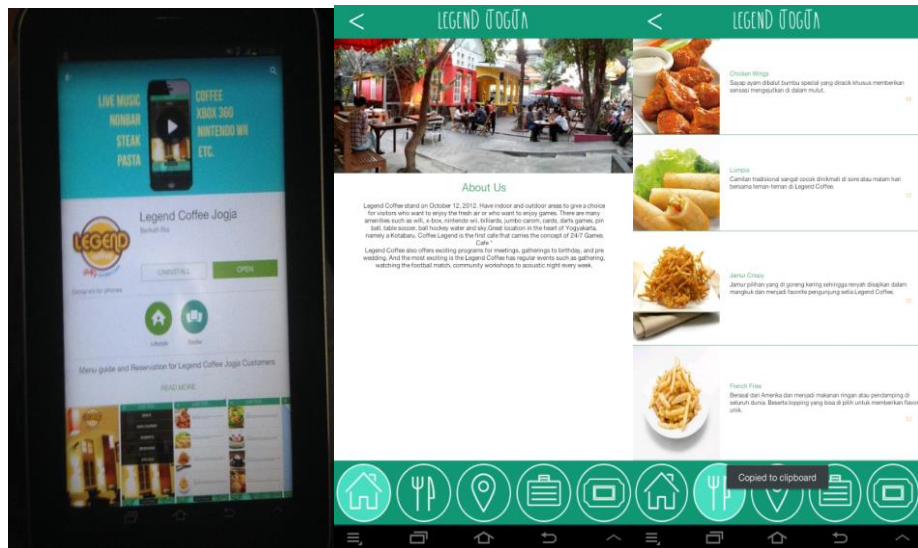


legendcoffee



Legend Coffee.

Selain hal tersebut di atas Legend Coffee juga memanfaatkan teknologi yang sedang marak digunakan yaitu dengan membuat aplikasi android untuk mempermudah pelanggan dalam mendapatkan informasi tentang Legend dan untuk melihat menu yang disediakan di Legend Coffee serta bisa juga untuk memesan tempat, dengan cara *mendownload* aplikasi Legend Coffee di *App store* maka pelanggan sudah dapat menikmati fasilitas tersebut. Pada gambar 3.13 di bawah ini merupakan penampakan aplikasi android Legend Coffee.



Gambar 3.13 aplikasi android Legend Coffee

- 3) *Reward* untuk karyawan, kepuasan pelanggan juga sangat ditentukan dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan yang ramah, tanggap dan cepat dalam melayani pelanggan yang berkunjung. Untuk memotivasi karyawan agar dapat bekerja dengan maksimal perusahaan juga harus memberikan penghargaan kepada karyawan yang sudah memberikan pelayanan prima agar dapat mempertahankan kinerjanya dalam hal ini Legend Coffee memiliki program tersendiri dalam memilih karyawan terbaik selama satu bulan bekerja dengan melihat dari beberapa aspek kinerja dan kedisiplinan karyawan setiap harinya seperti datang tepat waktu atau beberapa menit sebelum *shift* dimulai hal tersebut dapat dilihat dari *finger print* karyawan serta hal lainnya seperti mewajibkan karyawan membawa handuk kecil di saku celana yang bertujuan untuk selalu siaga membersihkan apabila melihat meja atau kursi yang kotor. Penilaian tersebut dilakukan setiap bulan oleh pihak manajemen dan karyawan terbaik yang terpilih akan mendapatkan imbalan dari pihak manajemen

berupa *fee* dan apabila karyawan tersebut berulang-ulang mendapatkan kategori karyawan terbaik maka mendapatkan hadiah jalan-jalan ke luar negeri oleh pihak manajemen.

“saya pernah mendapatkan apresiasi dari pihak manajemen waktu itu kebetulan saya melayani pelanggan ada sekitar 10 orang ibu-ibu beserta anak-anaknya yang mau pesan makan jadi pesannya itu satu-satu nambah-nambah gitu ya saya sebagai *waiters* menjalani kewajiban saya untuk melayani tamu dengan baik tidak masalah kalau pelanggannya cerewet saya senyumin aja nurutin apa yang pelanggan mau, nah waktu ibu-ibunya udah pulang saya nemuin *Note* di meja tulisannya ini terima kasih ya mbak sudah melayani kami dengan sabar” saya langsung kasih *Note* nya ke manajemen dan Alhamdulillah saya mendapat *fee* sebagai imbalannya” (wawancara dengan mbak intan, *waiters* Legend Coffee tanggal 15 juni 2016)

- 4) *Reward* kepada pelanggan, memberikan penghargaan kepada pelanggan sebagai rasa terima kasih dan rasa kepedulian pihak perusahaan kepada pelanggan merupakan salah satu cara untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Legend Coffee melakukan hal tersebut dengan memberikan *voucher* makan kepada pelanggan Legend Coffee dengan syarat dan ketentuan berlaku. Pelanggan bisa mendapatkan *voucher* tersebut apabila sudah menjadi pelanggan tetap Legend yang hampir setiap hari mengunjungi Legend Coffee. *Reward* tersebut diberikan kepada mereka ketika mereka kembali datang ke Legend Coffee seperti *voucher* makan mulai dari Rp.25000,- hingga Rp.50.000,-. Hal tersebut tentu saja membuat pelanggan rasa puas dengan apa yang telah diberikan dan pelanggan akan menjadi semakin loyal. Pada gambar 3.14 dibawah ini merupakan salah satu pelanggan tetap Legend yang mendapatkan *voucher* makan sebesar Rp.50.000,-



Gambar 3.14 pemberian *reward* kepada pelanggan

## 5. Tahap evaluasi pelaksanaan strategi Legend Coffee dalam meningkatkan loyalitas pelanggan

sebagai tindak lanjut dari keluhan yang diterima oleh Legend Coffee, pihak Legend membahas masalah tersebut dalam tahap evaluasi dilakukan seminggu sekali. Dalam evaluasi ini biasanya membahas tentang kekurangan-kekurangan yang terjadi setiap harinya dan *complaint* yang diberikan oleh pelanggan. Legend Coffee mewajibkan setiap karyawannya untuk mencatat *complaint* yang diterimanya. Evaluasi dipimpin oleh *head service* dan pencarian solusi atas kekurangan yang terjadi dilakukan secara bersama-sama. Berikut contoh pencatatan kekurangan yang terjadi per 2-10 Mei 2016 :

1) Keluhan pelanggan :

a. Tanggal 5 Mei 2016 : kebersihan toilet

b. Tanggal 7 Mei 2016 : pelanggan tidak dapat tempat duduk dan pelayanan yang lambat.

2) *Human eror* :

a. Tanggal 9 Mei 2016 : kehabisan *stock* es batu dan persediaan buah untuk jus

Dengan mengetahui adanya keluhan dari pelanggan perusahaan memiliki kesempatan untuk memperbaiki dan meminimalisir kekurangan yang terjadi dan dapat melayani pelanggan dengan maksimal dihari-hari berikutnya. Selain evaluasi harian Legend Coffee juga melakukan evaluasi bulanan. Evaluasi tersebut melibatkan seluruh karyawan dan pihak manajemen, evaluasi dipimpin langsung oleh *general manager*. Masalah yang dibahas adalah seluruh kekurangan-kekurangan yang terjadi selama satu bulan kerja mulai dari keluhan pelanggan hingga pada kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan baik kegiatan internal maupun kegiatan yang bekerja sama dengan pihak eksternal perusahaan. Evaluasi bulanan ini juga merupakan sarana pihak manajemen dalam menginformasikan kebijakan-kebijakan yang diterapkan di perusahaan serta memberitahukan kepada seluruh karyawan terkait dengan rencana program atau kegiatan jangka pendek maupun jangka panjang yang akan dilaksanakan nantinya. Dalam evaluasi ini juga pihak manajemen langsung turun untuk melakukan pengecekan peralatan *kitchen* dan seluruh *stock* bahan yang ada.

(wawancara dengan bapak Fabyano, marketing Legend Coffee tanggal 15  
juni 2016)

## **B. Analisis Data**

keberadaan *customer relations* dalam suatu perusahaan sangat penting untuk menjaga hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan pelanggannya. Untuk mewujudkan hal tersebut sebuah perusahaan harus memiliki strategi-strategi yang menarik untuk menjadikan pelanggan yang berkunjung merasa puas dengan apa yang telah diberikan oleh perusahaan sehingga perusahaan dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Dalam mewujudkannya Legend Coffee memiliki berbagai strategi *customer relations* yang diterapkan mulai dari segi pelayanan, penyediaan produk, Sumber Daya Manusia yang profesional dan program-program yang mendukung kegiatan tersebut.

Sebelum menjalankan strategi *customer relations*, Legend Coffee melakukan tahap-tahap yang mana sesuai dengan yang diungkapkan oleh Scott M. Cutlip & Allen H. Center (2011:365) yang pertama yaitu *Fact finding* dalam tahap ini Legend Coffee sudah melakukannya dengan cukup baik dimana Legend memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk menampung kritik saran dan masukan yang diberikan oleh pelanggan, dalam kritik saran dan masukan yang diberikan oleh pelanggan tersebut dijadikan sebagai acuan oleh pihak Legend untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, selain itu pihak Legend juga melakukan perbandingan dengan cafe-cafe yang menjadi saingan ketat Legend dengan cara menjadi pelanggan di cafe tersebut dengan tujuan untuk melihat dan membandingkan dengan Legend mulai dari segi fasilitas pelayanan dll dengan melakukan hal tersebut

pihak Legend Coffee dapat menemukan bagaimana cara mengembangkan atau meningkatkan kualitas cafe dan pelanggan juga dapat merasakan kepuasan terhadap hal tersebut.

Yang kedua yaitu *Planning* Seperti yang telah di jelaskan pada sajian data sebelumnya program yang dilaksanakan oleh Legend Coffee sebagian besar merupakan *event-event* musik, hiburan dan hobi yang sedang banyak diminati oleh anak muda. Pemilihan perencanaan *event-event* tersebut sesuai dengan kebutuhan dan minat bagi kalangan anak muda yang merupakan sasaran yang akan dituju, hal tersebut bisa lebih menarik minat para kalangan anak muda untuk mengunjungi Legend Coffee dan memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan serta menciptakan suasana cafe yang tidak monoton yang tidak hanya menyediakan makanan dan minuman akan tetapi menyediakan fasilitas dan hiburan yang menarik bagi pelanggan. dengan demikian pihak pelanggan dan perusahaan sama-sama mendapatkan keuntungan yaitu pelanggan merasa puas dengan apa yang telah diberikan sementara perusahaan mendapatkan keuntungan dari segi penjualan karena mencapai target yang telah ditetapkan sebelumnya.

Ketiga yaitu *Actuating & Communicating* dalam tahap ini Legend Coffee melihat pelaksanaan promosi program atau *event* yang dilakukan sudah memberikan efek yang baik bagi sasaran yang dituju dengan memanfaatkan berbagai media yang ada sangat menunjang dalam melakukan promosi, dengan tercapinya hal tersebut maka pelaksanaan *event* yang dilaksanakan sudah pasti memenuhi bahkan melampaui target yang ditetapkan sebelumnya.



Secara keseluruhan apa yang dilaksanakan oleh Legend Coffee sudah cukup baik dan mendukung dalam pelaksanaan strategi yang akan dilaksanakan nantinya. dalam proses perencanaan strategi yang dibuat juga memanfaatkan media-media seperti media sosial yang dimiliki oleh Legend dan menggunakan promosi dengan menggunakan poster, banner dalam mengkomunikasikan program-program yang dilaksanakan. hal tersebut dapat menunjang keberhasilan program yang dilaksanakan dan mencapai target yang diharapkan.

#### **1. Pelaksanaan Strategi *Customer Relations* Legend Coffee Yogyakarta dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan**

Pelaksanaan strategi *customer relations* yang dilakukan Legend Coffee dalam hal memenuhi kepuasan pelanggan peneliti menemukan bahwa dalam pelaksanaan strategi meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan pihak Legend Coffee melaksanakannya sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Rangkuti (2002:55-57) yaitu melakukan strategi *relationship marketing* yang diterapkan oleh Legend Coffee yaitu menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui cara menjadi media *partner event* bagi pelanggan untuk mempromosikan *event* yang akan dilaksanakan oleh pelanggan. Melalui strategi ini Legend Coffee bisa menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dan pelanggan juga merasakan keuntungan dengan adanya kerja sama tersebut, dengan demikian pelanggan merasa puas dan tidak segan untuk menjadi loyal terhadap Legend. berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa

kegiatan tersebut cukup efektif dilakukan karena terjalin sebuah kemitraan antara pelanggan dan perusahaan yang bisa dilakukan secara terus menerus yang pada akhirnya akan menimbulkan kesetiaan pelanggan.

Strategi *unconditional service guarantee* yang digunakan pihak Legend Coffe adalah dengan memberikan jaminan kepada pelanggan jika ada pesanan makanan atau minuman yang tidak sesuai dengan standar maka pihak Legend bersedia untuk menggantinya dengan yang baru. Bagi Peneliti hal tersebut sudah memenuhi maksud dan tujuan dari strategi *unconditional service guarantee*, yang pada dasarnya adalah menjaga kepuasan pelanggan bila terjadi sesuatu hal yang tidak memuaskan pelanggan.

Dalam strategi *Superior Customers Service* yang di lakukan oleh Legend Coffee sudah baik, terlihat berdasarkan data yang diperoleh bahwa pelayanan yang di berikan untuk pelanggan dilakukan dengan sangat baik dan dengan adanya training bagi pelayan Legend Coffee dapat menjadikan SDM yang ada menjadi lebih profesional dalam menjalankan tugasnya sehingga dalam melayani sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan selalu memberikan kesan yang baik dari awal pelanggan menginjakkan kaki hingga pelanggan meninggalkan Legend Coffee. sehingga pelayanan yang di berikan pun dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

Strategi penanganan keluhan yang efektif Legend Coffee menurut Peneliti dari data yang diperoleh dalam penanganan keluhan Legend sangat menghargai pelanggan yang melakukan *complaint* selalu mengucapkan

maaf dan mengungkapkan penyesalan terhadap apa yang telah terjadi. Namun demikian dalam penanganan keluhan terhadap pelanggan pihak Legend Coffee masih mengandalkan divisi Marketing komunikasi untuk menangani hal tersebut dengan demikian divisi markom mengalami *double job* dalam menjalankan pekerjaan jadi dalam penanganan keluhan pelanggan melalui sosial media belum sepenuhnya bisa ditangani dengan baik, jadi untuk memaksimalkannya sebaiknya Legend memiliki *customer service* yang menangani keluhan yang diberikan oleh pelanggan agar lebih efektif dalam menangani dan menghandle keluhan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Strategi peningkatan kinerja perusahaan yang diterapkan oleh Legend dengan melakukan training karyawan dan *outbound* sudah cukup baik dalam menjalankan strategi peningkatan kinerja, sehingga karyawan dapat melakukan pekerjaannya dengan maksimal, karyawan dapat lebih akrab antara satu dan lainnya dan dalam melakukan pekerjaan menjadi lebih maksimal. Namun demikian berdasarkan sajian data sebelumnya diketahui bahwa pihak Legend hanya memberikan *training* kepada karyawan baru saja sedangkan untuk karyawan lama tidak ada diberikan *training* khusus, sebaiknya untuk pelaksanaan pelayanan yang lebih maksimal dalam melayani pelanggan pihak manajemen memberikan pelatihan kepada karyawan misalnya pelatihan *skill* komunikasi agar karyawan mengerti dan memahami bagaimana cara berkomunikasi yang baik dan benar dan dapat mempraktekkannya dengan pelanggan.

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan juga pihak perusahaan sebagai penyedia tempat, fasilitas dan produk perlu memperhatikan beberapa hal yang sering kali jadi pertimbangan pelanggan untuk berkunjung ke suatu tempat terutama *cafe*. Menurut Sutisna (2001:67) strategi yang perlu dilakukan untuk mencapai kepuasan pelanggan yaitu melakukan komunikasi pemasaran yaitu dengan melakukan promosi, berdasarkan data yang diperoleh peneliti hal ini telah dilaksanakan oleh Legend Coffee dengan baik dalam melakukan kegiatan promosi Legend Coffee memanfaatkan media promosi yang sangat efektif seperti media sosial yang dimiliki dengan memaparkan poster-poster kegiatan yang akan dilaksanakan di Legend atau mempromosikan menu baru yang ada di Legend serta bekerja sama dengan media cetak lokal maupun radio lokal Yogyakarta dengan memanfaatkan media-media tersebut dapat mempublikasikan informasi kegiatan promosi yang ada di Legend Coffee dan dapat menarik minat konsumen dan pelanggan.

Strategi penetapan harga merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan karena merupakan salah satu komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan dalam hal ini Legend Coffee sudah melakukannya dengan baik dalam menentukan harga produk yang dijual pihak Legend Coffee sangat memperhatikan sasaran yang mereka tuju sangat terjangkau oleh pelajar dan mahasiswa dan produk yang disediakan juga sesuai dengan harga yang telah ditetapkan jadi tidak memberatkan pelanggan dalam hal tersebut.

selanjutnya yaitu strategi produk, sebagai perusahaan yang menjual makanan dan minuman tentu saja harus menggunakan produk yang bermutu dalam hal ini berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh Legend Coffee sangat memperhatikan mutu produk yang digunakan menggunakan bahan baku yang *fresh* dalam penyajian makanan dan dapat menyajikan makanan sesuai dengan harga yang telah ditentukan, hal ini tentu saja sangat berpengaruh kepada kepuasan dari pelanggan yang menikmati produk tersebut.

Legend Coffee dalam menunjang kegiatan *customer relations* yang ada berdasarkan sajian data sebelumnya pihak Legend memiliki kegiatan berupa *event-event* musik, kegiatan nonton bareng pertandingan sepak bola, festival akustikan dan *anniversary* Legend Coffee yang dilakukan setiap tahun dalam pelaksanaan dari berbagai kegiatan tersebut Legend Coffee sudah memiliki program pendukung *customer relations* yang sangat menunjang secara keseluruhan pelaksanaan program-program yang dilakukan berjalan sesuai dengan apa yang telah direncanakan karena sebagian besar pelaksanaan program-program tersebut Legend Coffee bekerja sama dengan berbagai pihak eksternal yang mendukung mulai dari media promosi, sponsorship hingga penyediaan konsep acara, tak jarang Legend hanya sebagai penyedia fasilitas tempat dalam menjalankan *event*, namun demikian Legend Coffee belum memaksimalkan pelaksanaan program-program tersebut dalam mengukur kepuasan pelanggan seperti dengan melakukan survei kepuasan pelanggan pihak perusahaan dapat

memanfaatkan momen-momen tersebut untuk meminta pelanggan memberikan komentar positif maupun negatif terhadap apa yang diberikan oleh Legend dengan demikian pihak perusahaan dapat mengetahui sejauh mana keberhasilan yang dicapai oleh perusahaan dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

Dalam memaksimalkan kegiatan *customer relations* yang ada berdasarkan data yang diperoleh pihak Legend Coffee juga memiliki konsep *cafe* yang sangat menarik berbeda dengan *cafe-cafe* lainnya dengan membuat konsep *games cafe* dengan menyediakan fasilitas *games* yang dapat dimainkan secara gratis oleh pengunjung serta memiliki fasilitas *cafe* yang cukup lengkap menjadikan nilai plus bagi Legend Coffee untuk menarik pelanggan sebanyak-banyaknya terutama bagi anak muda yang suka *nongkrong* dan khususnya bagi *gamers* dengan adanya fasilitas tersebut juga dapat mendukung strategi *customer relations* yang dilakukan oleh Legend.

Selain strategi tersebut di atas menurut peneliti untuk memaksimalkan pelayanan yang ada Legend Coffee juga berfokus pada *service of excellence* atau pelayanan prima dalam mewujudkan kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap Legend sesuai dengan tujuan dari *service of excellence* yang diungkapkan oleh Ruslan (2012:279) yaitu untuk mendorong *customer* datang kembali, menciptakan hubungan saling percaya, terbuka dengan konsumen, mengucapkan terima kasih dan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memberikan kritik dan

saran, semua tujuan tersebut secara umum sudah bisa dicapai oleh Legend Coffee dapat dilihat dari hasil wawancara peneliti dengan pelanggan Legend Coffee pada sajian data sebelumnya bahwa mereka merasa nyaman dan puas terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh Legend Coffee sehingga mereka tidak ragu untuk melakukan pembelian secara berulang dan menjadi loyal terhadap Legend Coffee.

Dalam pelaksanaan *service of excellence* yang dijalankan oleh Legend mereka menerapkan sesuai dengan yang diungkapkan oleh Barata (30:2004) yaitu berpenampilan baik dan rapi bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, tenang dalam bekerja, tidak tinggi hati karena merasa dibutuhkan, menguasai pekerjaannya baik tugas yang berkaitan pada bagian atau departemennya maupun bagian lainnya, mampu berkomunikasi dengan baik, mampu mengerti dan memahami bahasa isyarat (gesture) pelanggan serta memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan secara profesional. dalam hal ini berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh bahwa legend Coffee sudah menerapkan hal tersebut seperti menggunakan seragam yang ditetapkan oleh pihak manajemen, selalu tersenyum dalam melayani pelanggan yang datang mengucapkan salam dan terima kasih kepada pelanggan, menawarkan tempat yang kosong serta menawarkan menu kepada pelanggan senantiasa melayani pelanggan sesuai dengan kebutuhannya memperlakukan

pelanggan dengan semestinya dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan.

Menurut Japariato (2007:36) tujuan perusahaan menjalin hubungan dengan pelanggan adalah untuk menciptakan loyalitas pelanggan yang kuat, faktor pendukung dari loyalitas pelanggan yang kuat yaitu ada 3 faktor diantaranya adalah *say positif things*, *recommend friend* dan *continue purchasing* dari ketiga faktor tersebut berdasarkan data yang diperoleh peneliti secara umum Legend Coffee sudah berhasil memperoleh ketiga faktor tersebut dibuktikan dengan hasil wawancara peneliti dengan beberapa pelanggan tetap Legend Coffee yang mengungkapkan rasa kepuasan mereka terhadap apa yang telah diberikan Legend Coffee mulai dari segi pelayanan, fasilitas hingga produk yang disediakan.

Hal ini merupakan satu keberhasilan dari strategi yang diterapkan dengan bisa mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan lebih meningkatkan loyalitas pelanggan agar tidak mudah untuk berpaling ke perusahaan lain dan menarik pelanggan yang baru untuk menjadi loyal terhadap Legend. sehingga keberhasilan dan eksistensi yang didapatkan oleh Legend dapat bertahan lebih lama serta dapat menciptakan Citra positif Legend dimata publik.

## **2. *Complaint Handling***

Keluhan yang diberikan oleh pelanggan dikarenakan pelayanan perusahaan atau petugas yang tidak sesuai dengan keinginan pelanggan.



Dapat berupa sistem atau pelayanan yang kurang baik, seperti keramahan petugas atau kurang cepat dalam menangani kebutuhan konsumen. Hal tersebut perlu penanganan khusus atau *complaint handling* agar pelanggan tidak lari dan tetap loyal. menurut (Ruslan, 2012: 291) kiat *Customer Relations* untuk menghadapi atau melayani keluhan pihak pelanggan, antar lain sebagai berikut :

- a. Hadapilah keluhan dengan sikap yang penuh rasa hormat (*respect*)
- b. Pihak *Customer Relations* jangan terbawa emosi pelanggan, dan pertahankan suasana tetap tenang.
- c. Mendengar dengan penuh perhatian akan keluhan-keluhan yang diutarakan tersebut, berbincang-bincang dengan penuh keakraban bagi kedua belah pihak.
- d. Jangan memotong dan tidak memonopoli pembicaraan keluhan pelanggan
- e. Hindarkan argumentasi yang tidak sesuai dengan kenyataan yang ada dalam persoalan keluhan tersebut
- f. Berikan penghargaan atas keluhan yang disampaikan dengan mengucapkan terima kasih dan berjanji akan memperbaiki kekurangan-kekurangan atau pelayanannya
- g. Berikan “simpati” karena kesulitan-kesulitan yang terjadi

h. Tawarkan jalan keluar yang terbaik, untuk mengatasi persoalan yang menyebabkan timbulnya keluhan-keluhan tersebut.

berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dalam menangani hal tersebut pihak Legend Coffee sudah melakukannya sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Ruslan dengan ini pihak Legend Coffee sudah sangat menyambut baik apabila ada pelanggan yang melakukan *complaint* baik melalui media sosial yang ada maupun secara tatap muka. Dengan membalas *complaint* yang diberikan oleh pelanggan di media sosial merupakan salah satu wujud kepedulian yang diberikan terhadap perusahaan dan tidak lupa mengucapkan kata “maaf” atas kesalahan dan kekurangan yang telah terjadi dan mengucapkan “terima kasih” atas kunjungannya serta berjanji tidak akan mengulangi kesalahan yang sama, dengan melakukan hal demikian pihak Legend Coffee sudah menunjukkan rasa simpati dan menghargai pelanggan tersebut dan pelanggan juga akan merasa dihormati.

### **3. Implementasi Pendekatan CRM (*Customer Relationship Management*)**

*Customer Relationship Management* yang dilakukan oleh Legend Coffee secara keseluruhan belum dilaksanakan dengan optimal pihak manajemen Legend belum memiliki acuan dalam melaksanakan CRM

berdasarkan penelitian yang dilakukan, teori konsep CRM yang dikemukakan oleh Buttle sesuai dengan konsep hubungan pelanggan yang telah dilakukan oleh Legend Coffee yang pertama yaitu CRM Strategis dalam hal ini pihak Legend Coffee memberikan *reward* kepada pelanggan masih menggunakan sistem acak dan belum memiliki data pelanggan jadi dalam pemberian *reward* masih sangat subjektif. Sebaiknya pihak manajemen membuat sistem tersebut agar lebih tertata dan pelanggan yang sudah menjadi pelanggan tetap Legend juga bisa secara rata dalam mendapatkan *reward* tersebut, misalnya dengan dibuat program *member card* pelanggan apabila pelanggan yang memiliki *member card* bisa mendapatkan perlakuan istimewa dengan mendapat potongan harga atau *voucher* dari Legend dengan demikian program yang dijalankan akan lebih efektif untuk dijalankan.

Yang kedua yaitu CRM Operasional Coffee juga belum menerapkan CRM operasional ini dengan optimal walaupun sudah memiliki aplikasi maupun sosial media serta pelayanan melalui *website* dan telepon, namun demikian dalam pemanfaatan teknologi tersebut pihak Legend Coffee hanya memanfaatkan sosial media untuk memberikan informasi kepada pelanggan akan tetapi dalam pemanfaatan *website* dan aplikasi android yang dimiliki kurang optimal informasi yang terdapat di *website* dan aplikasi android tersebut tidak diperbarui sehingga tidak sinkron dengan informasi yang ada di sosial media, hendaknya pihak

Legend memanfaatkan kesemua hal tersebut dengan optimal agar informasi yang didapatkan oleh pelanggan selaras dan tepat.

#### **4. Tahap evaluasi pelaksanaan strategi Legend Coffee dalam meningkatkan loyalitas pelanggan**

Berdasarkan sajian data sebelumnya pada tahap evaluasi yang dilakukan oleh Legend Coffee sudah dilakukan secara bertahap yang terdiri dari evaluasi mingguan dan evaluasi bulanan secara keseluruhan sistem evaluasi yang dilakukan belum sepenuhnya memuaskan masih terdapat beberapa hal yang kurang diperhatikan oleh pihak Legend terutama dalam hal pendataan pelanggan, perusahaan belum memiliki data pelanggan yang disusun secara sistematis dalam melakukannya pihak perusahaan hanya mencatat dalam ingatan saja belum memiliki pendataan secara sistematis sebenarnya hal tersebut sangat penting dilakukan untuk memudahkan perusahaan dalam menjalankan *customer relations* agar lebih terstruktur. Untuk ke depan pihak Legend baru memiliki rencana untuk merealisasikannya.

Dalam melakukan evaluasi mingguan yang dilakukan oleh *waiters* dan *head service* belum memiliki buku pencatatan evaluasi jadi pihak sistem pencatatan hanya menggunakan papan tulis yang apa bila melakukan evaluasi Minggu berikutnya maka pencatatan Minggu lalu akan dihapus begitu seterusnya, dalam hal ini sebaiknya pihak Legend memiliki buku pencatatan evaluasi yang mencatat seluruh hasil evaluasi

yang dilakukan pada setiap minggunya agar dapat menjadi bahan perbandingan atas kekurangan yang dibuat minggu-minggu sebelumnya agar tidak terjadi lagi pada Minggu berikutnya dan juga dapat dijadikan sebagai dokumen serta laporan hasil kerja yang dilakukan karyawan.