

## ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Evi Susilawati 20050530177

**Strategi *Customer Relations* di Sucofindo dalam Menangani Keluhan Konsumen**

Tahun Skripsi: 2012 + 89 hal + 6 tabel + 4 lampiran

Daftar Kepustakaan: 28 buku (1993 - 2010) + 1 sumber online + 1 media cetak.

Konsumen yang mengeluh terhadap pelayan perusahaan tidak dapat diabaikan. Besarnya jumlah keluhan membuat *customer relations* di Sucofindo melakukan strategi untuk menangani keluhan konsumen. Hal tersebut membuat peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Strategi *Customer Relations* di Sucofindo dalam Menangani Keluhan Konsumen.” Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) bagaimana strategi *customer relations* dalam menangani keluhan konsumen di Sucofindo?; (2) apa faktor pendukung dan penghambat penanganan pelayanan keluhan konsumen di Sucofindo?.

*Customer relations* dalam organisasi ditujukan untuk memberikan pelayanan kepada para konsumen. *Customer relations* dalam organisasi berusaha untuk menjalin hubungan baik antara organisasi dengan konsumen. *Complaint* merupakan suatu wujud rasa ketidakpuasan konsumen. *Complaint* yang terselesaikan dengan baik dan profesional akan berdampak positif nantinya bagi perusahaan tersebut, karena dengan begitu konsumen tersebut merasa sangat dihargai pendapatnya. Keluhan konsumen adalah hal yang tidak dapat diabaikan karena dengan mengabaikan hal tersebut akan membuat konsumen merasa tidak diperhatikan dan pada akhirnya enggan, perusahaan akan ditinggalkan oleh konsumen.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian dilakukan di Sucofindo. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan studi pustaka. Teknik yang digunakan dalam menganalisis data dengan menggunakan metode *non statistic* yaitu analisis kualitatif.

Strategi yang ada di Sucofindo dalam menangani keluhan konsumen adalah dengan cara persuasif terhadap konsumen. Bagian *customer relations* berusaha untuk membujuk konsumen agar konsumen tidak marah lagi terhadap Sucofindo. *Customer relations* selalu meminta maaf atas ketidaknyamanan yang konsumen rasakan, meskipun setelah diklarifikasi belum tentu Sucofindo yang melakukan kesalahan. Semua anggota *customer relations* di Sucofindo dituntut untuk mampu memberikan pelayanan sekaligus mampu menangani keluhan konsumen.

Kata Kunci: Strategi *Customer Relations*, Keluhan Konsumen