

**FRIDA OCTAVIANY, 2022, STRATEGI CUSTOMER RELATIONS CV.
HANDARI DALAM MENANGANI KELUHAN PELANGGAN GUNA
MEMPERTAHANKAN HUBUNGAN BAIK DENGAN PELANGGAN**

Frida Octaviany¹, Rini Ganefwati², Ita Nurlita³

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Bhayangkara Surabaya

Email : fridaoctaviany15@gmail.com

ABSTRAK

Di Indonesia terdapat banyak sekali bisnis salah satunya adalah bisnis alat-alat kesehatan. Bertepatan dengan kondisi saat ini yaitu adanya pandemic Covid-19 yang membuat banyak Rumah Sakit membutuhkan alat-alat yang memumpuni untuk pasien-pasiennya. CV. Handari merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jual-beli dan service alat kesehatan di Mojokerto. Dalam menjalankan bisnis jual beli alat kesehatan, CV. Handari kerap mendapatkan keluhan-keluhan dari rumah sakit yang dilayaninya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi CV. Handari dalam menangani keluhan yang didapat dari pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan Teknik pengumpulan data, peneliti melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Dengan informan yang diwawancarai adalah Direktur CV. Handari.

Hasil penelitian ini adalah Strategi Customer Relations yang diterapkan oleh CV. Handari menggunakan teori Customer Relations menurut Sheth, Parvatiyar dan Shainesh yang dikutip oleh Eddy Soeryanto Soegoto dalam bukunya *Marketing Research The Smart Way to Solve a Problem* yaitu Continuity Marketing berupa memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan dengan cara memberikan diskon atau potongan harga untuk pelanggan, One to One Marketing berupa melakukan pendekatan dengan pelanggan dengan cara melakukan promosi secara individu atau tatap muka dan memberikan gift kepada pelanggan, Partnering Program berupa kerjasama perusahaan dengan distributor penyedia barang atau kolaborasi dengan cara membantu pelanggan memperbaiki barang yang rusak walaupun tidak mendapatkan hak bayar, promosi bersama di instansi-instansi lain yang belum pernah dikunjungi. Strategi tersebut terbukti mampu untuk meningkatkan dan mempertahankan hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggan dan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan dapat dijalin dengan jangka waktu yang Panjang.

Kata Kunci : Strategi, Customer Relations, Keluhan Pelanggan

**STRATEGI CUSTOMER RELATIONS CV. HANDARI DALAM
MENANGANI KELUHAN PELANGGAN GUNA MEMPERTAHANKAN
HUBUNGAN BAIK DENGAN PELANGGAN**

Frida Octaviany¹, Rini Ganefwati², Ita Nurlita³

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik,

Universitas Bhayangkara Surabaya

Email : fridaoctaviany15@gmail.com

ABSTRACT

In Indonesia, there are many businesses, one of which is the medical equipment business. Coinciding with the current condition, namely the Covid-19 pandemic which has made many hospitals need qualified equipment for their patients. CV. Handari is a company engaged in the sale and purchase and service of medical devices in Mojokerto. In running the business of buying and selling medical devices, CV. Handari often gets complaints from the hospitals he serves. This research was conducted to determine the CV strategy. Handari in handling complaints received from customers.

This study uses a qualitative descriptive research method. By using data collection techniques, researchers conducted observations, interviews and documentation. The informants interviewed were the Director of CV. Handari.

The result of this research is the Customer Relations Strategy applied by CV. Handari uses the Customer Relations theory according to Sheth, Parvatiyar and Shainesh as quoted by Eddy Soeryanto Soegoto in his book Marketing Research The Smart Way to Solve a Problem, namely Continuity Marketing in the form of providing better service to customers by providing discounts or discounts for customers, One to One Marketing in the form of approaching customers by promoting individually or face-to-face and giving gifts to customers, Partnering Program in the form of company collaboration with distributors providing goods or collaboration by helping customers repair damaged goods even though they do not get the right to pay, joint promotion in other agencies that have never been visited. This strategy is proven to be able to improve and maintain good relations between the company and its customers and the relationship between the company and its customers can be established for a long period of time.

Keywords: Strategy, Customer Relations, Customer Complaints