

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

1. Apa saja yang menjadi tugas dan tanggung jawab anda sebagai *general manager/wedding consultant/project manager* di Mahar Agung Organizer?

Integration

2. Apakah Mahar Agung Organizer memiliki divisi *public relations*? Atau ada divisi khusus yang menjalankan aktivitas hubungan dengan pelanggan?

Independence

3. Apakah divisi tersebut berdiri sendiri atau masih dibawah fungsi divisi marketing atau divisi lainnya?

Customer relations

4. Apa strategi yang digunakan Mahar Agung Organizer dalam membangun hubungan dengan pelanggan?

Knowledge

5. Sebelum menjalankan pekerjaan saat ini, apakah seluruh staff Mahar Agung Organizer telah melewati tahapan pelatihan atau pemberian materi?
6. Berdasarkan pelatihan atau materi yang telah dipahami sebelumnya, bagaimana cara mengimplementasikannya secara langsung?

Empowerment

7. Dalam praktik kerja, siapa saja yang memiliki keterlibatan dalam komunikasi dan berhak menerima informasi seputar pelanggan?
8. Apabila terdapat masalah selama proses komunikasi dengan pelanggan, siapa yang bertanggung jawab menerima laporan masalah tersebut?

9. Laporan apa saja yang perlu dibuat dan dilaporkan baik saat persiapan, pelaksanaan maupun pasca acara?

Symmetrical internal communication

10. Bagaimana cara Mahar Agung Organizer menerapkan komunikasi 3 arah antara pelanggan, tim lapangan dan owner atau management Mahar Agung Organizer?

Identifications of customers / involvement

11. Bagaimana cara Mahar Agung Organizer mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan?
12. Apa saja informasi penting yang perlu diketahui dalam mengidentifikasi pelanggan?
13. Siapa saja yang memiliki keterlibatan dalam perencanaan dan pelaksanaan pernikahan pelanggan?

Differentiate customers / role diversity

14. Setiap pelanggan pasti memiliki latar belakang yang berbeda-beda. Apakah Mahar Agung Organizer memiliki kriteria-kriteria tertentu untuk mengetahui perbedaan antar pelanggan?
15. Bagaimana cara Mahar Agung Organizer mengelompokkan pelanggan berdasarkan kebutuhan dan kriteria tertentu?
16. Apakah ada perbedaan layanan yang akan diberikan kepada pelanggan satu dengan yang lainnya berdasarkan kriteria yang telah ditentukan?

Interact with customers / two-way symmetrical model

17. Bentuk interaksi seperti apa yang Mahar Agung Organizer lakukan dalam menjalin hubungan dengan pelanggan?
18. Bagaimana cara Mahar Agung Organizer melibatkan pelanggan dengan efektif selama proses perencanaan dan pelaksanaan acara?
19. Bagaimana bentuk interaksi dan komunikasi dengan pelanggan yang dilakukan secara langsung?
20. Bagaimana bentuk interaksi dan komunikasi dengan pelanggan yang dilakukan secara tidak langsung seperti melalui perantara atau media?
21. Dari kedua bentuk interaksi tersebut mana yang lebih efektif?

22. Adakah hambatan saat melakukan interaksi dengan pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung?

Customize / managerial

23. Apa strategi yang Mahar Agung Organizer lakukan dalam menyesuaikan keinginan pelanggan?
24. Siapa saja yang bertanggung jawab memberikan pilihan layanan yang akan diberikan kepada pelanggan?
25. Jika ada keinginan pelanggan yang tidak bisa diwujudkan, apa yang anda dilakukan?

Ethical PR

26. Apakah Mahar Agung Organizer memiliki SOP tertentu sebagai acuan dalam berkomunikasi dengan pelanggan?
27. Pada SOP tersebut, apakah terdapat poin tertentu yang dapat diimplementasikan untuk mengatasi keluhan atau masalah yang terjadi pada hubungan dengan pelanggan?

Tujuan customer relations

28. Bagaimana cara Mahar Agung Organizer mempertahankan pelanggan lama agar tertarik melakukan pembelian ulang atau mau memberikan rekomendasi kepada calon pelanggan lain?
29. Bagaimana cara Mahar Agung Organizer menumbuhkan loyalitas pada pelanggan?
30. Bagaimana cara Mahar Agung Organizer membangun citra dan reputasi positif di mata pelanggan dan masyarakat?
31. Apabila terdapat isu negatif yang tersebar di masyarakat tentang Mahar Agung Organizer, apa yang akan anda lakukan?

Customer relations

32. Apa yang menjadi tantangan dalam membangun hubungan baik dengan pelanggan dan bagaimana anda menghadapinya?
33. Apa saja langkah-langkah yang Mahar Agung Organizer lakukan untuk memastikan hubungan pelanggan telah terjalin dengan baik dan memastikan kepuasan pelanggan?

34. Apa manfaat yang didapatkan oleh Mahar Agung Organizer dari penerapan strategi *customer relations* yang efektif?
35. Bagaimana cara Mahar Agung Organizer mengukur keberhasilan strategi *customer relations* yang diterapkan?

Lampiran 2. Transkrip Wawancara

TRANSKRIP WAWANCARA

- Hari, tanggal** : Jumat. 9 Juni 2023
- Lokasi** : Kantor Mahar Agung Organizer
- Informan 1** : Sinatrya Reyhan Fenansa S.A.B (*project manager*)
- Informan 2** : Azizah Rachmawati., A.Md (*general manager*)
- Informan 3** : Nur Aini Khilsilatul Alam Tari S.Sos (*wedding consultant*)

Peneliti : Selamat siang.

Informan : Siang.

Peneliti : Jadi sebelumnya, sebelum saya masuk ke pertanyaannya, boleh dijelasin singkat mas terkait tanggung jawabnya mas reyhan di Mahar Agung Organizer sebagai project manager?

Informan 1 : Oke tanggung jawab singkat aku sebagai project manager di Mahar Agung Organizer ini yaitu berhubungan dengan klien terutama dalam hal teknis di lapangan, untuk PM perihal kesiapan buku panduan, kesiapan rundown pada acara kesiapan konsep untuk akad resepsi dan apapun prosesnya itu yang akan menjadi tanggung jawab utamaku disini sebagai PM.

Integration

Peneliti : Terus kalau di Mahar Agung Organizer sendiri ini punya divisi khusus public relations nggak ya mas atau ada divisi khusus yang memang dia menjalankan aktivitas public relations yang memang berhubungan langsung dengan pelanggan?

Informan 1 : Yang berhubungan langsung sama pelanggan untuk divisinya belum ada, tapi untuk yang berhubungan langsung yang aktivitas berhubungan dengan pelanggan sebenarnya ada, yaitu pertama ada di marketing, sales marketing ada,

setelah itu ada juga wedding consultant yang akan membahas perihal vendor dan lain lain nanti dengan pelanggan Hubungannya langsung dengan wedding consultant dan juga project manager ini juga berhubungan langsung dengan pelanggan. koordinasi dengan vendor, kita koordinasi perihal konsep acara langsung bersama klien atau pelanggan nya. Itu juga project manager ada juga hubungannya.

Independence

Peneliti : Terus dari divisi itu yang sudah mas sebutin tadi itu apa semuanya masih di bawah fungsinya marketing atau mereka sudah berdiri sendiri sendiri atau masih dalam satu kesatuan?

Informan 1 : Kalau divisi marketing ada sendiri, kalau di PM kita masuknya di divisi operasional, beda.

Customer relations

Peneliti : Apakah di Mahar Agung Organizer itu punya strategi khusus nggak mas untuk membangun hubungan dengan pelanggan?

Informan 1 : Untuk strategi khusus kalau dari PM ya kita lebih keep in touch lewat chat dan juga sering sering kita ajak ketemuan diskusi. Kalau dari PM kayak gitu karena kita mencoba menjalin hubungan tidak hanya ee.. perihal acara, jadi kita juga diskusi bebas nggak melulu soal acara, kita juga kadang sering sharing session, kadan-kadang ee.. ya kalo kliennya berkenan untuk kita ajak diskusi di luar acara ya kita bisa ajak ngobrol, kita ajak nongkrong kadang-kadang biar kitanya lebih dekat dan kita menganggap klien ini ee.. sebagai teman sendiri biar lebih enak juga nanti koordinasi ke depannya.

Knowledge

Peneliti : Terus sebelum mas menjalankan pekerjaan saat ini sebagai PM itu apakah seluruh staff di MA ini melewati tahapan pelatihan atau pemberian materi?

Informan 1 : Kalau aku sebelum jadi PM ada tahap pelatihan, tahap pelatihannya biasanya yang pertama dengan disini ada yang namanya manajer operasional. Jadi aku dilatih sama manajer operasional bisa by lisan kita ini duduk bersama untuk pelatihan dan ada juga pelatihannya aku diterjunin di event tapi menjadi crew jadi kayak gitu pelatihan jadi biar memahami gimana sih sistemnya PM di Mahar Agung Organizer

itu kayak gimana nanti kerjanya, aku akan di jadikan crew dulu untuk melihat situasi wedding di Mahar Agung Organizer itu bagaimana pelayanannya.

Speaker: Jadi lebih ke ee.. training langsung di lapangan gitu ya mas?

Informan 1 : Betul.

Peneliti : Oke, Terus berdasarkan pelatihan atau pengalaman yang sudah mas pahami sebelumnya selama training di lapangan itu gimana cara mas mengimplementasikan langsung sebagai PM?

Informan 1 : Bagaimana mengimplementasikan langsung materi dan pengalaman sebelumnya, kalau aku sih ee.. karena aku udah ada basic organisasi sebelumnya, jadi cara mengimplementasikannya pertama dengan caraku sendiri yang aku punya ilmunya, setelah itu baru gabungin dengan ilmu yang dikasih oleh senior senior yang ada disini, jadi aku bisa istilahnya mengadaptasikan caraku dengan cara disini sebagai PM.

Empowerment

Peneliti : Balik lagi seputar pekerjaannya mas, di Mahar Agung Organizer itu siapa saja yang memiliki keterlibatan dalam komunikasi dan berhak menerima informasi seputar pelanggan?

Informan 1 : Informasinya berupa apa nih?

Peneliti : Informasi apapun seputar pelanggan seperti yang dibutuhkan pelanggan, terus proses perencanaan acara, nah itu siapa aja sih yang punya keterlibatan dan berhak berkomunikasi langsung sama pelanggan?

Informan 1 : Yang berhak ee.. bekomunikasi langsung dengan pelanggan yang intinya lebih detail seputar pelanggan itu ada wedding consultant dan project manager ada dua itu.

Peneliti : Terus apabila terdapat masalah nih selama proses komunikasi dengan pelanggan misalnya lagi persiapan itu kan pasti banyak Interaksi sama pelanggan. Nah, apabila ada masalah disitu mas, siapa yang bertanggung jawab menerima laporan atas masalah tersebut?

Informan 1 : Permasalahannya ini maksudnya gimana nih?

Peneliti : Kalau ada hambatan terkait komunikasi dengan pelanggan, siapa yang berhak menerima laporan atas masalah tersebut?

Informan 1 : Oke, Hambatan hambatan kalau misalnya tadi pelanggan, contohnya pelanggan ada di luar kota kayak gitu yang akan berkomunikasi langsung jelas juga PM seperti itu. Kalau disini kan ada beberapa tahap ya, jadi bakal konsultasi dulu sama WC perihal vendor-vendor lain lain. Selain itu, akan di over handle ke kita project manager seperti itu. Jadi sistemnya kalau PM sudah masuk jadi kita bisa menerima laporan terkait hambatan hambatan yang diterima oleh klien seperti itu.

Peneliti : Jadi buat yang bertanggung jawab terima laporannya tetap melalui WC dan juga PM ya, masih seputar laporannya mas nah yaitu laporan apa saja sih yang perlu dibuat dan dilaporkan Baik saat persiapan, pelaksanaan maupun pasca acara ini dari mas reghan sendiri sebagai PM?

Informan 1 : Laporan apa saja yang perlu dibuat dan dilaporkan baik saat persiapan, pelaksanaan maupun pasca acara oke pada saat persiapan ee.. misalnya kalau aku sebagai PM nih ada kebutuhan misalnya klien nih ee.. perihal vendor mas saya mau nambah vendor ini ini ini tapi kliennya malah komunikasi ke aku, oke jadi akan aku catat butuhnya apa aja dari klien, kalau misalnya butuhnya vendor-vendor ini oke aku akan keep, aku akan tulis apa aja kebutuhannya lalu aku akan coba koordinasikan ke pihak WC selaku yang berhubungan dengan vendor dan koordinasi itu ee.. perihal kebutuhan vendor untuk acara apa aja kayak gitu. Tapi untuk kekurangan nanti aku akan coba report ke WC seperti itu, terus untuk pelaksanaan maupun pasca acara, ehm aku akan ehm.. oke Untuk pasca acara misalnya ada hambatan, karena kan PM Biasanya kita hambatannya di vendor-vendor ya mungkin vendornya ada yang kurang dan lain lain, pada saat pasca acara nanti ee.. semua laporan dari client bakal aku keep dan jadi bahan evaluasi dan aku akan menghubungi vendor juga bahwa tadi aku dapet laporan dari klien seperti ini seperti ini, laporannya aku juga akan berikan ke bagian manajemen bahwa aku dapat laporan soal hambatan dari klien kayak gini evaluasi acaranya juga .

Symmetrical internal communication

Peneliti : Kemudian Bagaimana cara Mahar Agung Organizer menerapkan komunikasi 3 arah antara pelanggan, tim lapangan dan owner atau management Mahar Agung Organizer?

Informan 2 : Sebenarnya kalau 3 arah lebih kesini sih ee.. kalau cara komunikasi mungkin miss internal itu pasti ada, akan tetapi miss internal sama miss ke eksternal, eksternal itu siapa aja yaitu ada klien sama vendor nah ketika PM atau WC yang kita turunkan di lapangan itu akan berkomunikasi dengan tiga pihak ibaratnya, dengan vendor klien sama management. Nah kalau misalnya cara berhubungan sama mereka bertiga, setiap grup klien itu pasti disitu ada ee.. direktur sama GM yang mengawasi. Karena apa yang pertama, ketika WC ataupun PM melakukan hal sedemikian rupa itu pasti diawasi oleh kita seperti itu, bahkan ee.. biasanya juga ada misalnya nih WC melakukan eh klien melakukan pembayaran langsung ke WO nah itu kan ada laporan khusus sendiri dari WC ke management ke finance untuk pendistribusian budget. nah itu yang biasanya dilakukan sama Khilsi sebagai WC nah tadi kan Khilsi sudah melakukan rekapan budgeting itu ke klien dan dia juga melakukan rekapan juga ke finance setelah sudah selesai sudah deal semua akan di lempar ke PM, PM tidak perlu tau terkait keuangan apa aja yang udah di dealingkan oleh Khilsi ke klien seperti itu, tapi management dan finance harus tau. Nah PM hanya tau terkait apa aja sih yang udah di dealingkan sama WC untuk PM. Tugasnya PM ngecek semisal loh Khilsi ini itu ada band kok kamu nggak pesen panggung band, loh iya aku lupa nah itu jadi tanggung jawab Khilsi atau WC, begitupun sebaliknya loh Reyhan di surat perjanjian ini ada panggung band kamu nggak ngefollow up ta adanya panggung band, nah itu komunikasi dua arah antara mereka di lapangan. Kalau di management sih lebih ke kendala apa nih ee.. nengahin mereka berdua kayak gimana ini gitu karena biasanya kalau di event itu pasti mereka WC dan PM pasti yang WC gopoh sama vendornya ini aman apa ndak, yang PM gopoh sama crew nya kira kira bisa nggak ya naruh amanahku nih di lapangan seperti itu jadi bebannya mereka itu sama tapi berbeda. Tapi memang kalau cara komunikasi kita memang meminimalisir miss tapi tidak menutup kemungkinan pasti ada miss, antara WC ke management, WC ke klien ke vendor begitupun dengan PM. Akan tetapi dengan adanya dengan kita lebih memantau terkait apa Namanya di grup ada management disitu ada Reyhan dan khilsi sebagai WC dan PM itu bisa mengurangi permasalahan yang ada didepan. Karena kan temen temen disini bukan freelance tapi di kantor jadi pengawasannya itu lebih daripada freelance memang bedanya MA dengan WO lain itu memang dibagian situ, seperti itu. Nah kamu pingin tiga arah itu yang seperti apa?

Peneliti : Nah tiga arah itu kembali lagi kesitu, jado lebih ke report apa sih yang disampaikan sama PM ini baik ke managementnya sendiri selaku bagian supervisi dan mengatur komunikasinya gitu sih?

Informan 2 : Kalau evaluasi itu ee.. biasanya memang kalo setelah event kita ada evaluasi tapi yang kita harapkan disini adalah PM bisa mencatat evaluasi tersebut kayak gitu, PM punya catatan evaluasi terkait crew nih, WC punya catatan untuk PM nih atau ada salah satu crew yang mengganggu vendornya WC karena WC bertanggung jawab atas vendor-vendor yang sudah di fix kan oleh klien jadi tanggung jawabnya mereka berbeda tapi sama, sebetulnya yang lebih riskan itu ya WC sama PM karena hubungannya sama klien dan vendor nah sebisa mungkin mereka nggak ada miss ini terkait apa yang sudah di dealkan sama khilsi diaplikasikan di hari h sama PM, karena Khilsi hanya memeriksa ee.. Reyhan ini sudah sesuai dengan requestnya klien yang sudah aku diskusikan, kamu eksekusi di hari H seperti ini ya, makanya kenapa kita ada management yang owner itu tidak langsung terjun.

Identifications of customers / involvement

Peneliti : Oke bu, kemudian saya lanjut ke pertanyaan berikutnya ini terkait identifikasi customer, nah itu gimana cara MA ini Mengidentifikasi kebutuhan dan keinginannya pelanggan?

Informan 2 : Khilsi kamu bisa menjawab sepengalaman kamu mengidentifikasi pelanggan, ee.. kalau identifikasi pelanggan kita ada tahapannya, yang pertama mungkin sales terlebih dahulu biasanya sales itu melihat dulu mbak masnya tipikalnya yang kayak apa, ngelihatnya dari kaca mata sales ketika sales overhandle ke WC, WC meeting perdana pertama, nah mungkin Khilsi bisa lebih detail menjelaskan terkait kamu mengscreening klienmu seperti apa?

Informan 3 : Kalau kita ngomong customer disini ngomongnya klien ya, ee.. sebenarnya dari sales itu memberikan kisi-kisi tentang sedikit background, bisa dibilang sih intro singkat aja kayak tipikal kliennya bakal kayak gimana atau udah ada pandangan yang kayak gimana makanya kita sebut wedding dreamnya mau kayak gimana sih kayak gitu, nah ketika udah dapet itu dulu dan di catch up sama sales dan dilempar ke WC, kita ada yang namanya meeting perdana, nah meeting perdana itu lebih ke ee.. nggali ya itu tadi, satu menggali dua mengidentifikasi keinginannya itu mau yang kayak gimana sih, apa wedding dreamnya apa ekspetasinya, terus juga apa yang dijadiin concernnya dari acara wedding ini itu mau kayak gimana, kayak gitu lebih ke identifikasinya digalih dengan cara meeting perdananya itu, kegiatannya itu adalah dateng ketemu klien meeting seperti biasa dan sebagai WC akan presentasi ada yang namanya wedding konsep, nah wedding konsep itu kita gali mulai dari vendor-vendor pengisinya itu apa aja kayak gitu contohnya dekorasi, attire, MUA kayak gitu nah itu kita presentasikan dari situ klien kan akan oh iya mbak aku pinginnya

kayak gini gini loh nah itu kan penggalian informasi dan edukasi, dari situ kita bisa oke screeningnya kayak gini gini oh kemungkinan bakal ada trouble atau problem di bagian mana kayak gitu, bukan cuma dua mempelai tapi biasanya juga kalau ini se pengalaman saya pribadi ya, ee.. dari kacamata WC itu aku melihat kalau ada beberapa pernikahan itu bukan cuma dua mempelai aja tapi juga ada keluarga atau bahkan instansinya dari misalkan keluarga ini punya perusahaan yawes itu weddingnya itu mau dibuat sekaligus pernikahan bisnis, ibaratnya kayak rekan rekannya koleganya kayak gitu. Macem macem klien itu ada yang kita maunya kita intimate karena ini acaranya kita berdua, atau ada acara juga pernikahan keluarga itu ya ibarate yang ndue gawe ini mama papaku mbak bukan kita jadi kita nurut apa kata mama papa, terus ada lagi yang instansi ibaratnya kita ee.. mungkin kalo kamu tau ya MA terkenal dengan sering banget handle klien AL pedang pora terutama di GSB spesifikasinya itu ya.. lebih ke instansi juga kayak gitu.

Peneliti : Berarti memang ini ya ada meeting perdana, melalui meeting perdana itu WC menggali informasi terkait klien itu tadi?

Informan 2 : Karena dari situ nanti WC akan tau kira-kira WC ini akan membicarakan konsep dan budget ini kearah mana itu yang pertama, yang kedua misal tipikal mbaknya ini nggak suka yang glamour kok sukanya yang soft soft aja nah nggak mungkin kan kalau WC ngerekomin tidak sesuai dengan karakter mbaknya nah lebih kesitu jadi memang WC harus memiliki nerawang-nerawang mbaknya kayaknya cocok, karena nggak menutup kemungkinan orang tua atau mempelai itu kayak mbak aku bagus yang mana ya, mbak aku cocok yang mana ya, dan konsep pernikahan itu memang berbeda beda mungkin yang disebut khilsi ada pernikahan bisnis, atau seperti apa itu memang ada dan memang kebanyakan orang tua itu kan pernikahan ibaratnya pintu awalnya anaknya untuk ke jenjang berikutnya jadi orang tua itu pengen yaudah aku pengen ngasi apa sih terakhir ke anakku jadi mungkin lebih ke terkadang ada orang tua yang udah lah manut sama aku aja anakku tinggal ngikut ada yang seperti itu.

Peneliti : Jadi informasi penting yang perlu diketahui pertama adalah mengidentifikasi klien itu lebih ke karakter dari klien tersebut terus background dari klien tersebut sama wedding dream apa yang mereka mau?

Informan 2 : Kenapa kita bilang background ya, bukan kayak oh Khilsi orang biasa ah aku handle nya biasa aja no, jadi yang kita maksud background disini adalah

kita mengetahui terkait oh berarti nanti ketika Khilsi overhandle ke PM, PM mana ini yang cocok kiranya, Khilsi nanti bisa request ke manager operasional karakter orang tuanya tuh detail banget jadi kayanya dikasih PM yang seperti ini deh, nah PM juga di briefing oleh khilsi misal sama reyhan, reyhan ini ibu orang tuanya itu seperti ini seperti ini karena walaupun sebagus apapun reyhan pasti kalau tidak punya kisi-kisi kan dia bingung ngehadepin klien seperti apa, khilsi juga kalau nggak tau kisi-kisinya dari sales ya dia juga akan lebih kesusahan tetapi dia tidak akan terlalu kesusahan lah ibaratnya kalau sales memberikan kisi kisi yang lengkap, karena biasanya klien yaudah mbak apa ee.. langsung aja dealing nih sama marketing tanpa sales mengetahui lebih detail backgroundnya seperti apa jadi ya yang lebih bisa mengorek ngorek klien ya khilsi, waktu hari H tau keluarganya seperti apa PM, karena PM yang ngatur keluarganya ini nanti kayak gimana, persiapannya kayak gimana karena sebuah rencana itu kan bisa berubah waktu di hari h.

Differentiate customers / role diversity

Peneliti : Masih bahas tentang latar belakang klien yang berbeda-beda nih bu Mahar Agung Organizer sendiri apakah punya kriteria kriteria tertentu untuk mengetahui perbedaan antara klien satu dengan klien lainnya.

Informan 2 : Perbedaan yang gimana?

Peneliti : Maksudnya punya kriteria tertentu nggak misalnya nih ada klien yang kita kelompokkan sebagai wedding bisnis, terus misalnya ee.. ada kriteria lainnya ini pernikahan adat misalnya seperti itu bu jadi punya kriteria tertentu nggak buat bedain klien satu sama klien lainnya?

Informan 2 : Itu lebih ke pelayanan, kita sebenarnya ada Mahar Agung Organizer masterpiece sama Mahar Agung Organizer premium, nah kalau misalnya Mahar Agung Organizer premium itu ee.. lebih ke jumlah crewnya kalau yang masterpiece juga sama dan PM nya juga lebih banyak apasih namanya, kalau masterpiece itu 1 WC, 2 PM, 25 crew kalau premium 1 WC, 1 PM, 15 crew nah mungkin kalau acaranya tuh ada biasanya kalau pernikahan bisnis akan mengundang rekan atau koleganya yang ee.. menengah keatas bukan menengah lagi orang keatas lah, jadi dimana crew crew kita ataupun PM kita itu kita sortir lagi mana yang senior mana yang bisa handle ini kayak gitu, misal nih ada juga macam-macam wedding ada yang standing, ada yang round table tipe table set menu, ada yang round table tapi makanannya tidak

diantarkan tetep prasmanan tapi mau dikasih nama, ada yang tamu-tamunya cuma dateng duduk pokoknya round table, itu macem-macem tergantung paket mana yang diambil sama klien. Sebenarnya kalau kita mau membedakan klien satu dengan yang lainnya itu kita nggak ada pembeda sih sebenarnya, mungkin beda treatmentnya kita ke klien tersebut aja, kalau misalnya perbedaan pelayanan di Mahar Agung Organizer sendiri itu memang ada, kalau masterpiece memang kita lebih concern PM nya itu, PM nya ada yang concern ke acara, ada yang concern ke keluarga ada yang concern di shownya jadi macem-macem kayak gitu.

Peneliti : Jadi lebih ke antara ini klien ambilnya yang masterpiece atau yang premium gitu ya? Atau diarahkan oh klien ini cocoknya pakai master piece aja?

Informan 2 : Nah itu tergantung kliennya juga setuju nggak sama pelayanannya kita yang special pakai telur ya atau mau yang indomie biasa aja nih kayak gitu.

Peneliti : Kemudian terkait perbedaan pelayanan tadi kan sebenarnya bukan lebih ke membeda-bedakan klien tapi kan pasti ada klien yang berbeda bu dilihat dari background klien ini misalnya ada klien backgroundnya orang jawa satunya backgroundnya orang batak kan pasti pelayanannya beda tuh bu, nah itu ada nggak sih di Mahar Agung Organizer ini perbedaan pelayanannya gitu?

Informan 2 : Ada kita punya klien itu diluar negri sama Surabaya, kebetulan juga kliennya reyhan, reyhan ngetreatment ke klien tersebut menggunakan bahasa inggris jadi mau nggak mau reyhan harus belajar bahasa inggris dan lebih lagi kosa katanya agar mas Yusufnya memahami eh sorry mempelai prianya karena mempelai prianya ini nggak bisa bahasa indonesia jadi mungkin treatmentnya ada disana perbedaan bahasa. Kalau misalnya sikap itu kita kan di jawa, jawa itu kan orangnya ramah-ramah kan kalau misalnya batak atau dimanapun itu tidak se ramah orang jawa, jadi kita tetep kukuh ee.. apa namanya masih ada unggah ungguh jawanya jadi tidak ada pembeda sih kita tetap menomorsatukan sopan santun itu sih.

Interact with customers / two-way symmetrical model

Peneliti : Terus terkait interaksi sama klien nah itu bentuk interaksi seperti apa yang dilakukan baik project manager atau wedding consultant ke klien?

Informan 1 : Oke kalau pake ee.. Kita pake contoh klien tadi yang Cindy Yusuf yang dia dari Australia, untuk interaksi saya yaitu karena mas Yusuf juga langsung dari Australia nggak dari Indonesia saya mengutamakan interaksi via online, sering-sering meeting lewat zoom saya menguatkan interaksinya dalam bentuk online seperti itu, untuk interaksi yang lain ee.. yang dia memang Indonesia semua bentuk interaksinya kita langsung sih, kita utamakan di langsung, kita usahakan untuk sering meeting untuk mendekatkan diri lewat meeting langsung.

Informan 2 : Karena bonding itu perlu sih, PM WC sama klien perlu bonding biar klien pun juga nyaman, bukan berarti ini ya biar enak aja komunikasinya

Informan 1 : Dan juga di Mahar Agung Organizer banyak klien yang juga dia nikahnya aja yang disurabaya, tapi posisi kliennya diluar jawa diluar kota provinsi, tapi balik lagi kita kuatkan interaksinya lewat zoom meeting, entah kalau nggak kita meeting langsung dengan keluarganya yang mungkin klien minta tolong keluarganya untuk interaksi oke kita mengutamakan balik lagi inteaksi secara langsung sama keluarganya.

Informan 3 : Sama juga sebenarnya kita kan harus selalu standby ya. semisal ada klien yang kadang-kadang ada orang mau nikah, itu kan pasti ada overthinkingnya, ada apa yang dipikirin semisal dia itu udah pilih baju yang warna ini aku cocok nggak sih pakai ini, tiba-tiba ngechat mbak ini bagus nggak ya sebenarnya atau nggak kalau gitu kepikiran wedding singnya mas kira-kira aku kok mindernya buat tampil perform gimana ya kayaknya nggak usah deh kayak gitu gitu, kan otomatis itu salah satu bentuk interaksi yang harus tetep kita maintance via chat via telfon itu absolutely pasti akan kita lakukan gitu lo dan unlimited ya rasanya.

Informan 1 : Lebih mencari solusi sih dari suasana dan menenangkan.

Informan 2 : Kadang pun mempelai sama orang tuanya nggak sama selernya, nah itu juga tantangan buat mereka berdua, lebih ke WC sih kalau misalnya bedes selera kedua apa namanya dari ibu sama mempelai itu, seperti itu.

Peneliti : Terus kalau terkait interaksi dari dua interaksi tersebut, baik online maupun secara langsung, menurut mas Reyhan mbak Khilsa maupun ibu yang paling efektif itu interaksi lewat mana sih?

Informan 3 : Dua duanya, soalnya kita itu meeting iya butuh banget buat fiksasi karena kadang via online itu mereka kayak masih iya nggak ya masih ada plin plannya

tapi begitu kita udah meeting buat ketemu udah oke jelas iya baik kayak gini ya keputusannya, tapi tidak menutup kemungkinan bahwa chat itu juga bisa menjadi solusi pertama dulu nih, biar nenangin dulu biar nggak overthinking berkepanjangan, insecure terus menerus kayak gitu.

Informan 1 : Mungkin kalau online kita lebih ke kita pendekatan secara personalnya, waktu langsung kayak penentuan keputusannya untuk memantapkan keputusannya.

Peneliti : Kemudian dari interaksi tersebut, baik itu online maupun meeting secara langsung ada nggak sih hambatan dari interaksi itu?

Informan 1 : Hambatan yang paling utama adalah jadwal, yang sering terjadi adalah jadwal waktu bentrok, karena rata-rata kliennya Mahar Agung Organizer ini rata-rata orang yang super sibuk seperti itu, jadi ya hambatan utama jelas waktu jadwal mereka kalau nggak kliennya yang sibuk orang tua mereka yang sibuk, jadi itu sih hambatan utama dari klien itu waktu.

Informan 2 : Karena memang rata-rata klien yang kita atau yang pakai WO itu pasti orang yang tidak punya waktu maka dari itu makanyaya online pun juga menjadi salah satu kunci juga karena ya diajak ketemu juga susah. Daripada ini khilsi gak nyampe nyampe ini to do listnya, daripada nanti dia mepet mepet tengkar sama reyhan kan banting-banting asset perusahaan kan jadi yawes makanya ee.. kalau misalnya pernikahan bisnis ky gitu ya lebih repot lagi, karena kita pernah sih handle pernikahan bisnis itu di Vasa jadi ee.. disitu itu dia menggunakan table set menu satu orangnya itu 1,5 satu pax 1,5 disitu dia ngundang BCL dan mereka yang disana harus sangat sangat menghormati tamu jadi jangan sampai tamu itu ee.. kebingungan mencari tempat duduk, itu juga PR buat kita karena kita pernah seperti itu apalagi konsep, setelah pandemic konsep wedding chinese ini itu digunakan sama orang jawa sekarang kayak round table dulunya nggak ada, jarang banget orang pakai round table. Semenjak pandemic ini orang lebih suka pakai round table, semi semi kayak wedding chinese karena orang menganggapnya oh ini lebih menjamu tamu oh ini lebih intimate wedding dan kalau misalnya kayak wes kayak gitu orang itu akan berlomba-lomba iniloh wedding ku mewah, jadi tuh wedding udah jadi acara gengsi selain kamu pakai tas hermes, coach atau lain sebagainya, wedding itu juga ajang pembuktian ibarat e gitu, makanya kalau wes apalagi orang tua kan suka kan ee.. diakui oleh temen-temennya di akui oleh kolega-koleganya gitu jadi apaya ee.. weddingnya itu

lebih dilihat banget gitu apalagi tamu-tamunya. Kalau tamu yang ngurusin PM, vendor yang bertanggung jawab WC jadi kalau dua duanya mbleset mereka berdua yang diuleg sama klien, nggak pernah diuleg tapi.

Customize / managerial

Peneliti : Jadi itu lebih ke ini ya custom, nah saya mau tanya nih terkait customizena klien itu sendiri, nah apa strategi yang Mahar Agung Organizer lakukan dalam menyesuaikan keinginan pelanggan?

Informan 2 : Kalau strategi sih mungkin balik lagi ke kita lihat backgroundnya klien, jadi mungkin lebih ke ini sih kita memberikan apasih namanya ee.. pengertian ataupun pengetahuan ke klien bahwa plus minusnya kalau pakai round table seperti ini, standing seperti ini jadi lebih kesitu sih karena klien itu sekarang kok hype nya sekarang kayak gini ya, aku pingin kayak gini tanpa mereka ketahui bahwa cost yang seperti itu itu lebih besar, cost yang seperti ini itu lebih ringan yang menjawab cost cost seperti itu adalah WC, jadi kalau strategi itu lebih kesitu sih kita memberikan plus minusnya dari kalau konsep begini itu kayak gimana, kalau konsep begini kayak gimana, begitu pula dengan WC ketika merekomendasikan vendor missal WC sudah merekomkan vendor A B tapi vendor A B ini tidak pernah kerja sama kita tapi WC seringnya sama X Y missal, ya WC menyampaikan kalau kita belum pernah kerja sama vendor A B tapi memang disini bagus kalau ibu mau mencoba monggo, kita seringnya ke vendor X Y kita sudah sering berkoordinasi langsung begitu jadi tidak ada atau minim banget tidak sesuai dengan kenyataan atau tidak sesuai dengan rencana, lebih kesitu sih karena klien sekarang udah bisa membandingkan ABCDEF kayak gitu.

Peneliti : Jadi Mahar Agung Organizer ini nggak cuma ngasih pelayanan tapi ada juga veluenya yang dikasih ke klien gitu ya, terus untuk yang bertanggung jawab memberikan pelayanan misalnya rekomendasi vendor atau pilihan layanan itu siapa?

Informan 2 : Kalau vendor, wedding consultant

Peneliti : Masih tentang klien yang ingin custom di Mahar Agung Organizer ini, apabila ada keinginan pelanggan yang tidak bisa diwujudkan, apa yang dilakukan?

Informan 3 : Ya kasih alternatif lain karena semisal nih ee.. ini kalau aku bisa ngomong ya perihal yang tidak bisa diwujudkan biasanya adalah berkaitan dengan budget jadi semisal kan kadang wedding dreamnya orang macem-macem ya dan

mereka kadang tidak tau realitanya seperti apa asal pokoknya aku mau yang kayak gini gini mbak gitu, begitu kita kasih tau realitanya seperti ini mbak mas oh ini juga ya maksudnya diluar kapasitas mereka, nah opsi yang bisa kita berikan adalah kasih alternatif lain yang lebih realistis dan reasonable gitu kenapa kok nggak bisa pakai itu kok kenapa dikasih ini yak arena seperti ini gitu, ada sebab akibat.

Informan 2 : Kalau keinginan kayak gitu lebih ke budget ya, atau kalau nggak gitu mbak aku pingin deh masuk gedung itu bau sedap malam, berarti kan harus fresh flower semuanya nih, sedap malam juga nggak murah nah budget nggak sesuai mungkin contoh-contoh yang seperti itu sih, jadi nanti WC ibu ndak papa kalau pengen tete pada fresh flowernya tapi kita bisa mix kok, ada solusi yang seperti itu jadi separuh-separuh mungkin 70 persen fresh flower 30 persen artificial ternyata budgetnya tetep nggak nutut nih yaudah ibu 50 persen 50 persen 50 persen, nggak nutut lagi yaudah artificial semuanya aja kita menyesuaikan dengan budget. Sebenarnya kalo semua keinginan itu pasti kita bisa mewujudkan kok tapi Kembali lagi kondisinya juga

Ethical PR

Peneliti : Kemudian apakah Mahar Agung Organizer memiliki SOP tertentu sebagai acuan dalam berkomunikasi dengan pelanggan?

Informan 2 : ee.. gini kalau SOP, kalau SOP itu yang pertama kita adalah penampilan, saya sendiri ketika mengambil atau mencari orang yang penting good looking enak dilihat sama klien, tidak mungkin dong reyhan atau khilsi ketemu sama klien itu jaketan kulu-kulu sepedaan awan-awan kumis-kumis ambu matahari nah saya tidak ingin temen-temen seperti itu dihadapan klien karena klien-klien yang dihadapi oleh kita baik itu mau dia grade ABCDE harus tetap sama. saya selalu berpesan sama temen-temen tidak membedakan klien, komunikasi pun juga tetep sama makanya tadi bedanya apa sih kalau di masterpiece kamu lebih banyak yang ngehandle kalau di premiumya kamu lebih sedikit yang handle, kalau lebih banyak yang handle tugas bisa dibagi satu-satu, kalau acaramu gede ya tugas bisa dibagi satu-satu. Terus yang kedua adalah ee.. apa Namanya kalau saya pernah menemui salah satu WC itu ketika TM secara look itu tidak memuaskan hati saya, oh ada bedanya ini antara MA ataupun dengan WO yang lainnya, saya juga melihat ketika PM sama WC itu urusannya ada sendiri, berbeda dengan WO yang lainnya ada yang jadi satu dengan ownernya seperti itu, nah keuntungannya apa sih antara jobdesnya satu-satu dengan sama owner, Memang kalau sama owner itu orang akan lebih mendengar, akan tetapi kalau jobdesnya bisa tak bagi satu-satu khilsi fokus ke vendor, reyhan fokus ke teknis

dia akan fokus satu-satu jadi kan enak kan. Orang itu kan kadang nggak bisa harus mengerjakan semuanya kan, tangan kita cuma dua loh mungkin perbedaan kita disini. Kalau SOP sih kita lebih ke penampilan, tata bicara gitu

Peneliti : Jadi lebih ke penampilan, gesture, penyampaiannya gitu ya bu?

Informan 2 : Sama ya public speakingnya mereka juga, karena kalau mereka nggak pede buat jalan ke klien ya klien mana bisa percaya sama mereka gitu.

Tujuan customer relations

Peneliti : Kemudian jadi kan di MA ini saya sempat melihat ada di ulasan bridestory itu ada beberapa klien yang menyampaikan pakai MA atas rekomendasi dari klien sebelumnya atau keluarga yang sebelumnya pakai Mahar Agung Organizer juga, nah gimana sih cara Mahar Agung Organizer mempertahankan pelanggan lama biar tertarik melakukan pembelian ulang atau mau memberikan rekomendasi kepada calon pelanggan lain biar sama-sama pakai MA?

Informan 2 : Kami menerima kritikan dan masukan, itu yang pertama karena ketika kami di kritik oleh vendor lain atau klien lain kita sebisa mungkin untuk tidak denial, jadi ee.. tidak melakukan pembenaran juga, tidak merasa yang paling bagus tapi kita juga mau diberi masukan, sangat sangat mau diberi masukan dan kritikan, mungkin dari cara yang seperti itu kita bisa mempertahankan klien dan merekomendasikan kita. Sebenarnya kalo pelayanan ya sama aja pelayanan cuma kan lebih kitanya ini kalau ada sebuah masalah, gopoh apa endak kalau dikasih masukan dan kritikan mau menerima apa endak lebih kesitu sih dan menjaga kualitas temen-temen ya karena ee.. PM dengan office hour hari senin sampe sabtu bahkan minggunya mereka bisa event, jadi sangat memungkinkan satu minggu itu mereka ada di kantor ataupun mereka masih bekerja itu masih kita control jadi pengawasannya itu lebih seperti itu.

Peneliti : Dari klien tersebut bu, bagaimana cara Mahar Agung Organizer menumbuhkan loyalitas pada klien?

Informan 2 : Kalau menumbuhkan loyalitas itu seperti ini sih, gambaran loyalitas itu klien yang seperti apa nih, misal acaranya ribet banget ternyata, waktu di WC acaranya nggak seribet itu kok, ternyata waktu di pegang sama PM ternyata acaranya ribet banget, keluarga yang kita handle ini ternyata banyak banget bla blab la kita tidak menutup kemungkinan untuk menambah crew dengan cuma-cuma, atau karena kita

juga ehm.. meeting kit aitu kan unlimited juga jadi nggak ada batasan yang dimana mau reghan meeting serratus kali dengan klien yawes terserah tapi kalau misalkan dilihat itu nggak loyalitas loh,itu kan tanggung jawab WC, tak kembalikan lagi ke kliennya kamu butuh yang kita tangani itu yang seperti apa.

Informan 3 : Kalau menurut dari kita berdua kayaknya klien itu kadang bisa nggak kenal waktu ya kalau semisal ada butuh apa-apa, nah itu salah satu bentuk pelayanan kami yang mungkin bakalan oh iya ya PM ku WC ku ada di saat-saat genting, saat aku butuh itu beneran ada loh bahkan ee.. ada yang standby mau ditelfon jam 2 pun jam 4 pagi ya nggak papa itu salah satu bentuk apa ya kita pelayanan mungkin dari situ juga kita nggak bisa ngontrol klien mau kayak gimana ya mereka sadar oh iya ya mas mbak PM WC ku ini keren banget loyalitas banget nggak bisa ya tapi itu bentuk tanggung jawab kami.

Informan 1 : Tambahan sedikit untuk menumbuhkan loyalitas yaitu kita memantain klien diluar jam kerja, dalam bentuk misalnya secara personal mbak gimana kabarnya hari ini kayak gitu, kita tumbuhkan rasa percaya mereka dulu ke kita biar mereka percaya dulu dan juga ya itu akhirnya tumbuh loyalitas kayak oke aku percaya sama mas reghan kayanya temenku perlu aku saranin ke Mahar Agung Organizer deh ya karena adanya maintain tadi melalui interaksi diluar jam kerjanya kita bisa membantu menambah loyalitas.

Peneliti : Jadi menjalin hubungannya nggak lagi soal oke kita partner kerja nih tapi anytime kamu butuh apa saya standby kayak gitu ya. Kemudian pertanyaan selanjutnya Bagaimana cara Mahar Agung Organizer membangun citra dan reputasi positif di mata klien dan juga masyarakat?

Informan 2 : Kalau kita mempertahankan citra mungkin ke arah sosial media ya, sosial media kita itu aktif, kita pernah dapet klien itu karena Mahar Agung Organizer storynya ada terus itu pernah ada dan kena pelayanan MA masterpiece gitu kebetulan itu weddingnya juga ada artis 3 artis eh 2 ding yang di sangrila Sammy sama tiara pokoknya di weddingnya ada artisnya hanya karena MA memberikan edukasi-edukasi dan storynya itu nggak kosong selalu membahas terkait pernikahan, mungkin itu ee.. apa ya mempertahankan citra kita di media social itu karena sekarang kan kita tidak menutup kemungkinan memang marketing paling real itu adalah mulut ke mulut tapi tidak menutup kemungkinan orang-orang mengenal kit aitu lewat sosial media bahkan kita pernah dijadikan perbandingan Instagram kita sama WO yang lainnya hanya

karena sosial media, kadang ada klien yang sueneng banget kalau kita konten akhirnya FYP di reels kita, nah itu wujud dari apresiasi kita juga bahwa klien percaya sama kita

Peneliti : Lebih melalui sosmed storynya aktif, interaktif, informatif gitu ya bu? Kalau sosmed sendiri aktifnya dimana sih bu selain Instagram?

Informan 2 : Di tiktok, youtube juga sih aktif sih masih aktif cuma nggak yang rutin aktif ee.. tiktok reels Instagram sama bridestory, tapi kalau bridestory juga yang nggak selalu update juga sih. Cuma memang Instagram itu membawa dampak yang sangat baik.

Peneliti : Kemudian pertanyaan selanjutnya ini apabila terdapat isu negatif yang tersebar di masyarakat tentang Mahar Agung Organizer, apa yang akan dilakukan?

Informan 2 : Itu pasti pernah, sangat-sangat pernah karena kita bukan menjual barang yang bisa diperbaiki misal kita menjual air ini ada sedikit rusak yaudah aku ganti ya dua air ini dengan yang bagus, kita tidak bisa seperti itu, yang bisa kita lakukan adalah ee.. yang pertama kita membuktikan kalau memang pelayanan karena gini kalau orang kan beranggapnya berbeda, mungkin nih ketemu sama mbak khilsi, mbak khilsi lo judes, tapi masnya melihat khilsi nggak kok ya memang wajahnya dia judes kayak gitu misal, jadi nggak bisa kita samakan presepsinya gitu lo, cuma ya kita tetep melakukan pelayan yang terbaik. Tapi memang pernah ada ee.. kita kedatangan klien itu dia ke kita itu membahas terkait mbak saya pernah denger Mahar Agung Organizer seperti ini seperti ini, aku yakin semua wo pasti punya jeleknya dan bagusnya yakan, sama dengan manusia punya kekurangan dan kelebihan. Akan tetapi kita hanya menyikapi monggo kalau memang ibu tidak cocok dengan komunikasi dengan WC atau A atau PM B akan kita ganti dengan yang lainnya kalau tetap tidak cocok monggo kita kembalikan ke kliennya seperti itu. Itu memang pernah kok seperti itu, jadi ya pembuktiannya adalah kita melakukan yang terbaik aja buat kliennya, dan berarti kan kita treatmentnya harus lebih hati-hati ini kita ribetnya apa hal dilakukan ketika meeting, apa aja yang harus kita bahas berarti preparationnya harus lebih mateng lagi bukan hanya sekedar meeting. Kita juga punya klien yang sangat sangat detail banget sampe ketika temen-temen mau meeting sama beliau itu mempersiapkan materinya apa aja memperkirakan pertanyaan klien tersebut itu apa, jadi kaya ada meeting simulasi karena kliennya bener-bener se detail itu.

Peneliti : Apa sih yang menjadi tantangan dalam membangun hubungan baik dengan klien dan bagaimana menghadapinya?

Informan 3 : Meyakinkan klien untuk dealing adalah salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh WC, bagaimana caranya closing.

Informan 2 : Kalau menghadapi sih lebih ke ini ya kita percaya diri aja bawa materinya, jadi mau misal khilsi nggak pernah ini sama vendor A B tapi dia mau ngasih benefit nih ke MA, yaudah walaupun khilsi ragu khilsi nggak boleh ragu sama klien nah gitu, jadi dia harus meyakinkan apa ya kelebihan dari vendor tersebut, sama juga dengan reyhan misal mas reyhan ini kayak enaknya KUA dijemput apa nggak ya hal sepele nih, terserah ibu ee.. maunya dijemput atau engga yo.. klien nya males ambe kon reyhan nggak solutif. Mas reyhan enaknya keluargaku di makeup di hotel atau dirumah ya enak dimana ya mas reyhan, ee.. terserah ibu nah klien nggak butuh itu reyhan butuhnya apa oh plus minusnya kalau di hotel seperti apa kalau dirumah seperti apa pengurusan transportasinya seperti apa jadi nanti reyhan bisa memperkirakan terkait ee.. oh ibu kalau misalnya dirumah memang lebih luas akan tetapi kita butuh orang untuk bisa mengantarkan keluarga ke hotel, kalau di hotel ibu tidak perlu mengeluarkan transportasi tapi kalau di hotel ada dikenakan charge karena kita menggunakan ruang meeting jadi cara meyakinkannya kita harus punya plus minusnya dari permintaan klien tersebut, kalau reyhan ya.. sama aja kok ibu ya bukan saya yang marahin tapi kamu dihabisin sama klien hehe kok nggak solutif ya.

Informan 3 : Sedikit menambahkan sih untuk menghadapinya itu memang benar dikasi solusi apa, dan juga klien itu biasanya pingin pembanding misalkan ee.. apa ya plus nya apa mbak kalau aku pakai ini kurangnya apa mbak kalau pakai ini ee.. ngasih keunggulan dan kekurangan dari apa yang mau diambil ini, misal dekorasinya aku pingin pakai vendor A kenapa kok harus vendor A mbak, kenapa nggak harus vendor yang B kayak gitu, jadi kalau ada kekurangannya itu ya nggak papa disampaikan aja karena itu salah satu bentuk mereka jadi tau product knowlagnya kita kan kayak gimana sehingga semakin meyakinkan aja buat closing atau dealing.

Informan 1 : Kalau tantangan dari aku itu adalah klien yang memiliki ekspetasi tinggi dengan budget yang tidak sesuai tetapi balik lagi salah satu caranya dengan memberikan solusi dan mengedukasi bahwa oke mbak mas kalau mau wedding ini oke tapi ya itu tadi kita mengedukasi bahwa acara yang aku pakai contoh orang tuanya sangat tau teknis dan sangat pinter banget detail banget dan juga punya ekspetasi bahwa weddingnya mau diarahkan ke minang dia minta mau ada prosesi seperti ini seperti ini untuk pamit nikah kayak gimana nah itu tantangannya disitu saya mengedukasi pernikahan yang menurut adatnya indonesia adatnya minang itu seperti apa kita terapin seperti apa dan kita edukasi lah pernikahan itu nanti akan seperti ini prosesinya. Misalnya loh mas khutbah nikah kan ee.. bisa setelah ijab oh kita kasih

edukasi bahwa memang adatnya dalam Indonesia dalam agama khutbah nikah itu dilaksanakan sebelum ijab, kalau setelah ijab itu namanya nasehat nikah nah kita kasih edukasi perihal beliau punya pandangannya sendiri seperti itu.

Peneliti : Baik, pertanyaan selanjutnya ini Apa manfaat yang didapatkan oleh Mahar Agung Organizer dari penerapan strategi *customer relations* yang efektif?

Informan 2 : Pasti manfaatnya banyak sekali ya, kita itu berdiri dari tahun 2014 sampai 2023 itu 9 tahun ini kita itu memiliki regulasi yang berbeda-beda setiap tahunnya, karena apa yang membedakan adalah pada saat pandemi sangat-sangat berbeda, jadi dari tahun 2014 tahun pertama kita berdiri dimana kita belum punya WC belum punya PM itu masih kita sendiri yang jalan handle handle sendiri dan klien itu dulu tidak se-pinter sekarang karena sekarang banyak vendor ya jadi klien lebih pintar milih vendor. Nah dari tahun-tahun itu kita memiliki strategi yang berbeda-beda, ketika pandemi orang tidak bisa resepsi itu strateginya juga berbeda karena kita harus menggunakan komunikasi di zoom dan itu sulit sekali karena adaptasi, setelah pandemi ini kita beradaptasi lagi nah jadi efek yang kita terima ini alhamdulillahnya kita pernah memerangi ketika awal-awal yang belum ada WO hingga sekarang yang sudah banyak WO ya alhamdulillah kita tetap menerapkan strategi-strategi baru untuk kedepannya karena tahun ini pun kita menerapkan strategi-strategi baru juga PM lebih terfokus, WC lebih terfokus dan crew juga sekarang lebih terfokus. Kalau efeknya yang kita dapat ini loh kalau kita pakai Mahar Agung kita ada keunggulan sendiri loh

Peneliti : Jadi lebih ke peningkatan kualitas gitu ya bu kalau untuk manfaatnya?

Informan 2 : Betul.

Peneliti : Kemudian pertanyaan terakhir nih bu mungkin ibu, mbak khilsi dan mas reyhan bisa jawab MA sendiri Bagaimana caranya mengukur keberhasilan strategi *customer relations* yang diterapkan?

Informan 2 : Lebih kesini sih, kalau strategi yang misal ehem oh kalau aku pakai strategi A efek keuntungannya PM itu seperti ini tapi buruknya seperti ini, kita tidak melihat hasil saja tapi prosesnya juga seperti apa nah efeknya dari keberhasilan ini apa sih kayak gitu jadi kita selalu upgrade upgrade dan upgrade lagi, mungkin di tahun sebelumnya loh enakan program di tahun sebelumnya kok daripada yang sekarang belum tentu juga kalau program yang sebelumnya dilakukan saat sekarang itu sesuai

dengan masa masa sekarang, kalau misalnya keberhasilan event mungkin dengan cara klien repeat order ataupun klien memberikan kayak yaampun mbak khilsi mas reyhan ayok tak ajak makan yok temen temen, mungkin awardnya disitu sih brarti mereka berhasil membangun komunikasi yang bagus ke klien seperti itu

Informan 3 : Termasuk memberikan testimoni yang bagus itu juga salah satu keberhasilan terus juga mereka senang sangat sangat amaze after event dari awal dibantuin banget.

Informan 1 : Kalau nggak gitu hubungan masih terjalin setelah event selesai, kita jadi lebih dekat simpelnya kayak follow followan instagram, kita masih mas aku disini ayo kita ketemu ayo kita main nah itu kita masih terjalin hubungannya gitu sih kalau mengukur keberhasilan strategi customer relationsnya jadi setelah event kita masih ada komunikasi yang bagus.

Informan 2 : Karena itu kan representasi dari oke aku puas dengan pelayananmu nih kayak gitu lo, nggak papa nanti kombinasi aja jawabannya

Peneliti : Baik, itu sih untuk pertanyaannya sudah terjawab semua juga, terimakasih sudah dibantu untuk penelitiannya Ibu Azizah, mbak Khilsi mas Reyhan makasih atas waktunya.

Lampiran 3. Lembar Revisi Penguji 1

PROGRAM STUDI ILPROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Iga Aulia Syafir

NIM : 1151900291

Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 20 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

JADIKAN PS
 perlu beberapa dirapikan,
 tambahkan satu referensi dari jurnal sendiri saya
 ya ya nomor 1.

Surabaya, 20 Juni 2023

Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1,



(Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom)



(Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom)

Lampiran 4. Lembar Revisi Penguji 2

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Iga Aulia Syafir

NIM : 1151900291

Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 20 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

- PERBAIKI TEKNIK PENULISAN → MUNGKINYA DARI BOB
- PERBAIKI KALIMAT → 46 SALAH EYAR

Surabaya, 20-6-2023

Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1,



(
Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA
)



(
Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA
)

Lampiran 5. Lembar Revisi Penguji 3

PROGRAM STUDI ILPROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Iga Aulia Syafir
 NIM : 1151900291
 Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 20 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

- Hal. _____
- i ABSTRAK —
 Abstract
- vii Datar Tabel → 48 bold babnya saja
- viii Datar Gambar → spasi 1.5
- ix Datar Lampiran
- 4 — 96 1-1 J?
- 6 → 96 1-1 J?
- 7 Tujuan Penelitian
 Manfaat akademis b → praktis
- 27 redaksi
- 30-34 Pembahasan — tem + temasep

Surabaya, 20 Juni 2023
 Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1,


 Drs. Jupriano M.Si


 Drs. Jupriano M.Si

Lampiran 6. Hasil Turnitin

Jurnal iga			
ORIGINALITY REPORT			
15%	14%	5%	2%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	repository.stkippacitan.ac.id Internet Source		1%
2	repository.uin-suska.ac.id Internet Source		1%
3	publication.petra.ac.id Internet Source		1%
4	core.ac.uk Internet Source		1%
5	repository.trisakti.ac.id Internet Source		1%
6	123dok.com Internet Source		1%
7	etheses.iainkediri.ac.id Internet Source		1%
8	jurnal.uns.ac.id Internet Source		1%
9	snpm.unipasby.ac.id Internet Source		<1%

10	id.scribd.com Internet Source	<1 %
11	Wahyudin Wahyudin, Irfansyah Irfansyah. "PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEB", CONTEN : Computer and Network Technology, 2022 Publication	<1 %
12	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	<1 %
13	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
14	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
15	sites.google.com Internet Source	<1 %
16	digilib.ui.ac.id Internet Source	<1 %
17	jurnal.fikom.umi.ac.id Internet Source	<1 %
18	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1 %
19	www.coursehero.com Internet Source	<1 %

20	www.perpustakaan.akuntansipoliban.ac.id Internet Source	<1 %
21	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1 %
22	repository.stieykpn.ac.id Internet Source	<1 %
23	repository.unpas.ac.id Internet Source	<1 %
24	repository.wima.ac.id Internet Source	<1 %
25	bgohicoru.com Internet Source	<1 %
26	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	<1 %
27	www.jatim.telusur.co.id Internet Source	<1 %
28	www.murnijayaprinting.com Internet Source	<1 %
29	www.scribd.com Internet Source	<1 %
30	bbs.binus.ac.id Internet Source	<1 %
31	ejournal.unida.gontor.ac.id Internet Source	<1 %

32	eprints.uns.ac.id Internet Source	<1 %
33	id.123dok.com Internet Source	<1 %
34	jurnal.unitri.ac.id Internet Source	<1 %
35	mulok.library.um.ac.id Internet Source	<1 %
36	ranahkomunikasi.fisip.unand.ac.id Internet Source	<1 %
37	repository.paramadina.ac.id Internet Source	<1 %
38	repository.uksw.edu Internet Source	<1 %
39	www.marketing.co.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Lampiran 7. Lembar Bimbingan


UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : ♦ Administrasi Publik ♦ Administrasi Bisnis ♦ Ilmu Komunikasi
 ♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fisip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Iga Aulia Syafr
 NBI : 1151900291
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Dosen Pembimbing I : Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom.,M.Med.Kom
 Dosen Pembimbing II : Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM
 Judul Skripsi :

Strategi Customer Relations Dalam Membangun Hubungan Baik Dengan Pelanggan Pada ~~Darmaheswara~~ Wedding Organizer Mahor Agung

M. Insan 1. 2/5 2023

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1.	01/03 2023	Perbaikan Bab 1 - bab 3.		
2.	01/03 2023	Perbaikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, kerangka pikir.		
3.	10/05 2023	BAB II landasan teori, kerangka Pemikiran, tabel kriteria Informan.		
4.	11/5 2023	Dilanjutkan pembuatan guide interview.		
5.	12/5 2023	BAB 1-3, ACC layout dan isi...		
6.	12/5/23	Bab I-III Acc		
7.	23/5 23	Perbaikan interview guide, disesuaikan dengan teori dan konsep bab 2		



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm, Doktor Ilmu Adm

Gedung : F.101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)

Telp. (031)-5925982, 5931800 Psw. 159. Email : fisip@untag-sby.ac.id

KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NO.	TANGGAL	MATERI	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	TANDA TANGAN
8.	12/6'23	BAB IV	Perbaikan hasil temuan dan pembahasan.	
9.	14/6'23	BAB IV	Revisi bab 4.	
10.	15/6'23	BAB IV - V	Ace dgn catatan	
11.	15/6'23	BAB 1 - 5, ACE.	Major signs.	

Bimbingan dinyatakan telah selesai,

Tanggal : 15 / 06 / 23

Dosen Pembimbing I

(M. Yusuf - 2)

Dosen Pembimbing II

(Ni MADE DA)