

ABSTRAK

STRATEGI PENINGKATAN CORPORATE IMAGE UNTUK MEMPERKUAT HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN PADA PTPN 1 REGIONAL 7 BANDAR LAMPUNG

**Oleh
CESILIA MARIANA ROTUA**

Penulisan laporan akhir bertujuan untuk menganalisis strategi peningkatan *corporate image* yang diterapkan oleh PTPN 1 Regional 7 Bandar Lampung dalam upaya memperkuat hubungan dengan pelanggan. *Corporate image* atau citra perusahaan merupakan salah satu elemen penting dalam pendekatan pemasaran modern, di mana persepsi positif dari pelanggan terhadap perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan, loyalitas, dan keberlanjutan hubungan jangka panjang. Citra perusahaan tidak hanya dibentuk melalui kualitas produk dan layanan, tetapi juga melalui komunikasi, reputasi, dan nilai-nilai yang diproyeksikan oleh perusahaan kepada publik. Untuk memahami proses dan strategi yang dilakukan, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa observasi langsung di lingkungan kerja serta analisis terhadap dokumen internal perusahaan seperti laporan kegiatan, strategi komunikasi, dan data kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PTPN 1 Regional 7 menerapkan berbagai strategi peningkatan citra perusahaan, antara lain melalui penguatan identitas merek, peningkatan pelayanan pelanggan, keterbukaan informasi, serta membangun komunikasi yang lebih personal dengan pelanggan. Upaya-upaya tersebut berkontribusi dalam membentuk persepsi positif pelanggan terhadap perusahaan, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas dan memperluas jaringan pemasaran. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa *corporate image* yang kuat merupakan aset penting dalam membangun hubungan bisnis yang berkelanjutan, dan perlu dikelola secara strategis serta konsisten oleh manajemen perusahaan.

Kata Kunci: Corporate Image, Strategi Peningkatan, Kepuasan Pelanggan, Hubungan Pelanggan PTPN 1 Regional 7 Bandar Lampung.

ABSTRACT

STRATEGY FOR ENHANCING CORPORATE IMAGE TO STRENGTHEN CUSTOMER RELATIONSHIPS AT PTPN 1 REGIONAL 7 BANDAR LAMPUNG

**By
CESILIA MARIANA ROTUA**

The purpose of this final report is to analyze the strategies for enhancing corporate image implemented by PTPN 1 Regional 7 Bandar Lampung in an effort to strengthen relationships with customers. Corporate image is one of the key elements in modern marketing approaches, where a positive perception of the company by customers can increase trust, loyalty, and the sustainability of long-term relationships. A company's image is shaped not only by the quality of its products and services but also through communication, reputation, and the values projected to the public. To understand the processes and strategies applied, this study employs a descriptive qualitative approach, with data collected through direct observation in the workplace and analysis of internal company documents such as activity reports, communication strategies, and customer satisfaction data. The results of the study indicate that PTPN 1 Regional 7 implements various strategies to enhance its corporate image, including strengthening brand identity, improving customer service, increasing transparency, and building more personalized communication with customers. These efforts contribute to forming positive customer perceptions of the company, which ultimately strengthens loyalty and expands the marketing network. This research demonstrates that a strong corporate image is an essential asset in building sustainable business relationships, which must be managed strategically and consistently by the company's management.

Keywords: Corporate Image, Enhancement Strategy, Customer Satisfaction, Customer Relationship, PTPN 1 Regional 7 Bandar Lampung.