

ABSTRAK

Tee, Yessica dan Mario Adinata :

Penjualan dan Distribusi

Strategi Meningkatkan Penjualan melalui Retensi dan Akuisisi Pelanggan
PT. ABC di Cakupan Wilayah Jawa Timur

Bermula dari semakin banyaknya perusahaan yang menggunakan mesin modern, persaingan di industri rubbering roll/ rol karet semakin ketat dan masing-masing berusaha menguasai pasar. PT. ABC dalam 9 bulan terakhir kehilangan 4 pelanggan / 18 % dari 22 pelanggan yang merupakan keseluruhan jumlah pelanggan Jawa Timur. Walaupun beberapa pelanggan yang keluar telah digantikan oleh pelanggan baru, hal tersebut tetap menjadi masalah utama yang dihadapi perusahaan. Alasannya, diantara pelanggan yang keluar, dulunya merupakan pelanggan tetap dan aktif.

Berdasarkan latar belakang dan pengamatan yang dilakukan penulis pada PT. ABC, penulis ingin membantu perusahaan dalam meningkatkan retensi pelanggan dan menambah jumlah pelanggan yang berdampak pada kenaikan penjualan.

Kata kunci:

Retensi Pelanggan , Akuisisi Pelanggan , Peningkatan Penjualan

ABSTRACT

Tee, Yessica and Mario Adinata :

Selling and Distribution

Strategy on How to Improve Sales by Customer Retention and Acquisition
PT. ABC in East Java.

Since many companies use modern machines, competency in rubbering roll move fast and each company want to grab the market. For the last 9 months, PT. ABC lost 4 customers or 18 % from 22 customers in East Java. Even though few customers who left were changed by new customers, but this is still a big problem for the company. The reason was that some of the customers who left used to be active and loyal customers.

Based on the background and observation made by writers on PT. ABC, the writers want to help the company to increase customer retention and add new customers that will improve the company's sales.

Key words:

Customer Retention , Acquisition Customer , Sales Improvement.

RINGKASAN EKSEKUTIF

PT. ABC merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *rubbering roll* / rol karet dan hanya menangani “ *Job Order* ” . PT. ABC didirikan pada tanggal 5 Maret 1982 dan berlokasi di Sukorejo, Kabupaten Pasuruan.

Pada saat ini, PT. ABC memiliki kendala yaitu dalam 6 bulan terakhir ini perusahaan mengalami penurunan jumlah pelanggan sebanyak 4 perusahaan atau 18 % dari 22 pelanggan yang merupakan keseluruhan jumlah pelanggan Jawa Timur. Penelitian kali ini difokuskan pada retensi dan akuisisi pelanggan sehingga berdampak pada kenaikan penjualan.

Selama menjalani kegiatan kerja praktek, penulis mencari upaya-upaya efektif yang dapat direalisasikan sehingga dapat membantu PT. ABC dalam meretensi dan menambah jumlah pelanggan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
ABSTRAK	vii
RINGKASAN EKSEKUTIF	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	2
1.3 Maksud dan Tujuan Pengambilan Kasus	2
1.4 Metodologi Penelitian	3
1.4.1 Metodologi Penelitian	3
1.4.2 Pendampingan	3
1.4.3 Pelaksanaan	4
1.5 Cakupan Kerja Praktek dan Pendampingan	4
1.6 Kerangka Penulisan	5
 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Kerangka Dasar Teori	6
2.1.1. Pengertian Pemasaran	6
2.1.2. Pengertian Penjualan	6
2.1.2.1 Penjualan Tatap Muka (<i>Personal Selling</i>)	9
2.1.2.2 <i>Direct Selling</i>	10
2.1.3. Perilaku Pembeli Bisnis	10
2.1.3.1 Definisi	10
2.1.3.2 Karakter Pasar Bisnis	11
2.1.3.3 Model Perilaku Pembeli Bisnis	12
2.1.3.4 Perilaku Pembeli Bisnis	13
2.1.3.5 Para Partisipan dalam Proses Pembelian Bisnis	14

2.1.3.6	Pengaruh – pengaruh Besar pada Pembeli Bisnis	15
2.1.3.7	Proses Pembelian Bisnis	17
2.1.4.	Kepuasan Konsumen	19
2.1.4.1.	Pengertian Kepuasan Konsumen	19
2.1.4.2.	Model Kepuasan Konsumen.....	20
2.1.4.3.	Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	21
2.1.5.	<i>Relationship Marketing</i>	22
2.1.6.	<i>Customer Retention</i>	24
2.1.6.1.	Definisi <i>Customer Retention</i>	24
2.1.6.2.	<i>Customer Retention Strategy</i>	24
2.1.6.3.	Instrumen dan Model <i>Customer Retention</i>	26
2.1.6.4.	<i>Behavioural Consequences</i>	27
2.1.6.5.	Meningkatkan Upaya Mempertahankan Konsumen	28
2.1.7.	<i>Customer Acquisition</i>	30
2.1.7.1.	Definisi <i>Customer Acquisition</i>	30
2.1.7.2.	<i>Customer Acquisition Strategy</i>	30
2.1.8.	<i>Customer Referral</i>	30
2.1.8.1.	Definisi <i>Referral</i>	30
2.1.8.2.	Definisi <i>Referral Aproach</i>	31
2.2.	Pernyataan / Kutipan Pemimpin / Artikel.....	31
2.2.1.	Handi Irawan D.	31
2.2.2	Dr. Marsudi B. Utomo	32
2.2.3	Lagi, Memahami CRM	33
2.2.4	Kiat Membangun Loyalitas Pelanggan.....	35
2.2.5	Indonesia Customer Loyalty Index Menjaga Pelanggan Agar Tetap Setia	37
3.	LATAR BELAKANG PERUSAHAAN	
3.1	Sejarah/ Latar Belakang PT. ABC	38
3.2	Kegiatan dan Platform Usaha PT. ABC	39
3.2.1	Produk yang ditawarkan.....	42
3.3	Struktur Organisasi PT. ABC.....	43
3.4	Visi / Misi / Goal / Strategi Perusahaan PT. ABC	45
3.5	Keterkaitan fakta di atas dengan Studi Kasus	46
4.	ANALISA DAN PEMBAHASAN	
4.1	Bagan, Sistem, dan Prosedur Kerja Pendampingan.....	47
4.1.1	Bagan Kerja Pendampingan.....	47
4.1.2	Sistem Kerja Pendampingan	48
4.1.3	Prosedur Kerja pendampingan	50
4.2	Mekanisme Interaksi dengan Pejabat Subyek Perusahaan	51
4.3	Proses Pengumpulan Data Realisasi Kerja, dan Temuan Lapangan	52
4.3.1	Proses Pengumpulan Data.....	52
4.3.2	Realisasi Kerja	52
4.3.3	Temuan lapangan.....	53
4.3.3.1	Temuan Lapangan Internal yang Bersumber dari PT. ABC	53
4.3.3.1.1	Pelanggan PT. ABC	53

4.3.3.1.2	Data Penjualan PT. ABC.....	56
4.3.3.1.3	Bagian Produksi PT. ABC.....	61
4.3.3.1.4	Sistem Kerja dan Kinerja Wiraniaga PT. ABC	62
4.3.3.1.5	Cara Penjualan PT. ABC.....	63
4.3.3.1.6	Sistem Pembayaran yang Ditetapkan PT. ABC	64
4.3.3.1.7	Pelayanan / Service yang ditawarkan PT. ABC	64
4.3.3.2	Temuan Lapangan eksternal yang bersumber dari luar PT. ABC	65
4.3.3.2.1	Sistem Kerja dan Kinerja Wiraniaga PT. ABC	65
4.3.3.2.2	Pesaing PT. ABC	66
4.3.3.2.3	Hasil Wawancara dengan Pelanggan...	68
4.4	Analisa Hasil Akhir	68
5.	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Kesimpulan	71
5.2.	Rasionalisasi	71
5.3.	Saran.....	72
	DAFTAR PUSTAKA.....	82
	LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

2.1 Proses Pembelian Bisnis	17
3.1 Contoh Produk yang ditawarkan PT. ABC	42
4.1 <i>Gant Chart</i> Kerja Praktek Penulis	53
4.2 Beberapa nama pelanggan PT. ABC	54
4.3 Kategori beberapa nama pelanggan PT. ABC	54
4.4 Pelanggan PT. ABC yang keluar	56
4.5 Data Penjualan 2003 – 2004.....	57
4.6 Data Penjualan 2004 – 2005.....	57
4.7 Data Penjualan 2005 – 2006.....	58
4.8 Data Keterlambatan Pengiriman Juli 2006	62
4.9 Data Keterlambatan Pengiriman Agustus 2006	62
4.10 Data Keterlambatan Pengiriman September 2006.....	62
4.11 Perbandingan harga karet sintetis	67
4.12 Perbandingan harga karet alam	67

DAFTAR GAMBAR

2.1	Mengenal 5+2 Tahap dalam Proses Menjual	7
2.2	5 Tangga dalam <i>Sales Collection Process</i>	8
2.3	Model Perilaku Pembeli Bisnis.....	12
2.4	Pengaruh – pengaruh Besar pada Pembeli Bisnis.....	15
2.5	Konsep Kepuasan Pelanggan.....	21
2.6	<i>The Customer retention model</i>	27
2.7	<i>Customer retention facets</i>	28
3.1	Proses pemesanan sampai distribusi produk	39
3.2	Proses Retur Produk.....	41
3.3	Bagan Struktur Organisasi Perusahaan	43
4.1	Bagan Kerja pendampingan	47
4.2	Sistem Kerja Pendampingan	48
4.3	Mekanisme Interaksi dengan Pejabat Subyek Perusahaan.....	51
4.4	Diagram persentase jumlah pelanggan PT. ABC	53
4.5	Grafik Penjualan PT. ABC 2003 – 2006.....	59
4.6	Grafik Penjualan PT. ABC 2004 – 2006.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Proposal (singkat).....	84
Lampiran 2	Kuesioner	86
Lampiran 3	Data pelanggan.....	89
Lampiran 4	Data pelanggan semesta.....	91
Lampiran 5	SWOT	108
Lampiran 6	Foto-foto	109
Lampiran 7	Artikel / Kutipan Pemimpin.....	111