PERPUSTAKAAN UNIKOM BANDUNG

STRATEGI MENINGKATKAN CUSTOMER SATISFACTION DALAM MEMPERTAHANKAN PELANGGAN DI DIVISI MARKETING PT. KHARISMA ANUGERAH PANDAWA DI KOTA PURWAKARTA

0 4 SEP 2000

Tugas Akhir

PROGRAM DIPLOMA III
JURUSAN : MANAJEMEN PEMASARAN

Oleh:

ENUNG SUMIATI HASANAH

NIM : 395009

INDONESIAN GERMANY INSTITUTE
LEMBAGA PENDIDIKAN KOMPUTER INDONESIA JERMAN
BANDUNG
1998

STRATEGI MENINGKATKAN CUSTOMER SATISFACTION DALAM MEMPERTAHANKAN PELANGGAN DI DIVISI MARKETING PT. KHARISMA ANUGERAH PANDAWA DI KOTA PURWAKARTA

Tugas Akhir

PROGRAM DIPLOMA III
JURUSAN : MANAJEMEN PEMASARAN

Oleh :

ENUNG SUMIATI HASANAH

NIM : 395009

Mengetahui

Dosen Pembimbing	Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran
(Drs. Rustandi ,MM)	(Ir. Dwi Susanto,Msc)

Direktur Utama
IGI

(Ir. Eddy Suryanto Soegoto,Msc)

Pengesahan Program Kerja Praktek di Divisi Marketing
PT. KHARISMA ANUGERAH PANDAWA
PURWAKARTA

Nama : Enung Sumiati Hasanah

Nim : MP395009

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Telah Melaksanakan Program Kerja Praktek di
PT. Kharisma Anugerah Pandawa
Hasil Kegiatan Tercakup Dalam Laporan ini

Dosen Pembimbing

(Drs. Rustandi ,MM)

Direktur Utama
IGI-LPKIG

(Ir. Eddy Suryanto Soegoto,Msc)

Pengesahan Program Kerja Praktek di

PT. KHARISMA ANUGERAH PANDAWA

STRATEGI MENINGKATKAN CUSTOMER SATISFACTION DALAM MEMPERTAHANKAN PELANGGAN DI DIVISI MARKETING PT. KHARISMA ANUGERAH PANDAWA DI KOTA PURWAKARTA

Nama : Enung Sumiati Hasanah
Nim : MP395009
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Telah Melaksanakan Program Kerja Praktek di
PT. Kharisma Anugerah Pandawa
Hasil Kegiatan Tercakup Dalam Laporan ini

Pembimbing
Kerja Praktek

(Nurdin Hidayat)

Kepala Urusan
Personalia & Umum

(Ir. Atang Prihadi)

Direktur Utama
PT. Kharisma Anugerah Pandawa

KAP
PT.KHARISMA ANUGERAH PANDAWA
DEVELOPER & GENERAL CONTRACTOR

(Ir.H. Barkah Hidayat)

Tugas Akhir ini telah disetujui dan disyahkan dalam
Sidang Dewan Penguji
pada tanggal 11 Agustus 1998

Penguji I

(Ir . Eddy suryanto Soegoto,Msc)

Penguji II

(Dr. Ir. Maspul Aini Kambry.,Msc)

Penguji III

(Drs. Rustandi ,MM)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Illahi Rabby yang telah memberikan kekuatan pada penulis, sehingga akhirnya tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan sebagaimana mestinya.

Adapun tugas akhir ini disusun berdasarkan hasil kerja praktek yang dilangsungkan selama satu bulan dan semoga laporan yang penulis susun ini tidak banyak menyimpang dari ketentuan yang telah ditentukan oleh lembaga.

Dan tidak lupa penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Ir. Eddy Suryanto Soegoto selaku Direktur Utama IGI_LPKIG.
2. Bapak. Ir. Dwi Susanto, Msc selaku Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran.
3. Bapak Drs. Rustandi, MM selaku Dosen pembimbing yang telah banyak membantu terselesaikannya laporan ini
4. Bapak Ir.H. Barkah Hidayat selaku Direktur Utama PT.Kharisma Anugerah Pandawa yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan kerja praktek di PT. Kharisma Anugerah Pandawa
5. Bapak Ir. Atang Prihadi sebagai Ka.Ur. Personalia & Umum selaku pembimbing di perusahaan yang telah banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan untuk terselesaikannya laporan ini.
6. Bapak Suryahadi Alamsyah, SH sebagai Ka.Ur. Penjualan selaku pembimbing di perusahaan yang telah banyak membantu dengan

memberikan data-data dan penjelasan-penjelasan yang diperlukan untuk penyusunan tugas akhir.

7. Bapak Nurdin Hidayat sebagai Ka.Ur. Promosi yang telah banyak membantu dan membimbing dalam pelaksanaan kerja praktek di perusahaan.
8. Kepada semua Manager dan Staff PT. Kharisma Anugerah Pandawa terutama staff Divisi Marketing dan yang telah banyak membantu dan membimbing dalam pelaksanaan kerja praktek.
9. Kepada kedua orangtua yang telah banyak membantu dan mendukung baik itu berupa materi maupun doa sampai terselesaikannya laporan ini.

Harapan penulis, mudah-mudahan laporan ini ada manfaat dan faedahnya bagi penulis khususnya dan bagi pembaca laporan tugas akhir ini pada umumnya.

Bandung, Juli 1998

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI iii

DAFTAR TABEL vi

DAFTAR GAMBAR vii

DAFTAR LAMPIRAN viii

ABSTRAK ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Maksud dan Tujuan 5

1.3 Metode Penelitian 6

1.4 Pembatasan Masalah 7

1.5 Sistematika Penulisan 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran 10

2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran 11

2.3 Pengertian Pasar 12

2.4 Pengertian Strategi Pemasaran 12

2.5 Lingkungan Pemasaran 13

2.6 Product Concept 13

2.7 Selling Concept 13

2.8 Konsep Mengenai Pelanggan 14

2.8.1 Kebutuhan Pelanggan Eksternal Dan Internal 15

2.8.2 Pembentukan Fokus pada Pelanggan 16

2.8.3 Nilai Pelanggan 17

2.8.4 Karakteristik produk yang Diinginkan Konsumen ... 17

2.8.5 Prinsip Dasar Kepuasan Konsumen 18

2.8.6 Kepuasan Pelanggan 18

2.8.7 Langkah-langkah Dalam Riset Kepuasan Konsumen 22

2.8.8 Pentingnya Customer Satisfaction 25

2.9 Kebijaksanaan Harga 26

2.9.1 Sasaran Penetapan Harga 27

2.9.2 Promotion 27

BAB III DATA HASIL PENELITIAN

3.1 Tinjauan Terhadap perusahaan Secara Global 32

3.1.1 Sejarah Singkat 32

3.1.2 Struktur Organisasi 33

3.1.3 Produk Yang Dipasarkan 35

3.1.4 Wilayah pemasaran Atau Pangsa pasar 36

3.1.5 Segmen Pasar 37

3.1.6 Landasan Hukum PT. Kharisma Anugerah Pandawa 37

3.2 Strategi Meningkatkan Customer Satisfaction Dalam mempertahankan Pelanggan Di Divisi Marketing PT. Kharisma Anugerah Pandawa 39

3.2.1 Administrasi Kepegawaian 40

3.2.2 Kualitas Produk 44

3.2.3 Kebijaksanaan Harga 45

3.2.4 Tanggapan Terhadap Keluhan Pelanggan 48

3.2.5 Promotion 49

BAB IV ANALISA HASIL PENELITIAN

4.1 Analisa Terhadap Strategi Perusahaan 53

4.2 Pelayanan Terhadap Konsumen 54

4.2.1 Administrasi Kepegawaian 54

4.2.2 Kualitas Produk 55

4.2.3 Kebijaksanaan Harga 57

4.2.4 Tanggapan Terhadap Keluhan 58

4.2.5 Promosi 60

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 65

5.2 Saran Untuk Perusahaan 67

5.3 Saran Untuk IGI-LPKIG 68

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Sepuluh Prinsip Mengenai Pelanggan 29

Tabel 2.2 Tangga Loyalitas 31

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kemungkinan - kemungkinan Pemecahan Masalah Pelanggan Yang Tidak Puas 30

Gambar 4.1 Proses Penanganan Keluhan Secara Efektif 64

DAFTAR LAMPIRAN

			Halaman
Lampiran	1	Brosur Promosi Perumahan	69
Lampiran	2	Peta Lokasi	72
Lampiran	3	Peta Potensial Lokasi	74
Lampiran	4	Daftar Harga	75
Lampiran	5	Spesifikasi Teknis	77

ABSTRAK

Keadaan perekonomian Indonesia tahun 1998 sedang mengalami krisis moneter yang sudah berlangsung mulai juli 1997. Sehingga ratusan pengembang perumahan mengalami hambatan dalam melanjutkan bisnisnya. Penjualan merosot drastis dan biaya produksi melonjak naik.

Dengan semakin sulitnya dana untuk melanjutkan proyek perumahan, juga sulitnya menarik konsumen supaya dapat menginvestasikan uangnya melalui pembelian rumah. Maka dari itu perusahaan harus menerapkan strategi yang tepat, dengan meningkatkan "customer satisfaction" dalam mempertahankan pelanggan.

Penelitian terhadap strategi meningkatkan "customer satisfaction" dalam mempertahankan pelanggan di PT. Kharisma Anugerah Pandawa yang dilakukan melalui kerja praktek selama satu bulan menghasilkan analisa akhir yang membuktikan bahwa kepuasan pelanggan memegang peranan yang sangat penting didalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan. Oleh karena itu untuk menciptakan dan mewujudkan kepuasan pelanggan harus ditunjang dari berbagai aspek dan dari berbagai divisi yang ada dalam perusahaan maupun luar perusahaan. Kepuasan pelanggan yang diberikan secara maksimal akan membuat pelanggan tetap loyal dan setia juga akan menjadikan perusahaan tetap survive dan akan menghasilkan laba yang berkesinambungan.

Dalam peningkatan strategi "Customer Satisfaction" PT. Kharisma Anugerah Pandawa menerapkan sistem total quality service atau TQS yang dirasakan sangat efektif, karena selain memberikan keuntungan kepada kedua belah pihak juga terjalinnya hubungan mitra antara perusahaan dengan para pelangganya. Dan sistem itulah yang menjadikan PT. Kharisma Anugerah Pandawa bisa terus mempertahankan para pelanggannya, walaupun situasi sekarang ini sangat sulit.