STRATEGI MEMPERTAHANKAN PELANGGAN MELALUI PENETAPAN HARGA DAN PROMOSI DI PT. KARYABUDY EKATAMA BANDUNG

TUGAS AKHIR

PROGRAM DIPLOMA III
JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN

PERPUSTAKAAN UNIKOM BANDUNG

Oleh

SUNI RESMIA DEWI
NIM : 32397015

INDONESIAN GERMANY ISTITUTE
BANDUNG
2000

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI MEMPERTAHANKAN PELANGGAN MELALUI PENETAPAN HARGA DAN PROMOSI DI PT. KARYABUDY EKATAMA BANDUNG

TUGAS AKHIR

OLEH:

SUNI RESMIA DEWI

NIM : M 32397015

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

(Drs. Yusman Bachrunsyah. MM)

Mengetahui,

Ketua Jurusan	Ketua IGI
(Ahmad Iskandar Z . SE . MBA)	(Ir. Eddy Suryanto Soegoto. MSc)

STRATEGI MEMPERTAHANKAN PELANGGAN MELALUI PENETAPAN HARGA DAN PROMOSI DI PT. KARYABUDY EKATAMA BANDUNG

Tugas Akhir
Ini Telah Disetujui Oleh :

Mengetahui,
Direktur

Ir. Rahman Zakaria

Menyetujui,

Ka. Bidang General Affair	Pembimbing
IWAN R MA'RUF	**SUMISDAM**

PT. KARYABUDY EKATAMA
RUBBER INDUSTRIES
BANDUNG - INDONESIA

Dosa terbesar adalah rasa takut
Rekreasi terbesar adalah bekerja
Kesalahan terbesar adalah putus asa
Keberania terbesar adalah sabar
Guru terbaik adalah pengalaman

Rahasia paling berarti adalah mati
Kebanggaan terbesar adalah kepercayaan
Keuntungan terbesar adalah anak shaleh
Pemberian terbaik adalah partisipasi
Modal terbaik adalah percaya diri
(Ali R.A)

Kupersembahkan Tugas Akhir ini
kepada Mama & Bapa tercinta,
Bang Iyan, Tala, Ferry & A' Islan
tersayang yang selalu memberikan
bantuan serta do'a

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan nikmat serta karunia-Nya, serta telah memberikan kekuatan pada penulis, sehingga akhirnya Tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan sebagaimana mestinya.

Penulis menyadari sepenuhnya betul, bahwa penulisan Tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan kekurangan, keterbatasan dan kemampuan serta ilmu pengetahuan yang dimiliki penulis. Untuk kemajuan yang dimiliki penulis dan perbaikan dimasa yang akan datang, maka penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran dari semua pihak.

Bersama dengan ini, penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa dengan terselesaikannya penyusunan Tugas akhir ini, tidak terlepas dari banyak pihak atas dorongan, bantuan yang diberikan untuk memperlancar penulisan ini, dan untuk semua itu penulis merasa berhutang budi. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada yang terhormat :

1. Bapak Ir. Eddy Suryanto Soegoto, M.Sc. selaku Direktur IGI.
2. Bapak Ahmad Iskandar Z, SE., MBA. selaku Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran IGI.
3. Bapak Drs. Yusman Bachrunsyah, MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran sehingga terselesaikannya tugas akhir ini.
4. Bapak Ir. H. Rahman Zakaria selaku Direktur PT. Karyabudy Ekatama Bandung, terima kasih atas waktu dan kesempatan yang diberikan kepada penulis untuk penelitian tugas akhir.

5. Bapak Iwan R Marut, selaku Kepala Bidang Personalia PT. Karyabudy Ekatama Bandung.
6. Bapak Sumisdam, selaku Kepala Bidang Administrasi, Penjualan dan Customer Service PT. Karyabudy Ekatama Bandung.
7. Ibu Elia Nuraini, selaku Staf Administrasi, Penjualan dan Customer Service yang telah membantu penulis dalam mendapatkan data-data dari Perusahaan.
8. Seluruh staf PT. Karyabudy Ekatama Bandung terima kasih atas kerja samanya.
9. Mama dan Bapa tercinta yang tidak pernah berhenti memberikan do'a, dorongan baik materil maupun spiritual untuk kesuksesan dan keberhasilan penulis menimba ilmu.
10. Bang Iyan, Tala, Ferry yang selalu kusayangi dan kucintai
11. A' Islan yang kusayangi yang telah membantu selama ini dalam penulisan tugas akhir.
12. Keluarga H. Hamdhi Anwar yang kuhormati, terima kasih atas dukungan do'a dan materilnya.
13. A' Dedi makasih atas dukungannya, juga motornya.
14. Teman-teman satu kelas terima kasih atas jalinan kebersamaannya yang tidak akan pernah terlupakan.
15. Susan makasih ya buat dukungan materilnya, lumayan buat nambahin nge-print.
16. Anak-anak D'41 Manajeman yang konyol tapi baik, makasih atas hiburannya. O'ya Cucu, Hery dan Lukman makasih komputernya.

17. Semua pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Harapan penulis, mudah-mudahan tugas akhir ini akan bermanfaat dan besar faedahnya bagi penulis khususnya bagi pembaca laporan tugas akhir pada umumnya.

Bandung, Agustus 2000

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	I
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
ABSTRAKSI	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Maksud dan Tujuan	2
1.3 Metodologi Penulisan	3
1.4 Pembatasan Masalah	3
1.5 Sistematika Pembahasan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	5
2.1.1 Pengertian Strategi Pemasaran	9
2.1.2 Konsep Dasar Kegiatan Pemasaran	20
2.1.3 Tujuan Pemasaran	22
2.2 Pengertian Pelanggan	22
2.2.1 Perlunya Mempertahankan Pelanggan	24
2.2.2 Mempertahankan Pelanggan Melalui Penetapan Harga	25
2.2.3 Mempertahankan Pelanggan Melalui Promosi	27

PERPUSTAKAAN UNIKOM BANDUNG

BAB III DATA HASIL PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum 30

3.1.1 Sejarah PT.KARYABUDY EKATAMA 30

3.1.2 Struktur Organisasi 32

3.1.3 Kegiatan Usaha 34

3.1.4 Job Description 35

3.2 Gambaran Khusus 39

3.2.1 Produk yang dipoasarkan 39

3.2.2 Penetapan Harga..... 40

3.2.3 Promosi 42

BAB IV ANALISA HASIL PENELITIAN

4.1 Analisa Strategi mempertahankan Pelanggan Melalui Penetapan Harga 44

4.2 Analisa Strategi Mempertahankan Pelanggan Melalui Promosi 48

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 51

5.2 Saran 52

DAFTAR PUSTAKA x

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Halaman

1. Hakikat Pemasaran 5

2. Manajemen Pemasaran 7

3. Konsep Dasar Pemasaran 20

4 Tahapan Untuk Menentukan Harga-harga 44

DAFTAR TABEL

		Halaman
1.	Sepuluh prinsip mengenai Pelanggan	23
2.	Kalkulasi harga	-

ABSTRAKSI

Penelitian ini mengenai Strategi Mempertahankan Pelanggan. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana keefektivitasan penetapan harga dan promosi yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan pelanggan. Pelanggan memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap volume penjualan produk yang dihasilkan perusahaan, karena pelangganlah yang akan menggunakan atau membeli produk.

Penetapan harga dan promosi bagi perusahaan penting, karena produk apapun yang akan ditawarkan tanpa memberikan harga yang pas dengan kualitas dan mutu produk adalah tidak berharga dimata pelanggan. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk melihat sejauhmana penetapan harga dan promosi yang ada pada perusahaan dapat digunakan untuk mempertahankan pelanggan perusahaan tersebut.

Perusahaan melakukan penetapan harga dan promosi sesuai dengan yang apa yang dibutuhkan pelanggan, promosi dilakukan untuk mencari perhatian pelanggan agar terpusat pada produk dari perusahaan bukan dari produk pesaing. Hal ini dilakukan agar keuntungan perusahaan bertambah dan makin terkenalnya produk yang dipasarkan perusahaan.

Berdasarkan hasil penganalisaan penulis terhadap penetapan harga yang dilakukan perusahaan, penulis memperhatikan kalau perusahaan menggunakan metode penetapan harga berbasis permintaan. Oleh karena itu penulis membuat analisa penetapan harga dilakukan dengan tahapan-tahapan menentukan harga tersebut diantaranya mengembangkan sasaran harga yang cocok sesuai dengan sasaran pemasaran, melihat permintaan terhadap produk dan menganalisa harga-

harga pesaing dan melakukan metode untuk mengkalkulasikan harga untuk produk yang kemudian melihat kekuatan-kekuatan *lingkungan pemahaman* tentang pendekatan sistematika menentukan harga.

Sedangkan promosi yang dilakukan perusahaan adalah promosi penjualan serta dengan pameran-pameran, kunjungan-kunjungan dan iklan di yellow pages. Upaya untuk melakukan promosi, penulis menyarankan promosi penjualan lebih ditingkatkan lagi agar selain mempertahankan pelanggan perusahaan dapat menarik perhatian pelanggan baru untuk tetap bertahan pada produk dari perusahaan.