



IBIK

Memahami Konsep Proses Hubungan Pelanggan

Dr. Adil Fadillah, SE., MM.



Proses Hubungan Pelanggan

- Hubungan Pelanggan
- Kualitas
- Mengapa kita perlu membina Hubungan Pelanggan

Agenda

01

Hubungan Pelanggan

02

Kualitas hubungan

03

Mengapa perusahaan membina hubungan dengan konsumen dan pemasok

04

Kepuasan pelanggan, loyalitas dan kinerja bisnis

05

Satisfaction-profit chain





Hubungan Pelanggan

Hubungan

Sebuah hubungan terdiri dari rangkaian episode interaktif antara pihak-pihak terkait dari waktu ke waktu.

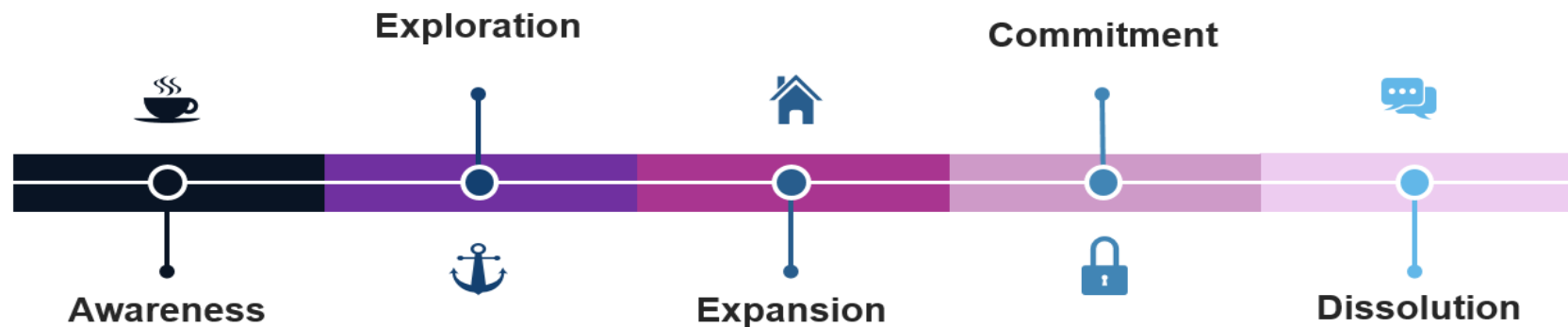
https://youtu.be/9d_22U8OW2I



Hubungan Pelanggan

Perubahan dalam hubungan konsumen-pemasok

Fase umum hubungan pelanggan-pemasok (Dwyer):





Hubungan Pelanggan

Diskusi

Menurut Saudara, hal apa yang harus menjadi perhatian dalam membina hubungan dengan pelanggan?

https://youtu.be/9d_22U8OW2I





Hubungan Pelanggan

ATRIBUT HUBUNGAN

Trust

Commitment

Kebajikan, kejujuran, kompetensi



**Kualitas
Hubungan**

Kepercayaan

Komitmen

Kepuasan hubungan

Tujuan bersama

Norma kerja sama



**Mengapa
perusahaan
membina
hubungan
dengan
konsumen
dan pemasok**

→ Alasan EKONOMI

Perusahaan akan memperoleh profit yang lebih baik bila dapat mengelola basis pelanggan untuk mengidentifikasi, memperoleh, memuaskan dan mempertahankan pelanggan yang menguntungkan.



**Mengapa
perusahaan
membina
hubungan
dengan
konsumen
dan pemasok**

Perjalanan seorang konsumen

| | |
|---------------------|--|
| Suspect | Does the potential customer fit your target market profile? |
| Prospect | The customer fits the target market profile and is being approached for the first time. |
| First-time customer | The customer makes a first purchase. |
| Repeat customer | The customer makes additional purchases. Your offer plays a minor role in the customer's portfolio. |
| Majority customer | The customer selects your company as supplier of choice. You occupy a significant place in the customer's portfolio. |
| Loyal customer | The customer is resistant to switching suppliers, and has a strong positive attitude to your company or offer. |
| Advocate | The customer generates additional referral dollars through positive word-of-mouth. |



**Mengapa
perusahaan
membina
hubungan
dengan
konsumen
dan pemasok**

Perusahaan - Konsumen

Mengelola retensi

- Mengurangi biaya pemasaran
- Meningkatkan wawasan pelanggan

**Mengapa perusahaan memilih tidak berhubungan
dengan konsumen**

- *Loss of control*
- *Exit costs*
- *Resource commitment*
- *Opportunity costs*



**Mengapa
perusahaan
membina
hubungan
dengan
konsumen
dan pemasok**

Konsumen - Pemasok

Mengurangi resiko.

Kemungkinan Resiko tinggi

- *Product complexity*
- *Product strategic significance*
- *Service requirements*
- *Purchase cost*
- *Reciprocity*



Mengapa perusahaan membina hubungan dengan konsumen dan pemasok

Konsumen - Pemasok

- *Kompleksitas produk (Product complexity)*
- *Signifikansi strategi produk (Product strategic significance)*
- *Persyaratan layanan (Service requirements)*
- *Biaya pembelian (Purchase cost)*
- *Timbal balik (Reciprocity)*
- *Pengakuan (Recognition)*
- *Personalisasi (Personalization)*
- *Kekuasaan (Power)*
- *Status*
- *Afiliasi (Affiliation)*

Mengapa konsumen memilih tidak berhubungan dengan pemasok

- *Takut terhadap ketergantungan (Fear of dependency)*
- *Kurangnya nilai yang dirasakan dalam suatu hubungan (Lack of perceived value in the relationship)*
- *Kurangnya kepercayaan terhadap pemasok (Lack of confidence in the supplier)*
- *Pelanggan tidak memiliki orientasi relasional (Customer lacks relational orientation)*
- *Perubahan teknologi yang cepat (Rapid technological changes)*



Kepuasan pelanggan, loyalitas dan kinerja bisnis

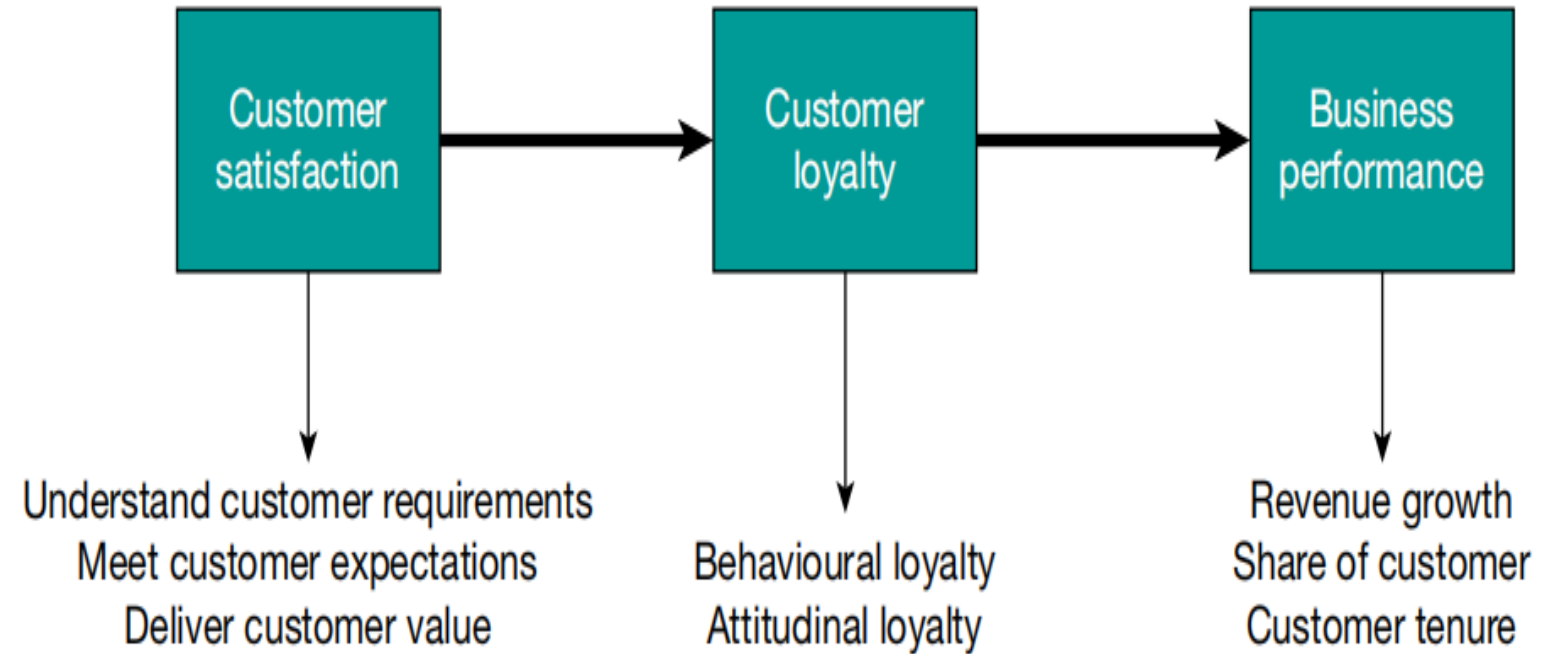


Figure 2.1 The satisfaction-profit chain



Satisfaction-profit chain

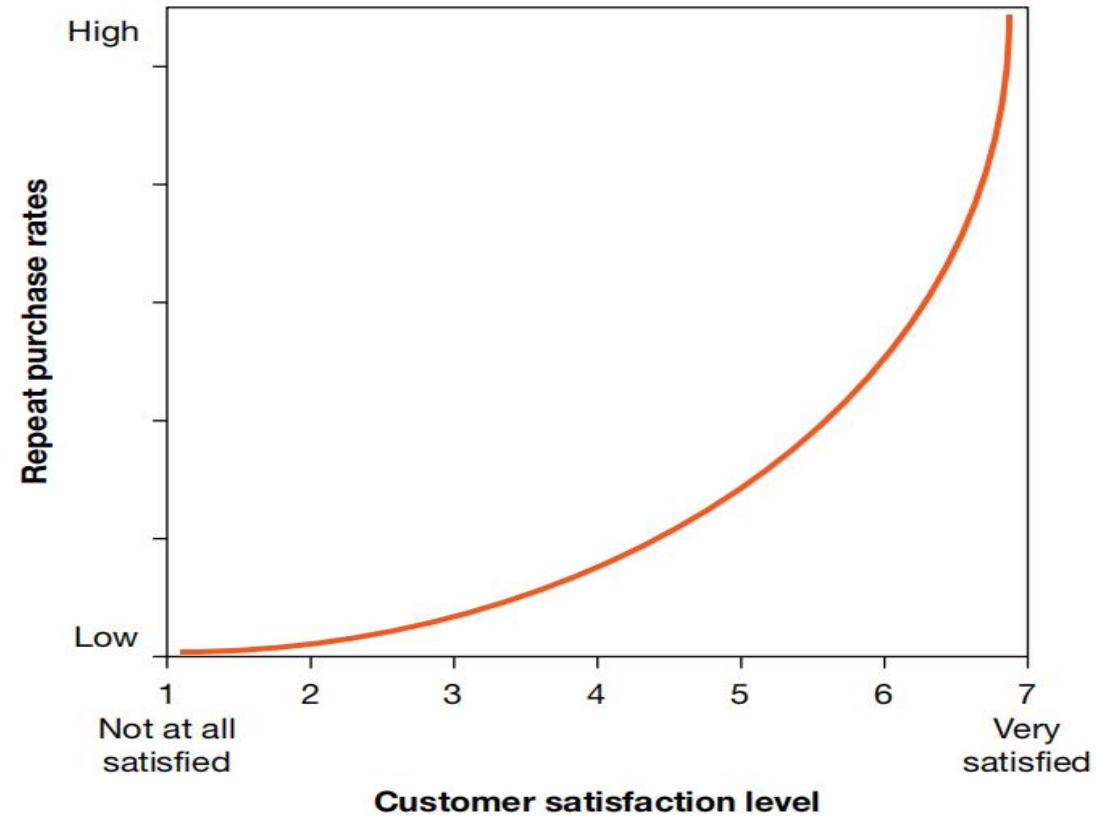


Figure 2.5 Non-linear relationship between customer satisfaction and repeat purchase



Satisfaction- profit chain

<https://youtu.be/2lXh2n0aPyw>



IBIK

TERIMA KASIH

Manajemen Hubungan Pelanggan