

Bab 3

Membangun Kepuasan, Nilai, dan Upaya Mempertahankan Konsumen

Tujuan

- **Memahami bagaimana perusahaan menyampaikan nilai dan kepuasan konsumen.**
- **Identifikasi faktor-faktor yang meningkatkan kinerja bisnis.**
- **Memahami bagaimana perusahaan menarik dan mempertahankan konsumen.**

Tujuan

- **Memahami bagaimana perusahaan dapat meningkatkan keuntungan konsumen dan perusahaan.**
- **Memahami bagaimana perusahaan dapat menyampaikan kualitas.**

Nilai Konsumen

- Konsumen memaksimalkan nilai dengan cara:
 - *mengestimasi penawaran mana (produk/perusahaan) yang menyampaikan nilai paling baik*
 - *membentuk harapan atas nilai dan melakukan tindakan atas harapan tersebut (pembelian)*
 - *mengevaluasi hasil yang diterima dengan harapannya*
- Kepuasan terjadi pada saat harapan terpenuhi atau melebihi dari yang diharapkan

Persepsi Nilai Konsumen

- Persepsi atas nilai yang disampaikan merupakan fungsi dari:
 - *Total biaya konsumen*
 - *Total nilai konsumen*
- Perusahaan yang berada dalam posisi tidak menguntungkan harus:
 - *mengurangi persepsi biaya atau meningkatkan persepsi nilai*

Kepuasan Konsumen

- ***Kepuasan didefinisikan sebagai “perasaan senang atau kecewa dari seseorang setelah membandingkan kinerja yang dipersepsikan dari suatu produk (atau hasil) terhadap harapannya.”***

Kepuasan Konsumen

- Untuk memaksimalkan kepuasan
 - *Tidak melebihi kemampuan produk/pelayanan dalam iklan atau bentuk komunikasi lainnya*
 - Akan menghasilkan ketidakpuasan
 - *Tidak menetapkan harapan terlalu rendah*
 - Pangsa pasar akan terbatas

Usaha Berkinerja Tinggi

Kunci Keberhasilan

- *Pihak Berkepentingan*
 - *Proses*
 - *Sumber daya*
 - *Organisasi*
- Identifikasi beberapa pihak berkepentingan dalam universitas anda?
 - Dapatkah terjadi konflik kebutuhan antar pihak-pihak tersebut?

Usaha Berkinerja Tinggi

Kunci Keberhasilan

- *Pihak berkepentingan*
- *Proses*
- *Sumber daya*
- *Organisasi*
- Pengembangan produk baru
- Penarikan dan pemeliharaan konsumen
- Pemenuhan pesanan
- Memperbaiki arus kerja
- Membentuk tim fungsi silang

Usaha Berkinerja Tinggi

Kunci Keberhasilan

- *Pihak berkepentingan*
 - *Proses*
 - *Sumberdaya*
 - *Organisasi*
- *sumberdaya* meliputi tenaga kerja, bahan baku, mesin, energi, dan informasi
 - Melakukan sub-kontrak vs. kepemilikan: memiliki dan memelihara keunggulan daya saing

Usaha Berkinerja Tinggi

Kunci keberhasilan

- *Pihak berkepentingan*
 - *Proses*
 - *Sumberdaya*
 - *Organisasi*
- *Organisasi* mengacu pada kebijakan, struktur, dan budaya perusahaan
 - *Budaya perusahaan:* pengalaman, sejarah, prinsip, dan norma dalam organisasi

Praktik Bisnis Inti

- **Pemilihan pasar**
- **Akuisisi konsumen**
- **Manajemen Hubungan Konsumen**
- **Manajemen Kepuasan Konsumen**
- **Realisasi Penawaran Baru**

Pemeliharaan Konsumen

- **Penurunan kesalahan sangat dibutuhkan**
 - *Definisikan dan ukur tingkat pemeliharaan konsumen*
 - *Identifikasi penyebab kesalahan*
 - *Estimasikan laba yang hilang akibat ketidaksempurnaan produk (nilai konsumen jangka panjang)*
 - *Estimasikan biaya untuk mengurangi kesalahan; ambil tindakan perbaikan*

Pemicu Ekuitas Konsumen

- **Ekuitas merek**
- **Ekuitas hubungan**
- **Ekuitas nilai**

Ikatan Kuat dengan Konsumen

Kunci Keberhasilan

- *Menambah manfaat finansial*
 - *Menambah manfaat sosial*
 - *Memperkuat ikatan struktural*
- **Program pemasaran frekuensi**
 - **Program keanggotaan klub**

Ikatan Kuat dengan Konsumen

Kunci Keberhasilan

- *Menambah manfaat finansial*
 - *Menambah manfaat sosial*
 - *Memperkuat ikatan struktural*
- **Membangun hubungan dengan konsumen secara lebih pribadi**

Ikatan Kuat dengan Konsumen

Kunci keberhasilan

- *Menambah manfaat finansial*
 - *Menambah manfaat sosial*
 - *Memperkuat ikatan struktural*
- Membuat kontrak jangka panjang
 - Tidak membebankan harga tinggi untuk menjaga pembelian yang berkelanjutan
 - Memberikan pelayanan jangka panjang

Aturan 20 – 80 – 30

20 20% konsumen perusahaan

80 menghasilkan 80% laba

30 separuh laba digunakan
untuk melayani 30%
konsumen perusahaan