Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

Rhenny Sutyanti (44306110040)

"PELAKSANAAN CUSTOMER RETENTION MARKETING (CRM) JASA PENGIRMAN FEDEX JAKARTA SELATAN DALAM MEMPERTAHANKAN PELANGGAN TAHUN 2008"

i – xi + 83 halaman, lampiran, daftar riwayat hidup

Bibliografi: 26 acuan (1955-2007)

ABSTRAKSI

Pelanggan merupakan aspek yang paling penting dari sebuah bisnis. Mereka memiliki kedudukan penting bagi kelangsungan usaha suatu perusahaan. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan sangat tergantung pada kemampuan perusahaan memuaskan pelanggan dan pada akhirnya dapat mempertahankan para pelanggan potensialnya. FedEx Indonesia adalah perusahaan yang begerak di bidang jasa pengiriman. Sebagai perusahaan jasa, menjalin hubungan dengan pelanggan sangat penting. Karena segala kegiatan yang dilakukan perusahaan berorientasi pada pelanggan. Berkaitan dalam menghadapi persaingan di bidang jasa pengiriman yang ketat saat ini, FedEx perlu melaksanakan strategi Customer Retention Marketing (CRM) untuk mempertahankan pelanggannya. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan Cutomer Retention Marketing di FedEx Indonesia dalam mempertahankan pelanggan khususnya di daerah Jakarta Selatan yang mempunyai karakteristik di masing-masing daerahnya.

Konseptual pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep IDIC yang diperkenalkan oleh Don Peppers dan Martha Rogers dalam bukunya one to one marketing.

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dan sifat penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dimana tehnik pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Penulis menyajikan gambaran maupun uraian mengenai pelaksanaan strategi Customer Retention Marketing sebagaimana adanya yang didapatkan dari lokasi penelitian.

Hasil penelitian ini membahas pelaksanaan Customer Retention Marketing di FedEx Indonesia. Guna untuk mempertahankan pelanggan FedEx maka FedEx melaksanakan Customer Retention Marketing dalam bentuk sebuah program retensi yang disebut service Fedex International Economy. Di dalam service International Economy tersebut FedEx melakukan berbagai upaya retensi pelanggan, antara lain menciptakan efesiensi biaya yang dimiliki pelanggan menjadi hemat.