

Pengelolaan profitabilitas pelanggan melalui customer lifetime value (CLV) pada perusahaan peternakan ayam petelur = Managing customer profitability through customer lifetime value (VLV) on layer poultry company

Margaretha Meiliana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20389313&lokasi=lokal>

Abstrak

Semakin ketatnya persaingan bisnis dalam industri peternakan ayam ras petelur (layer) memberikan dampak terhadap profitabilitas perusahaan. Perusahaan seringkali berupaya meningkatkan loyalitas pelanggan untuk memaksimalkan profitabilitas. Penelitian ini bertujuan membantu PT X mengelola hubungan loyalitas dan profitabilitas pelanggan dengan pendekatan Customer Lifetime Value (CLV). Metode yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini adalah metode deskriptif dengan data primer dan sekunder.

Hasil penelitian memperlihatkan tidak terdapat keterkaitan antara loyalitas dan profitabilitas. Implementasi CLV memberikan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengalokasikan sumber daya pemasaran untuk mengelola loyalitas dan meningkatkan profitabilitas pelanggan. Selanjutnya, penelitian ini menyarankan PT X meningkatkan komunikasi dan pelayanan, menetapkan jumlah pesanan minimum sesuai jarak pengiriman, membuat program loyalitas pelanggan, dan melakukan penyusunan laporan profitabilitas pelanggan serta pengukuran CLV.

.....Increasing business competition in the layer poultry industry has an impact on the company's profitability. Company often tries to increase customer loyalty in order to maximize profitability. The research aims to help PT X manage the relationship between loyalty and profitability by using the Customer Lifetime Value approach (CLV). This qualitative research uses descriptive method, with primary and secondary data.

The result shows there is no relationship between loyalty and profitability. CLV implementation provides consideration for company in allocating marketing resources to manage loyalty and increase profitability. Furthermore, this research provide suggestions to PT X to improve its communication and services, set minimum order quantities according to the delivery distance, and create customer loyalty programs, customer's profitability report annually as well as the CLV measurement.