

Penerapan metode customer lifetime value dan customer profitability analysis dalam menganalisa customer profitability pada perusahaan distribusi farmasi = Application of customer lifetime value and customer profitability analysis methods in analyzing customer profitability in pharmaceutical distribution company

Ammar Nashir, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20503322&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan metode Customer Profitability Analysis dan Customer Lifetime Value dalam pengelolaan pelayanan terhadap pelanggan. Penentuan pelayanan terhadap pelanggan dilakukan dengan mengklasifikasikan pelanggan menjadi beberapa kategori yang didasarkan pada nilai Customer Profitability Analysis dan Customer Lifetime Value yang dimiliki oleh setiap pelanggan. Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus dengan menggali fenomena pada satu unit analisis yaitu salah satu kantor cabang PT. X di Provinsi Lampung yang bergerak pada industri farmasi. Data yang diolah pada penelitian ini merupakan data primer yang didapatkan langsung dari bagian akuntansi dan bagian administrasi penjualan kantor cabang serta data sekunder yang didapatkan dari media online baik itu yang berasal dari institusi pemerintahan maupun swasta. Penelitian ini menggunakan purposive sampling yang didasarkan pada pendekatan pareto, yakni 20% dari total pelanggan atau sejumlah 193 pelanggan dan 20% dari total merek produk atau sejumlah 348 produk yang memberikan pendapatan tertinggi bagi kantor cabang pada tahun 2018. Penelitian ini menghasilkan gambaran mengenai perbedaan klasifikasi pelanggan atas hasil perhitungan Customer Profitability ketika diukur menggunakan metode Customer Profitability Analysis serta Customer Lifetime Value, dan memberikan dasar atas pengambilan keputusan yang dilakukan oleh manajemen terkait pengelolaan pelanggan yang berupa klasifikasi pelanggan yang terbagi menjadi empat kategori, yakni High value customer, declining customer, growing customer, dan Low value customer.

.....This study aims to analyze the application of Customer Profitability Analysis and Customer Lifetime Value methods in managing Customer Relationship Management. Customer service determined by classifying customers into several categories based on the value of Customer Profitability Analysis and Customer Lifetime Value that is owned by each customer. This research is a case study research by exploring the phenomenon in one unit of analysis, which is one of the branch offices of PT. X in Lampung Province which is engaged in the pharmaceutical industry. The data processed in this study is primary data obtained directly from the accounting department and the branch office sales administration as well as secondary data obtained from online media both from government and private institutions. This study uses purposive sampling which is based on the Pareto approach, which is 20% of total customers or 193 customers and 20% of total product brands or a number of 348 products that provide the highest revenue for branch offices in 2018. This study provides an overview of the classification differences customers on the results of the calculation of Customer Profitability when measured using the Customer Profitability Analysis method and Customer Lifetime Value, and provide the basis for decision making by management related to customer management in the form of customer classification which is divided into four categories, namely High value customers, declining customers, growing customer, and Low value customer.