

LAPORAN JOBSHEET
Retensi Pelanggan
MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN



Dosen Pengampu:

Dhebys Suryani, S.Kom., MT

Disusun Oleh:

Fida Cahya Sasmita

2241760001

PRODI D-IV SISTEM INFORMASI BISNIS
JURUSAN TEKNOLOGI INFORMASI
POLITEKNIK NEGERI MALANG
TAHUN 2025/2026

1. Analisis Retensi: Pilih sebuah perusahaan dan analisis strategi retensi pelanggan mereka.

Jawab :

Bisnis Jastip Go

- Bisnis jastip makanan dari Malang kota ke Ngantang (Kabupaten Malang)
- Biaya jasa Rp5.000/item
- Buka setiap hari
- Jumlah pelanggan harian: 1-5 orang
- Opsi layanan: COD / Pengantaran dengan biaya tambahan
- Metode pembayaran fleksibel: cash atau transfer

Analisis Kekuatan dan Kelemahan Retensi

Kekuatan:

- Fleksibilitas dalam metode pembayaran dan pengantaran
- Layanan yang menjembatani kebutuhan makanan kota untuk masyarakat di Ngantang
- Harga yang terjangkau dan konsisten (Rp5.000/item)
- Layanan personal yang memungkinkan koneksi dengan pelanggan

Kelemahan:

- Jumlah pelanggan masih terbatas (1-5 per hari)
- Belum ada sistem pelacakan pelanggan yang jelas
- Belum ada program loyalitas untuk mempertahankan pelanggan
- Kemungkinan layanan yang belum terdiferensiasi dari kompetitor

Kesimpulan Analisis: Bisnis Jastip Go memiliki basis pelanggan yang masih kecil tetapi potensial. Strategi retensi saat ini tampaknya mengandalkan kebutuhan pelanggan dan fleksibilitas layanan, namun belum memiliki program retensi yang terstruktur. Pelanggan kemungkinan bertahan karena kebutuhan akan makanan dari kota dan kemudahan layanan yang ditawarkan.

2. Strategi Pengembangan: Buat strategi retensi pelanggan untuk perusahaan tersebut.

Jawab :

1. Program Loyalitas Sederhana

- Kartu Stempel Digital/Fisik: Setiap 10 kali penggunaan jasa, pelanggan mendapatkan 1 kali jastip gratis
- Tier Loyalitas:
 - Regular: 1-5 jastip per bulan
 - Silver: 6-10 jastip per bulan (gratis ongkir 1x)
 - Gold: >10 jastip per bulan (gratis ongkir 3x)

2. Personalisasi Layanan

- Catat preferensi makanan pelanggan setia
- Buat grup WhatsApp untuk update menu favorit dari restoran langganannya mereka
- Tawarkan rekomendasi makanan baru berdasarkan pesanan sebelumnya

3. Layanan Premium untuk Pelanggan Setia

- Prioritas pengantaran untuk pelanggan reguler
- Ops pre-order untuk makanan yang sering habis
- Layanan "jaga tempat" untuk antrean di restoran populer

4. Komunikasi Proaktif

- Buat database sederhana pelanggan (nama, kontak, pesanan favorit)
- Kirim pesan ucapan terima kasih setelah pelanggan menggunakan jasa 5x
- Informasikan promo atau menu baru dari restoran favorit mereka

5. Perluasan Layanan

- Tambahkan opsi langganan mingguan/bulanan dengan diskon
- Sediakan layanan khusus untuk acara (rapat, arisan, syukuran)
- Buat paket bundling untuk keluarga/kelompok

3. Pengukuran Kinerja: Tentukan KPI untuk mengukur keberhasilan program retensi pelanggan.

1. Tingkat Retensi Pelanggan

- Cara mengukur: $\text{Jumlah pelanggan berulang} \div \text{Total pelanggan} \times 100\%$
- Target: Minimal 60% pelanggan adalah pelanggan berulang
- Contoh penerapan: Dari 20 pelanggan dalam seminggu, minimal 12 orang adalah pelanggan yang pernah menggunakan jasa sebelumnya

2. Frekuensi Pembelian

- Cara mengukur: Rata-rata jumlah pesanan per pelanggan per bulan
- Target: Meningkatkan rata-rata frekuensi dari 2x menjadi 4x per bulan
- Contoh penerapan: Jika pelanggan A biasanya memesan 2x sebulan, dengan program loyalitas diharapkan meningkat menjadi 4x sebulan

3. Customer Lifetime Value (CLV)

- Cara mengukur: $(\text{Rata-rata nilai pesanan} \times \text{Frekuensi pesanan} \times \text{Durasi hubungan}) - \text{Biaya akuisisi}$
- Target: Meningkatkan CLV sebesar 25% dalam 6 bulan
- Contoh penerapan:
 - Pelanggan rata-rata memesan 2 item (Rp10.000) 2x sebulan selama 12 bulan = Rp480.000
 - Target CLV meningkat menjadi Rp600.000 dalam 6 bulan

4. Net Promoter Score (NPS)

- Cara mengukur: Survey singkat "Seberapa besar kemungkinan Anda merekomendasikan Jastip Go ke teman?" (skala 0-10)
- Target: Skor NPS minimal 7
- Contoh penerapan: Kirim survey via WhatsApp setiap 3 bulan untuk mengukur kepuasan dan keinginan merekomendasikan

5. Tingkat Respons Promo

- Cara mengukur: $\text{Jumlah pelanggan yang memanfaatkan promo} \div \text{Jumlah penerima informasi promo} \times 100\%$
- Target: Minimal 30% pelanggan merespons promo
- Contoh penerapan: Jika ada promo "Gratis jastip untuk pemesanan min. 3 item" dan diinformasikan ke 50 pelanggan, minimal 15 pelanggan memanfaatkan promo tersebut

6. Persentase Kenaikan Nilai Pesanan

- Cara mengukur: $(\text{Nilai pesanan bulan ini} - \text{Nilai pesanan bulan lalu}) \div \text{Nilai pesanan bulan lalu} \times 100\%$
- Target: Peningkatan 10% per bulan
- Contoh penerapan: Jika bulan lalu total nilai pesanan Rp2.000.000, bulan ini targetnya Rp2.200.000

7. Tingkat Penyelesaian Komplain

- Cara mengukur: $\text{Jumlah komplain yang diselesaikan} \div \text{Total komplain} \times 100\%$
- Target: 100% komplain diselesaikan dalam 24 jam
- Contoh penerapan: Jika ada komplain makanan tidak sesuai pesanan, berikan kompensasi jastip gratis untuk pesanan berikutnya

Dengan mengimplementasikan strategi ini dan mengukur KPI secara konsisten, Jastip Go dapat meningkatkan retensi pelanggan, memperluas basis pelanggan, dan meningkatkan keuntungan bisnis secara keseluruhan.