

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis profitabilitas pelanggan dalam rangka meningkatkan pengelolaan hubungan pelanggan di Taru Martani Coffee & Resto 1918 Yogyakarta. Peningkatan pelanggan di kafe ini perlu dikelola hubungannya karena pelanggan merupakan pemegang kendali bisnis. Penerapan pengelolaan hubungan pelanggan dapat berjalan efektif apabila manajemen tahu siapa pelanggan mereka dan bagaimana perilaku mereka. Untuk mengetahui pelanggan di Taru Martani Coffee & Resto diperlukan analisis profitabilitas pelanggan dengan menggunakan metrik keuangan, yaitu margin kontribusi. Analisis profitabilitas pelanggan dapat membantu kafe dalam mengelompokkan pelanggan. Pembuatan strategi pengelolaan hubungan pelanggan ini akan disesuaikan berdasarkan analisis profitabilitas pelanggan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus pada Taru Martani Coffee & Resto 1918. Metode pengumpulan data yang digunakan, yaitu wawancara, kuesioner, observasi, dan dokumen pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Taru Martani Coffee & Resto 1918 belum mengukur nilai pelanggan dan (2) penerapan pengelolaan hubungan pelanggan di kafe ini belum dilakukan secara optimal. Oleh karena itu, peneliti mengukur nilai pelanggan dengan menggunakan perhitungan profitabilitas pelanggan. Berdasarkan hasil profitabilitas pelanggan, peneliti mengelompokkan pelanggan menjadi tiga pelanggan, yaitu (1) VIP A, (2) VIP B, dan (3) VVIP A.

**Kata kunci:** *customer relationship management*; profitabilitas pelanggan; perilaku pelanggan

## **ABSTRAK**

This study aims to analyze customer profitability to improve customer relationship management at Taru Martani Coffee & Resto 1918 Yogyakarta. The increase in customers in this cafe needs to be managed in a relationship because the customer is in control of the business. The implementation of customer relationship management can be effective if management knows who their customers are and how they behave. To know Taru Martani Coffee and Resto 1918 customers better, it is necessary to analyze customer profitability using financial metrics, namely contribution margin. Customer profitability analysis can help cafes in classifying customers. Setting up a customer relationship management strategy will be adjusted based on customer profitability analysis. This is qualitative research using a case study approach at Taru Martani Coffee & Resto 1918. The data collection methods used are interviews, questionnaires, observations, and supporting documents. The results show that (1) Taru Martani Coffee & Resto 1918 has not yet measured customer value and (2) the implementation of customer relationship management in this café has not been carried out optimally. Therefore, researchers conducted customer value measurement by using customer profitability calculations. Based on the results of customer profitability calculations, researchers group customers into three types, namely (1) VIP A, (2) VIP B, and (3) VVIP A.

Keywords: customer relationship management; customer profitability; customer behavior



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**ANALISIS PROFITABILITAS PELANGGAN UNTUK MENINGKATKAN PENGELOLAAN HUBUNGAN  
PELANGGAN (KASUS TARU  
MARTANI COFFEE & RESTO 1918)**

ZA'IMATUZ ZAHRA, Ertambang Nahartyo, Dr., M.Sc., CMA., Ak., CA.

Universitas Gadjah Mada, 2022 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>