

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis nilai masa hidup pelanggan untuk meningkatkan profitabilitas (studi pada CV Adiprima Jaya). Penelitian ini menggunakan metode studi kasis pada CV Adiprima Jaya yang merupakan perusahaan pengolah singkong menjadi tepung tapioka, yang berencana melakukan ekspor produknya. Jenis data yang digunakan yaitu laporan penjualan dan wawancara pada pihak yang terkait dengan penelitian ini.

Penelitian dilakukan pada dua kelompok, pelanggan personal dan pelanggan perusahaan. Pelanggan personal merupakan pelanggan yang menjual kembali produk tepung yang dihasilkan dalam kemasan yang berbeda, sedangkan pelanggan perusahaan merupakan pelanggan yang menjadikan produk tepung menjadi bahan baku untuk mengolah produk mereka sendiri. Hasil menunjukkan bahwa kelompok perusahaan memiliki nilai masa hidup pelanggan yang lebih baik dibandingkan pelanggan personal berdasarkan perhitungan pada masing-masing kelompok.

Kata Kunci : nilai masa hidup pelanggan, manajemen hubungan pelanggan, studi kasus.

ABSTRACT

This study aims to analyze the lifetime value of customers to increase profitability (study on CV Adiprima Jaya). This study uses the cassis study method at CV Adiprima Jaya, which is a processing company for cassava into tapioca flour, which plans to export its products. The types of data used are sales reports and interviews with parties related to this study.

The study was conducted in two groups, personal customers and company customers. Personal customers are customers who resell flour products produced in different packages, while company customers are customers who make flour products into raw materials for processing their own products. The results show that the group of companies has a better customer lifetime value than personal customers based on calculations in each group.

Keywords : customer lifetime value, customer relationship management, case study