

ABSTRAK SKRIPSI

Menjelang pasar bebas peran pemasaran menjadi semakin penting, mengingat dalam persaingan semua produksi harus memiliki kualitas global yang relatif sama. Maka dari itu para pengusaha harus mampu mengantisipasi dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat. Strategi-strategi pemasaran yang tepat sangat diperlukan agar mampu bersaing di pasar global, tetapi upaya ini harus didukung oleh badan usaha dengan beroperasi secara lebih efisien. Strategi pemasaran yang sering digunakan untuk mengoptimalkan volume penjualan dan laba adalah dengan meningkatkan pelayanan dan usaha-usaha penjualan, perubahan syarat-syarat penjualan dan kebijakan penetapan harga.

Meningkatkan pelayanan merupakan salah satu strategi pemasaran dalam memperoleh pelanggan tetapi kadang-kadang tanpa sadar dalam persaingan yang ketat ini untuk memperoleh pelanggan menyebabkan badan usaha berusaha melayani pelanggan dengan sebaik mungkin, sehingga tanpa disadari menciptakan tambahan aktivitas dan biaya yang sebenarnya tidak diperlukan. Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa tiap kelompok pelanggan mengkonsumsi aktivitas dan sumber daya yang berbeda

Dalam skripsi ini, ruang lingkup analisis profitabilitas hanya dibatasi pada pelanggan-pelanggan kota Surabaya saja. Pelanggan yang ada dikelompokkan menurut karakteristik masing-masing dan analisis profitabilitas diterapkan pada masing-masing kelompok pelanggan tersebut.

Hasil analisis profitabilitas pelanggan yang dilakukan terhadap pelanggan-pelanggan PT. "X" menunjukkan pelanggan jenis grosir merupakan pelanggan yang paling menguntungkan, sebaliknya koperasi merupakan pelanggan yang paling tidak menguntungkan.

Dari hasil ini diharapkan PT. "X" dapat menyusun strategi penjualan dengan lebih baik, sehingga dapat digunakan untuk menunjang perencanaan laba yang telah ditetapkan.