

ABSTRAK

Pada masa krisis ekonomi seperti saat ini, kondisi persaingan semakin ketat. Dengan situasi dan kondisi serta persaingan yang dihadapi oleh perusahaan maka dibutuhkan strategi untuk mempertahankan keberadaan dan eksistensi produknya. Hal ini dapat tercapai dengan jalan meningkatkan kualitas pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan.

PT. X adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa distribusi obat-obatan yaitu mendistribusikan obat-obatan dari produsen hingga ke tangan pelanggan. Pihak manajemen ingin mengetahui daerah mana yang memiliki tingkat kepuasan yang paling rendah terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh PT. X selama. Pada daerah yang tingkat kepuasannya paling rendah akan dilakukan pembukaan cabang baru pada daerah tersebut agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan khususnya *delivery service* dan dapat meng-cover seluruh apotik dan rumah sakit di Surabaya.

Dengan demikian, dibutuhkan suatu penelitian untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan di setiap daerah Surabaya terhadap kualitas pelayanan khususnya *delivery service* PT. X dan juga mengetahui kelemahan PT.X dibandingkan dengan pesaingnya.

Dalam penelitian, untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan di setiap daerah Surabaya maka dilakukan penyebaran kuesioner I. Dari hasil *Cross-tabs* diketahui bahwa daerah Surabaya Barat yang memiliki tingkat kepuasan paling rendah. Selanjutnya, dilakukan uji kelayakan pembukaan cabang Surabaya 2 berdasarkan aspek pasar, aspek teknis, aspek manajemen dan aspek keuangan.

Pada aspek pasar, dilakukan penyebaran kuesioner II untuk mengetahui persentase apotik dan rumah sakit di Surabaya Barat yang belum dijangkau oleh PT. X dan bersedia menjadi pelanggan PT. X Surabaya 2. kemudian dihitung permintaan efektifnya. Pada aspek teknis, dilakukan pemilihan lokasi di daerah Surabaya Barat untuk dibuka cabang baru dan kebutuhan peralatan dan perlengkapan usaha untuk **cabang baru**. **Pada aspek manajemen, ditentukan jumlah tenaga kerja untuk cabang baru** dan struktur organisasinya. Pada aspek keuangan, dibuat laporan rugi laba, aliran kas dan neraca untuk perencanaan selama 5 tahun proyek. Dalam menganalisis permasalahan keuangan digunakan metode BEP, NPV, *Discounted Payback Period* dan IRR. Hasil analisis kelayakan setelah dilakukan perhitungan menunjukkan $IRR = 70.39\%$, jauh lebih besar dari $MARR = 17\%$ dan NPV bernilai positif yaitu sebesar Rp 4.610.346.732,04, sehingga dapat disimpulkan bahwa pembukaan cabang ini layak dilaksanakan. Analisis sensitivitas dilakukan untuk mengetahui berapa maksimal penurunan nilai penjualan dan maksimal kenaikan *cost of sales* agar $NPV = 0$. Penurunan nilai penjualan maksimal adalah 62.08% , sedangkan kenaikan *cost of sales* maksimal adalah 0.0497% .

Setelah diketahui bahwa proyek pembukaan cabang ini layak, maka disusun strategi pemasaran dan *marketing mix* untuk cabang Surabaya 2 dalam memasuki pasar baru dan meningkatkan hasil penjualannya.