

Ujian Tengah Semester 2011/2012

Mata Ajar : Pemasaran Relasional
Pengajar : Bambang Wiharto/Ignatius Heruwasto/Karto Adiwijaya
Hari/Tanggal : Rabu, 28 Maret 2012
Lama : 120 Menit
Sifat : *Open Book* dan Pararel

Petunjuk Pengerjaan Soal:

- Kerjakan 5 (lima) soal saja dari 7 (tujuh) soal dibawah ini
- Jawablah dengan singkat, lugas dan jelas

Soal 1

- a. Uraikan beberapa hal pokok dan penting tentang strategi pemasaran tradisional yang disebut dengan bauran pemasaran (4P)! Apakah 4P masih relevan sebagai strategi pemasaran? Uraikan pendapat Saudara tentang relevansi strategi bauran pemasaran 4P dalam strategi pemasaran yang berbasis teknologi informasi (*data base*, system komunikasi, aplikasi statistik, internet dsbnya)!
- b. Bagaimana pendapat Saudara bila strategi bauran pemasaran 4P digunakan bersama-sama dengan strategi pemasaran relasional (RM)? Bagaimana sebaiknya bila mungkin kedua strategi ini saling mengisi dan melengkapi? Uraikan konsekuensi dan implikasinya bagi perusahaan!

Soal 2

- a. Ada pendapat yang mengatakan bahwa kegiatan pemasaran akan efektif dan efisien serta terbentuknya keunggulan kompetitif bila perusahaan mampu menyusun bauran pemasaran yang tepat untuk pasar sasaran yang dipilih perusahaan. Bagaimana pendapat Saudara tentang hal ini? Jika sependapat mengapa? Jika tidak sependapat mengapa?
- b. Perencanaan merupakan salah satu bagian penting dari proses manajemen. Penerapan strategi RM juga memerlukan perencanaan yang tepat dan dilakukan secara hati-hati. Hal-hal apa saja yang perlu Saudara perhatikan dan pertimbangkan dalam menyusun sebuah RM *Plan*. Sebutkan *strategy objectives* RM dan uraikan

bagaimana menentukan *objectives* RM yang dapat diraih dan bermanfaat bagi perusahaan.

Soal 3

- a. Jelaskan bagaimana strategi RM bisa membangun keunggulan kompetitif perusahaan dalam konteks *Business to Business* (B2B).
- b. Mengapa *six market model* dari Christopher *et al.* (1991) semakin diterima oleh para pemasar? Mengapa *customer market* harus menjadi perhatian utama dalam penerapan strategi RM? Apakah RM dapat diterapkan pada seluruh situasi? Pada situasi apa RM tidak dapat atau tidak perlu diterapkan? Berikan ilustrasi singkat tentang hal ini.

Soal 4

- a. Kepuasan pelanggan merupakan kunci keberhasilan sebuah perusahaan, namun kepuasan ternyata seringkali tidak mampu membangun loyalitas pelanggan. Jelaskan mengapa fenomena ini terjadi! Bagaimana sebaiknya perusahaan menyikapi fenomena ini?
- b. Apa yang dimaksud dengan *customer value*? Uraikan hubungan antara *relationship quality* dengan *customer value*? Bagaimana *customer value* terbentuk pada implementasi strategi pemasaran RM?

Soal 5

- a. Jelaskan hubungan atau keterkaitan antara strategi, struktur dan sistem dengan implementasi program-program RM di perusahaan. Berikan ilustrasi singkat tentang ini.
- b. Dari kasus 1 pada lampiran soal: “ Menteri Dahlan Tuntut Perbaikan Layanan Tol,” identifikasikan rasionalisasi bahwa PT Jasa Marga perlu menerapkan strategi RM. Struktur organisasi dan sistem seperti apa seharusnya yang mendukung strategi RM di perusahaan tersebut. Jika ada, perubahan-perubahan apa yang seharusnya dilakukan untuk menjalankan strategi RM yang lebih aktif. Jelaskan pula bagaimana strategi yang dapat dilakukan oleh PT Jasa Marga dalam mempertahankan pelanggan.

Soal 6

- a. Uraikan bagaimana seharusnya *shared values* dan *culture* yang mendukung strategi RM diinternalisasikan/dikomunikasikan di dalam suatu perusahaan jasa perbankan. Jelaskan mengapa *integrated communications* dalam internalisasi nilai-nilai perusahaan dan budaya penting dilakukan. Jelaskan pula bagaimana *reward system* yang sebaiknya diterapkan bagi pegawainya khususnya bagi *operational management* bank baik di *back stage* maupun *front stage (front-liners)*-nya yang sesuai dengan tujuan strategi RM bank tersebut.
- b. Dari kasus 2 pada lampiran soal: “ Pesawat Rusak, Penumpang *United Airlines* Terdampar 2 Hari di Alaska,” menurut Saudara, apakah *complaints analysis and handling* di *United Airlines (UA)* sudah cukup baik? Jelaskan pula teknik-teknik *monitoring and control relationship* yang dapat dilakukan oleh UA untuk memonitor dan mengawasi kinerja operasional kru maskapai-ya baik di *back stage* maupun *front stage*-nya. Setujukah saudara bahwa teknik *soft monitoring and control* lebih tepat digunakan dalam strategi RM. Berikan argumentasi Saudara.

Soal 7

- a. Dari kasus 3 pada lampiran soal: “ Kenapa Produk Rokok Tak Cantumkan Nomor Keluhan Pelanggan?,” perlukah strategi RM diterapkan oleh perusahaan rokok kepada konsumen dan para petani tembakau sebagai pemasoknya yang sudah jelas-jelas merugikan kesehatan mereka? Jelaskan argumentasi Saudara, jika ya, mengapa dan jika tidak mengapa. Jelaskan pula, apakah program CSR yang dijalankan oleh perusahaan rokok termasuk kategori RM.
- b. Jelaskan keterkaitan antara isu etika bisnis dengan strategi RM dalam konteks hubungan perusahaan rokok dengan para *stakeholder*-nya

Selamat Bekerja, Semoga Sukses

Kasus 1.

Menteri Dahlan Tuntut Perbaikan Layanan Tol

TEMPO.CO, Jakarta - Menteri Badan Usaha Milik Negara Dahlan Iskan menuntut PT Jasa Marga (Persero) Tbk membenahi dan mengubah pelayanan jalan tol. »Tujuan saya tidak untuk menghukum, tapi untuk berubah,» ujarnya melalui pesan Blackberry kemarin.

Hukuman yang diberitakan, kata dia, tak ada artinya jika pelayanan Jasa Marga tak berubah. Dahlan hanya menginginkan pelayanan publik seperti jalan tol menjadi lebih baik. (Baca: [Dahlan Iskan Ngamuk di Pintu Tol](#))

Dahlan mengungkapkan ketidakpuasan atas pelayanan gerbang tol Senayan pada Selasa 20 Maret 2012. Saat akan memasuki gerbang tol sekitar pukul 6.30, dia mendapati antrean kendaraan lebih dari 30 mobil. Dahlan melihat hanya satu gardu yang beroperasi dari empat gardu yang melayani kendaraan. Melihat kondisi itu, dia langsung membuka pintu tol dan mempersilakan kendaraan untuk masuk tol secara gratis.

Dahlan juga meminta Bank Mandiri sebagai penyedia kartu tol elektronik (E-toll) mengutamakan pelayanan. Sampai saat ini penjualan E-toll masih seret. Dia mengaku sudah menginstruksikan untuk menggandeng bank lain jika Bank Mandiri tak mampu menjual banyak. "Tapi beri waktu dulu kepada Mandiri untuk membuktikan diri."

Pengamat transportasi Djoko Setijowarno menyatakan Jasa Marga tidak peduli pada kemacetan atau antrean yang terjadi di jalan tol dan pintu masuk. »Jasa Marga cuma mau ambil duitnya saja, tidak peduli kemacetan,» ujarnya kemarin.

Menurut Djoko, sebagai operator jalan tol, Jasa Marga seharusnya memberi pelayanan maksimal kepada pengguna. Pelayanan itu, kata Djoko, bisa dilakukan dengan memberi informasi mengenai kondisi jalan tol secara terus-menerus.

Selain memberi informasi, Jasa Marga seharusnya berinisiatif mengatasi kemacetan dengan membuka gerbang tol tambahan di pintu-pintu masuk tol yang rawan kemacetan. Jasa Marga juga dikatakan Djoko seharusnya menutup pintu tol jika sudah terjadi kemacetan di jalan tol. »Jadi, penumpukan di tol tidak makin bertambah,» ujarnya.

Djoko menilai kemarahan Menteri BUMN Dahlan Iskan terhadap pelayanan tol Jasa Marga merupakan ekspresi yang dirasakan hampir semua anggota masyarakat. Sebenarnya, kata dia, masyarakat ingin bertindak seperti Dahlan. »Tapi masyarakat tidak punya kekuatan. Sedangkan kalau Dahlan kan pemimpinnya, jadi punya kekuatan.»

Sumber: <http://id.berita.yahoo.com/menteri-dahlan-tuntut-perbaikan-layanan-tol-003635023.html>

Kasus 2.

Pesawat Rusak, Penumpang United Airlines Terdampar 2 Hari di Alaska

Anchorage, - Waduh! Insiden tidak menyenangkan dialami para penumpang pesawat United Airlines yang bertolak dari San Fransisco, Amerika Serikat menuju Shanghai, China. Pesawat yang mereka tumpangi terpaksa mendarat darurat karena kerusakan toilet. Sementara pesawat penggantinya mengalami kerusakan mesin. Akibatnya, sebanyak 262 penumpang terdampar selama 2 hari di Alaska, AS.

Penerbangan San Fransisco-Shanghai yang mereka tempuh seharusnya hanya memakan waktu 13 jam. Namun akibat berbagai masalah yang menimpa pesawat, mereka pun terlantar selama 2 hari lebih.

Pesawat dengan nomor penerbangan 857 ini berangkat dari San Fransico pada Minggu (18/3) sekitar pukul 14.00 waktu setempat. Namun baru 3 jam pesawat mengudara, ditemukan sejumlah kerusakan pada toilet pesawat.

Pesawat pun terpaksa mendarat darurat di bandara terdekat di Anchorage, Alaska. Parahnya, penumpang harus menunggu hingga pukul 20.00 waktu setempat, sebelum akhirnya diperbolehkan meninggalkan pesawat dan dikabari bahwa penerbangan akan dilanjutkan keesokan harinya.

Penumpang semakin kecewa ketika mereka telat mendapatkan jatah voucher makan malam. Sebabnya, hanya seorang pelayan saja yang melayani total 200 lebih penumpang. Bahkan, beberapa penumpang terpaksa tidak makan malam karena sejumlah toko di sana sudah tutup.

Pesawat pengganti akhirnya tiba pada Senin (19/3) waktu setempat. Seluruh penumpang bersiap di dalam pesawat yang akan lepas landas pada pukul 15.00 waktu setempat. Namun sayangnya, pesawat batal lepas landas karena ada masalah mesin.

Mesin pesawat pun dimatikan. Menurut salah seorang penumpang yang akrab dengan masalah permesinan, masalah ada pada sistem komputer yang terlalu panas, sehingga seluruh sistem harus dimatikan.

Lagi-lagi, penumpang dibiarkan terjebak di dalam pesawat tanpa listrik, tanpa lampu. Hingga pada sekitar pukul 20.30 waktu setempat, penumpang diminta turun dari pesawat. Mereka pun terpaksa kembali menginap semalam di kota Anchorage, Alaska.

Improvement Is A Proof!

Pada Selasa (20/3) siang waktu setempat, pesawat ketiga tiba. Penumpang pun akhirnya benar-benar diberangkatkan menuju Shanghai.

Atas insiden yang sangat mengecewakan ini, pihak United Airlines menyatakan akan mengembalikan seluruh uang tiket penumpang yang sudah dibayarkan plus uang kompensasi. "Kami akan mengembalikan utuh uang setiap penumpang," tutur juru bicara United Airline, Charles Hobart, seperti dilansir oleh *Daily Mail*, Kamis (22/3/2012).

(nvc/ita)

Sumber: <http://news.detik.com/read/2012/03/22/140618/1874449/1148/pesawat-rusak-penumpang-united-airlines-terdampar-2-hari-di-alaska?991101mainnews>

Kasus 3.

Kenapa Produk Rokok Tak Cantumkan Nomor Keluhan Pelanggan?

Jakarta, Hampir semua produk biasanya mencantumkan nomor telepon untuk keluhan pelanggan atau customer service. Jadi ketika konsumen yang memakai produk tersebut terkena efek samping yang tidak biasa, konsumen bisa langsung komplain. Tapi kenapa produk rokok tidak mencantumkan nomor keluhan pelanggan?

"Di antara semua produk konsumsi yang beredar di Indonesia, rokok adalah satu-satunya produk yang tidak mencantumkan nomor telepon untuk keluhan pelanggan atau customer service," kata dr Pankaj Chaturvedi, MBBS, MS, FAIS, FICS dari Voice of Tobacco Victims (VOV) di India, lembaga yang mendorong pengetatan regulasi tembakau di India dalam diskusi bersama media di RS Persahabatan, Jakarta, Sabtu (24/3/2012).

"Tentu saja karena perusahaan rokok menyadari bahwa merokok jelas-jelas merusak kesehatan. Pelanggan yang jatuh sakit karena banyak merokok tidak bisa menggugat atau menuntut perusahaan rokok karena mereka akan mengatakan itu pilihan individu," lanjut dr Pankaj.

Diakui, perusahaan rokok memang menyumbang pemasukan terbesar untuk keuangan negara. Tak hanya itu, perusahaan rokok juga banyak menyponsori acara-acara sepakbola, musik dan memberikan beasiswa pendidikan kepada siswa yang kurang mampu.

Namun di satu sisi, rokok sampai saat ini telah menempatkan penikmatnya pada risiko kesehatan jangka panjang. Ironisnya, sekitar 63% pria dan 8% wanita di Indonesia adalah perokok.

"Sampai saat ini, rokok telah merenggut kehidupan 270 ribu orang lewat stroke dan kanker. Sayangnya banyak orang tak banyak yang menyadarinya karena rokok mematikan secara diam-diam," kata dr Pankaj.

Bahkan rokok dalam bentuk aslinya, yaitu tembakau, jelas-jelas tidak menyehatkan bagi petani. Tembakau bisa menyebabkan penyakit Green Tobacco Sickness, yaitu keracunan nikotin yang disebabkan oleh penyerapan nikotin dari permukaan tanaman tembakau yang basah lewat kulit.

Petani tembakau yang pakaiannya sering terkena tembakau basah karena hujan atau embun pagi paling berisiko terkena penyakit ini.

Gejalanya penyakit ini adalah mual, muntah, sakit kepala, pusing dan rasa lemas. Gejala ini dapat disertai dengan fluktuasi tekanan darah atau denyut jantung, kram perut, menggigil, badan berkeringat, bertambahnya jumlah air liur dan gangguan pernapasan. Gejala ini hilang dengan sendirinya dalam waktu 2 hari dan tidak memerlukan penanganan medis.

Melihat bahaya merokok dan ketidakpedulian perusahaan rokok terhadap kesehatan pemakainya, dr Pankaj menghimbau agar masyarakat tidak terbuai oleh kebaikan CSR dari perusahaan rokok. Dengan memberikan banyak bantuan kepada masyarakat, perusahaan rokok akan membuat masyarakat semakin tergantung kepada rokok.

Apabila perusahaan rokok memang berniat membantu masyarakat, maka sebaiknya perusahaan rokok tidak mencantumkan nama perusahaannya ketika membantu warga karena itu sama halnya dengan beriklan.

Sumber: <http://health.detik.com/read/2012/03/25/090934/1875606/763/kenapa-produk-rokok-tak-cantumkan-nomor-keluhan-pelanggan>