

LAMPIRAN-LAMPIRAN

INTERVIEW GUIDE

Bapak Drs. H. Zaenal Arifin

1. Apa strategi yang dipakai PT. House Of Rattan untuk mempertahankan pelanggan?
2. Bagaimana bentuk Customer Relationship Management yang diterapkan oleh PT. House Of Rattan dalam melayani pelanggan?
3. Siapa yang menjadi target konsumen dalam penerapan Customer Relationship Management di PT. House Of Rattan?
4. Apa ujian diterapkannya CRM ?
5. Melalui pelayanan seperti apa untuk dapat memenangkan persaingan dalam bisnis yang serupa?
6. Apa yang dilakukan PT. House Of Rattan dalam menangani komplain para pelanggannya tersebut?
7. Seberapa besar keberhasilan PT. House Of Rattan dalam menerapkan Customer Relationship Management tersebut?
8. Apakah selama ini Customer Relationship Management yang diterapkan dalam PT. House Of Rattan sudah berjalan dengan baik?
9. Bagaimana PT. House Of Rattan mengelompokkan perilaku konsumen sesuai dengan gaya hidup pelanggan?

Konsumen/buyers PT. House Of Rattan

1. Apakah anda merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh PT. House Of Rattan?
2. Bagaimana penilaian anda sebagai buyers dari PT. House Of Rattan tentang penerapan Customer Relationship Management? Apakah sudah efektif?
3. Apakah terdapat kendala pada saat proses pengiriman barang?
4. Bagaimana penilaian anda terhadap PT. House Of Rattan dalam melayani setiap customer? Apakah sudah baik?
5. Apakah anda ingin melakukan pembelian ulang dalam jangka panjang di PT. House Of Rattan?

TRANSKIP WAWANCARA

Nama Narasumber : Drs. H. Zaenal Arifin

Jabatan : Direktur Utama PT. House Of Rattan

Waktu Wawancara : 18 Mei 2017

Tempat : PT. House Of Rattan

A. Pertanyaan ditujukan Kepada Direktur Utama PT. House Of Rattan.

1. Apa strategi yang dipakai PT. House Of Rattan untuk mempertahankan pelanggan?

Jawaban: yang pertama adalah kita berusaha bahwa barang kita itu selalu bagus mutunya, begitu bagus buyer suka dan dia otomatis tidak akan pergi, kemudian waktu pengiriman, misal kita janjikan 2 bulan ya kita harus tepat 2 bulan jangan sampai mundur terlalu lama karena mereka juga kan disana barang yang dikirim dari kita bakal dijual kapan, terus dimana. Lalu mengenai harga, kita harus kompetitif bukan hanya dari harga satuan barang atau harga yang akan dijual disana dan juga resiko klaim, nah mengenai pengiriman juga misal perusahaan lain bisa memasukkan harga kursi jenis outdoor seharga 500 misalnya, ya kita coba di harga 550 yang artinya di ongkos kirimkan bisa lebih murah. Kemudian yang keempat komunikasi. Kita menciptakan komunikasi baik verbal ataupun email. apapun yang terjadi kita selalu mengkomunikasikan kepada buyer semaksimal mungkin dengan bahasa yang juga bersahabat. Dan yang terakhir kita selalu membuat penasaran artinya seperti produk baru yang mungkin trendnya buyer belum lihat di pangsa pasar. Padahal kita kan tidak mengadakan pameran hampir tidak pernah. Nah gimana PT. House Of Rattan itu bisa mengikuti trend pasar padahal tidak melakukan pameran? Kita selalu

mempelajari market intelijen, kondisi pasar bagaimana, kemauan pasar bagaimana kita sendiri yang mencari.

2. Bagaimana bentuk Customer Relationship Management yang diterapkan oleh PT. House Of Rattan dalam melayani pelanggan?

Jawaban: kita bedakan berdasarkan mempertahankan mutu, mengaplikasikannya secara serius, baik dengan membentuk team QC (Quality Control) yang relevan kita juga beberapa kali menang dalam reward desain, kualitas sampai tingkat provinsi, terus mengenai harga kita harus serius betul-betul dalam mengkalkulasikannya, jadi tidak main tembak harga saja, sehingga real harga barang tersebut tidak terlalu mahal dan juga tidak merugikan kita. Untuk di komunikasi ada saya dan juga bapak Alam sehingga tercipta interaksi yang lancar dengan buyer.

3. Siapa yang menjadi target konsumen dalam penerapan Customer Relationship Management di PT. House Of Rattan?

Jawaban: targetnya bahwa customer itu merasa tidak ada hambatan komunikasi, kemudian mereka semakin tertarik dengan kita, kemudian juga mereka merasa tenang bermitra dengan kita. Hal-hal yang seperti itu tadi yang akan beresiko nantinya sudah kita coba amankan, baik dalam mutu, deliverytime, dan juga harga. Sehingga customer trust dengan kita, alhamdulillah selama ini sih tidak ada buyer yang pindah ke pesaing dari perusahaan ini berdiri hingga sekarang. PT. House Of Rattan itu sendiri tidak mencari pelanggan baru tetapi lebih membesarkan buyer yang sudah ada, makannya yang saya katakana tadi kita tidak aktif dalam pameran. Kalo pameran kan sasarannya untuk mencari pelanggan baru, nah kita lebih mengkomunikasikan kepada buyer yang sudah ada sehingga customer kita ini

berkesempatan untuk lebih berkembang, sehingga customer berkembang ya kita pun ikut berkembang. Istilahnya simbiosismutualisme.

4. Apa tujuan diterapkannya CRM dalam menghadapi persaingan?

Jawaban: tujuan customer relationship management yang kita terapkan ya lebih kepada melayani buyer itu sendiri dengan sebaik mungkin, sekarang kan pesaing kita makin banyak, ya kita harus benar-benar melayani buyer kita itu sebaik mungkin biar ga pindah ke pesaing, dan tujuannya lagi untuk meningkatkan loyalitas dan memberi kepuasan terhadap buyer. Jika kita sudah menerapkannya secara benar-benar, buyer tersebut akan loyal dengan sendirinya dan saling menguntungkan bagi perusahaan dan juga buyernya

5. Melalui pelayanan seperti apa untuk dapat memenangkan persaingan dalam bisnis yang serupa

Jawaban: untuk menunjang kepuasan pelanggan dan juga meningkatkan loyalitas tentunya kita menyediakan berbagai fasilitas kotak dan saran bagi buyer yang komplain atas barangnya dan juga kita menyediakan berbagai informasi lainnya terkait dengan produk melalui website.

6. Apa yang dilakukan PT. House Of Rattan dalam menangani komplain para pelanggannya tersebut?

Jawaban: yang pertama kita harus menganggap komplain itu serius, dan semaksimal mungkin kita memahami inti permasalahan dari setiap komplain, yang kedua mengamputasi sumber atau penyebab apa yang dikomplainkan sehingga tidak muncul lagi. Jadi inti dari permasalahan tersebut yang harus kita selesaikan tidak hanya sekedar ada komplain kemudian muncul klaim kita langsung selesaikan begitu saja, tidak begitu mbak. Tetapi, buat kita belum selesai jadi kita melakukan riset terlebih dahulu mencari inti dari akar

permasalahannya dengan melakukan riset, sebabnya apa? Apa dari bahan misal dari bahan kita teliti bahan tersebut kenapa rapu? Oh ternyata ada serangga yang doyan dengan bahan itu, ya kita mengantisipasi dan mencoba mencari jalan keluarnya.

7. Seberapa besar keberhasilan PT. House Of Rattan dalam menerapkan Customer Relationship Management tersebut?

Jawaban: kalo yang selama ini kita lakukan saya kira kalo diukur menggunakan skala hitungan 10 misalnya, ya saya kira cukup berhasil di angka 9. Karena, faktanya hampir tidak ada satupun customer yang pergi kecuali customer itu bangkrut, bukan karena faktor dia tidak suka dengan kita.

8. Apakah selama ini Customer Relationship Management yang diterapkan dalam PT. House Of Rattan sudah berjalan dengan baik?

Jawaban: saya pikir sudah cukup bagus jika dilihat dari para staff yang masing-masing sudah paham untuk menjadi komponen-komponen pelengkap customer satisfaction.

9. Bagaimana PT. House Of Rattan mengelompokkan perilaku konsumen sesuai dengan gaya hidup pelanggan?

Jawaban: karena tiap masing-masing negara punya karakter dan selera yang berbeda-beda, misal Jepang minta ukuran barangnya begini lebih suka kursi yang tegak daripada nyandar. Nah, dari situ pemahaman itu akan membentuk bagaimana produk yang harus disiapkan, melalui ukuran. Misalnya juga Amerika, maunya kursi yang lebih besar dan relaks dan lebih kuat. Kurang lebihnya seperti itu. Untuk barang yang akan kita targetkan di negara mana ya kita harus sudah bisa mulai dari situ.

TRANSKIP WAWANCARA

Nama Narasumber : Nigel Hampson

Jabatan : Buyer di PT. House Of Rattan yang berasal dari UK

Waktu Wawancara : 17 Mei 2017

Tempat : Aston Convention Hotel

B. Pertanyaan ditujukan Kepada Buyer di PT. House Of Rattan.

1. Apakah anda merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh PT. House Of Rattan? (*are you satisfy of PT. House Of Rattan service?*)

Jawaban: *“I’m very satisfied buying many things from PT. House Of Rattan, beside they have best in quality I also get many knowledge about the material and it’s qualities that is why PT. House Of Rattan have higher prices than the other companies and I understand. I really satisfied making business with PT. House Of Rattan.”* “saya merasa puas membeli produk di PT. House Of Rattan, karena bukan sekedar barang yang berkualitas bagus saja yang saya dapatkan, tetapi saya juga diberikan ilmu tentang materialnya, mutunya, hingga dijelaskan bagaimana harganya sedikit lebih mahal dibandingkan dengan perusahaan lain. Tapi saya puas

2. Bagaimana penilaian anda sebagai buyers dari PT. House Of Rattan tentang penerapan Customer Relationship Management? Apakah sudah efektif? (*what do you think about applying Customer Relationship Management in PT. House Of Rattan?*)

Jawaban: *“the most important to me as buyer is building a good communication. What kind of communication? The communication that can be understood as that want to be and it is very basic. If we cannot understand*

whatever customer wants it will not produce many product which is not suitable with the expectation.” “hal yang paling penting bagi saya adalah komunikasi yang dibangun. Komunikasi yang seperti apa? Yang memahami untuk mengerti apa yang menjadi keinginan.”

3. Apakah terdapat kendala pada saat proses pengiriman barang? (*what do you think about the delivery time? PT. House Of Rattan always give you on schedule?*)

Jawaban: “*yes of course. My expectation is between 1-2 weeks, but the challenge is often full book.*” . “iya ada, ekspektasi saya antara 1-2 minggu, kendala yang dialami sering terjadi karena full book.”

4. Bagaimana penilaian anda terhadap PT. House Of Rattan dalam melayani setiap customer? Apakah sudah baik? (*what do you think about PT. House Of Rattan service the customer? Are they good?*)

Jawaban: “*Generally is good. In my opinion the most important think is good quality of the product.*” “secara general sudah bagus, menurut saya yang terpenting dari segi kualitas barang.”

5. Apakah anda ingin melakukan pembelian ulang dalam jangka panjang di PT. House Of Rattan? (*do you have a planning to place order again in the future?*)

Jawaban: “*yes of course, I will order again to House Of Rattan even it must be any development design and at the beginning I have already communicate with House Of Rattan. That it is necessary developing any design so it can break through market share.*” . “tentu saja saya akan membeli kembali di PT. House Of Rattan tentunya walau perlu ada pengembangan desain. Saya diawal sudah berkomunikasi dengan PT. House Of Rattan bahwa perlu ada pengembangan desain agar dapat lebih menerobos pangsa pasar.”

Gambar 1.1



Dokumentasi visit buyer yang diadakan pada tahun 2016 kemarin

Gambar 1.2



Dokumentasi visit buyer dari Eropa pada 24 November 2016 lalu

Gambar 1.3



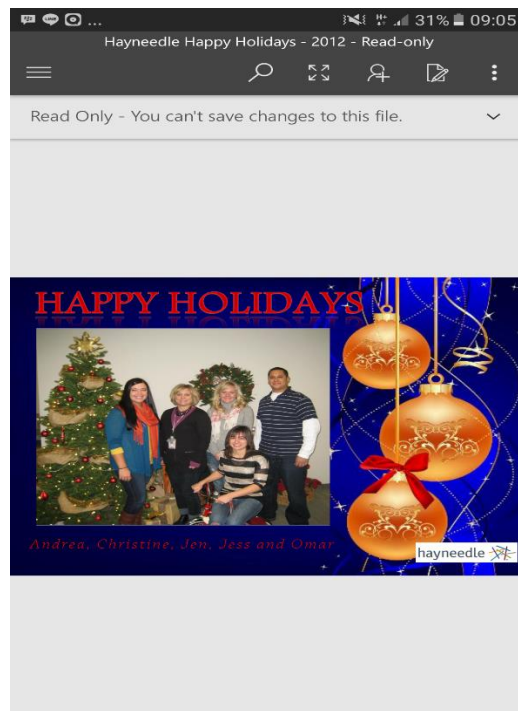
Dokumentasi foto salah satu buyer PT. House Of Rattan Nigel Hampson yang berasal dari UK

Gambar 1.4



Berbagai piagam penghargaan yang berhasil diraih oleh PT. House Of Rattan dalam melayani dan meningkatkan loyalitas para buyernya

Gambar 1.5



Salah satu bentuk kepedulian buyer di hari hari besar mengucapkan kepada seluruh staff PT. House Of Rattan

Gambar 1.6



Salah satu contoh pelaksanaan visit buyer yang dimana buyer tersebut melihat showroom PT. House Of Rattan pada tahun 2016 kemarin