

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi komunikasi pemasaran PT Mitra Abadi Plastik sebagai perusahaan distributor dalam mempertahankan kepercayaan pelanggan, dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. PT Mitra Abadi Plastik menerapkan strategi komunikasi pemasaran melalui *personal selling*, *direct marketing*, dan *sales promotion*. *Personal selling* dilakukan melalui *sales visit* dan *join visit* untuk menyampaikan informasi serta mengetahui kebutuhan dan masukan pelanggan. *Direct marketing* dilakukan melalui WhatsApp, telepon, dan *e-mail* untuk menyampaikan informasi mengenai produk, harga, ketersediaan stok, promosi, dan pengiriman. Sementara itu, *sales promotion* diterapkan melalui program *Loyalty Point*, pemberian hadiah, bonus, dan program promosi lainnya sebagai bentuk nilai tambah bagi pelanggan. Bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, distribusi, dan promosi digunakan sebagai pendukung dalam pelaksanaan aktivitas pemasaran perusahaan.
2. Strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan PT Mitra Abadi Plastik memberikan pengalaman kepada pelanggan melalui penyampaian informasi, perhatian terhadap kebutuhan, serta respons perusahaan dalam menjalankan hubungan bisnis. Pengalaman tersebut berkaitan dengan pemeliharaan kepercayaan pelanggan yang terlihat melalui *ability*, *integrity*, dan *benevolence*. *Ability* terlihat dari kemampuan perusahaan dalam menyediakan produk, mengelola persediaan, menjalankan distribusi, serta menangani kebutuhan pelanggan. *Integrity* terlihat dari upaya perusahaan menjaga kesepakatan, memberikan informasi secara terbuka, serta menjaga kesesuaian transaksi dan pesanan. Sementara itu, *benevolence* terlihat dari perhatian terhadap kebutuhan pelanggan, dukungan terhadap usaha pelanggan, pemberian apresiasi, serta respons terhadap kendala yang dialami pelanggan. Adanya kendala seperti kekosongan stok maupun kekurangan jumlah barang menunjukkan bahwa pemeliharaan kepercayaan tidak hanya

berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pelanggan, tetapi juga dengan cara perusahaan memberikan informasi, respons, dan penyelesaian ketika kendala terjadi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa saran yang dapat digunakan oleh pihak terkait. Adapun saran yang diberikan adalah sebagai berikut.

5.2.1 Saran Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan penelitian mengenai strategi komunikasi pemasaran, khususnya dalam upaya mempertahankan kepercayaan pelanggan pada perusahaan distributor maupun bidang usaha lainnya.
2. Pengembangan penelitian mengenai strategi komunikasi pemasaran dapat dilakukan dengan memperluas objek penelitian atau membandingkan lebih dari satu perusahaan sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai penerapan strategi komunikasi pemasaran dalam mempertahankan kepercayaan pelanggan.

5.2.2 Saran Praktis

1. Perusahaan diharapkan tetap mempertahankan penerapan strategi komunikasi pemasaran yang telah terbukti efektif, khususnya *personal selling*, *direct marketing*, dan *sales promotion*, karena ketiga strategi tersebut berperan penting dalam mempertahankan hubungan jangka panjang serta mempertahankan kepercayaan pelanggan.
2. Perusahaan perlu mempertahankan respons terhadap keluhan, kekurangan barang, maupun proses retur dengan memberikan informasi dan penyelesaian yang jelas. Hal tersebut penting agar pelanggan tetap memperoleh kepastian ketika menghadapi kendala selama proses transaksi. Program seperti *Loyalty Point*, pemberian hadiah, dan bonus juga dapat dipertahankan sebagai bentuk apresiasi kepada pelanggan yang telah menjalin hubungan dengan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ansori, Moh. A. Z., Wanri Wahyudin, M., Alawiah, H., Putri Syuardiansyah, S., & Ummul Quro Al-Islami Bogor, I. (2026). Membangun Kepercayaan Pengguna Melalui Transparansi Akad Syariah Sebagai Strategi Peningkatan Penggunaan Fintech Syariah. *As-Syirkah: Islamic Economics & Financial Journal*, 5(1), 155–166. <https://doi.org/10.56672/assyirkah.v5i1.536>
- Arfah, R. (2025). *Strategi Komunikasi Pemasaran Cafe & Resto Saudagar Laweyan Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung* [Thesis (S1)]. https://perpus.fud.uinsaid.ac.id/index.php?p=show_detail&id=13612
- Candriani, L. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Suncris Mandiri Dalam Membangun Penjualan Melalui E-Commerce Shopee* [Thesis (S1), Universitas Buddhi Dharma]. <https://repositori.buddhidharma.ac.id/2492/1/COVER-BAB%20III.pdf>
- Firman, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah. *jesya*, 5(2), 1549–1562. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.773>
- Gusmiarti, Y., Meidasari, E., & Yusda, D. D. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Pada Kopi 49 Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMAK)*, 3(2), 491–504. <https://share.google/HMewu4RmTBiI91nVj>
- Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi* (A. Holid, Ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Henri, R. D., & Putri, Y. R. (2022). *Penerapan Efektivitas Komunikasi Interpersonal Di Bank Jambi Implementation Of The Effectiveness Of Interpersonal Communication At Bank Jambi*.
- Himam, Muh. K., Anam, S., & Nasrullah. (2026). Teknik Pemilihan Informan Dalam Penelitian Kualitatif: Strategi Dan Implementasi. *Pediaqu : Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, (2). <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu/article/view/4011/3496>
- Kaniu, H. J., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2023). Analisis Pengaruh Marketing Mix (4p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hardcore Gym Analysis Of The Influence Of Marketing Mix (4p) On Purchasing Decisions In Hardcore Gym. *1246 Jurnal EMBA*, 11(4), 1426–1256.
- Kholid, M. A., & Hussein, A. S. (2024). Pengaruh Value, Sales Promotion, Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 3(4), 1017–1028. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2024.03.4.16>

- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., Sari Pakpahan, N., & Nurhayati. (2022). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 2022. <https://www.researchgate.net.ac.id>.
- Lestari, K. D., & Setyarko, Y. (2025). Peran Kepercayaan Konsumen dalam Memediasi Pengaruh Customer Satisfaction dan Citra Merek terhadap Minat Pembelian Ulang. *Wawasan : Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 3(2), 38–54. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v3i2.3058>
- Maharani, A., Putri, A. R., Kunci, K., Harga, :, Produk, K., & Pembelian, K. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Tweeny Frozen Food di Depok Article Info Abstract. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 278–287. <https://jurnalamanah.com/index.php/cakrawala/index>
- Makhrian, A. (2022). *Model Komunikasi Dalam Meningkatkan Sektor Wisata Di Wilayah Pesisir Pantai Kota Bengkulu*. <https://jurnal.desantapublisher.com/index.php/kalodran/article/view/41/38>
- Marta, R. (2023). Strategi Komunikasi Efektif Untuk Layanan Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Al-Ma'arif: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam*.
- Maulana, P. B. (2025). *Pola Komunikasi Interpersonal Antara Mahasiswa Dan Staf Administrasi Prodi Hukum Keluarga Islam Universitas Islam Sumatera Utara Dalam Pelayanan Akademik* [Universitas Islam Sumatera Utara]. <https://repository.uisu.ac.id/bitstream/123456789/5153/3/Chapter%20I%2cII.pdf>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & David Schoorman, F. (1995). The Academy of Management Review. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734. <https://about.jstor.org/terms>
- Nugroho, M. A. (2024). *Bauran Pemasaran* (I. Vidyafi, Ed.; 1 ed.). Rajawali Pers.
- Nurrisa, F., & Hermina, D. (2025). Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian: Strategi, Tahapan, dan Analisis Data. *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran (JTPP)*, 02, 793–800.
- Nurul H, M. Z., Farah, N. T., Amiwantoro, S., Nikmah, F., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Implementasi Strategi Pemasaran Digital Dalam Pengembangan Bisnis Di Era Digitalisasi. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(4), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Prakoso, B. A., Sumiyati, & Supriadi. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Pt Kursat Property Dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan Grand Tajur Mansion. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK) E-ISSN*, 4.

- Putri, L. T., Diantara, L., & Yogi, F. (2023). Direct Marketing Dan Price Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mitsubishi L 300 Pada Pt. Suka Fajar Ltd Cabang Bangkinang Kota. *Jurnal Daya Saing*, 9(3), 746–754.
<https://ejournal.kompetif.com/index.php/dayasaing/article/view/1463/1033>
- Rafki, M., Parakkasi, I., & Sirajuddin, S. (2022). Peran Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Repeat Order Konsumen. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(2), 121.
<https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i2.4868>
- Rizki, A. (2023, Mei 17). *Kenali Apa Itu Distributor, Serta Bedanya Dengan Supplier, Agen Dan Reseller!* UKIRAMA.COM.
<https://ukirama.com/blogs/kenali-apa-itu-distributor-serta-bedanya-dengan-supplier-agen-dan-reseller>
- Robani, D. R., & Wardhana, A. (2022). Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran Bisnis Umkm Di Jawa Barat Menghadapi Pandemi Covid-19: Studi Kasus Di Aditi Coffee House And Space. *Jurnal Inspirasi*, 13(1), 157–164.
<https://doi.org/10.35880/inspirasi.v11i1.1939>
- Rochmah, S. R. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada Mts Wathoniyah Islamiyah Karangduwur Petanahan* [Thesis (S2), Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (Iainu) Kebumen]. <https://eprints.iainu-kebumen.ac.id/id/eprint/523/1/Tesis%20Bu%20Rohmah%20FIX%202022%20Nov%202022.pdf>
- Salam, O. D. (2020). *Personal Branding Digital Natives Di Era Komunikasi Media Baru (Analisis Personal Branding Di Media Sosial Instagram)*. 2.
- Salim, H. S., Goh, T. S., & Margery, E. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pt. Furnilux Indonesia. *Jurnal Bisnis Kolega*, 8(1), 9–21.
- Salsabila, A., Ardine, C., Sinuhaji, G. T., & Simanjuntak, J. N. (2026). Pengaruh Personal Selling dan Social Influence dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Risol Ikhsan pada Mahasiswa USU. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(4), 28584–28598.
<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6904>
- Saput, N. L., & Oktaviani, D. (2023). Pengaruh Marketing Mix (4p) Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Vespa Dengan Model Sprint Di Pt. Saluyu Vespario Bandung. *Jurnal Darma Agung*, 31(1), 483–492.
<https://jurnal.universitasdarmaagung.ac.id/jurnaluda/article/view/3029/2748>
- Solin, N. F., Oktaviani, M., & Nurjanah, W. (2025). ASPEK PEMASARAN. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 450–463.
<https://doi.org/10.61722/jiem.v3i2.3875>

Stevanny. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Pt Sevan Karya Konstruksi Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan* [Thesis (S1), Universitas Buddhi Dharma]. <https://repositori.buddhidharma.ac.id/2020/>

Zulkarnain, M. F., Hilalludin, H., & Haironi, A. (2024). Prinsip Kesantunan Berbahasa Dalam Komunikasi Siswa di Sekolah. *Dinamika Pembelajaran : Jurnal Pendidikan dan bahasa*, 1(3), 117–125.
<https://doi.org/10.62383/dilan.v1i3.457>



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Identitas Pribadi

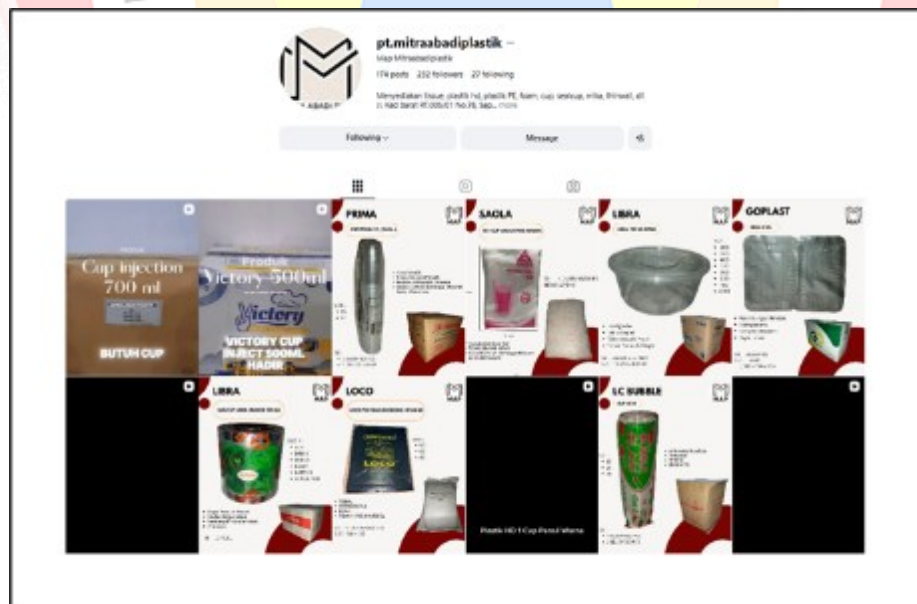
Nama : Karina Priskilla Rarung
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 14 Oktober 2004
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Kristen Protestan
Kewarganegaraan : Indonesia
Email : karinararung123@gmail.com
Jurusan : *Corporate and Marketing Communication*

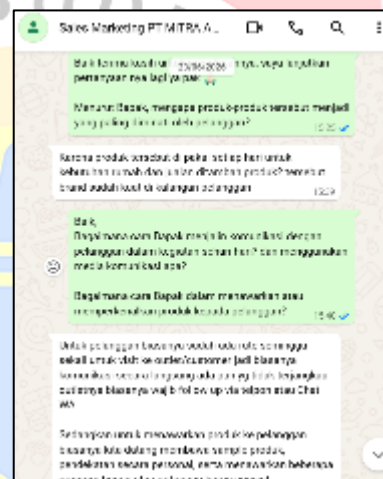
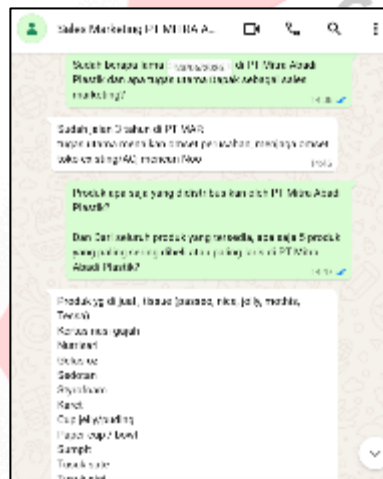
Riwayat Pendidikan

1. SD : Ariya Metta
2. SMP : Strada Santa Maria 2
3. SMA : SMAN 4 Kota Tangerang
4. Perguruan Tinggi : Universitas Buddhi Dharma

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

LAMPIRAN







LEMBAR PERSETUJUAN WAWANCARA INFORMAN

Pernyataan kesediaan menjadi informan penelitian yang berjudul :

**“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT MITRA ABADI PLASTIK
SEBAGAI PERUSAHAAN DISTRIBUTOR DALAM
MEMPERTAHANKAN KEPERCAYAAN PELANGGAN”**

Identitas Informan

Nama : Ridwan Gunawan
Usia : 41 Tahun
Jabatan dalam Organisasi : Pemilik Perusahaan PT Mitra Abadi Plastik

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan setuju dan bersedia untuk menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudari Karina Priskilla Rarung. Saya menyadari bahwa wawancara ini tidak merugikan saya selaku pihak yang diwawancarai maupun dari pihak peneliti yang mewawancarai. Hasil informasi yang diperoleh atau data pribadi informan dalam wawancara ini akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan selama penelitian.

Demikian surat pernyataan persetujuan ini saya tanda tangani dalam keadaan sehat jasmani dan rohani.

Tangerang, 20 Juni 2026



(Ridwan Gunawan)

LEMBAR PERSETUJUAN WAWANCARA INFORMAN

Pernyataan kesediaan menjadi informan penelitian yang berjudul :

**“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT MITRA ABADI PLASTIK
SEBAGAI PERUSAHAAN DISTRIBUTOR DALAM
MEMPERTAHANKAN KEPERCAYAAN PELANGGAN”**

Identitas Informan

Nama : Neti
Usia : 50 Tahun
Jabatan dalam Organisasi : Supervisor PT Mitra Abadi Plastik

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan setuju dan bersedia untuk menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudari Karina Priskilla Rarung. Saya menyadari bahwa wawancara ini tidak merugikan saya selaku pihak yang diwawancarai maupun dari pihak peneliti yang mewawancarai. Hasil informasi yang diperoleh atau data pribadi informan dalam wawancara ini akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan selama penelitian.

Demikian surat pernyataan persetujuan ini saya tanda tangani dalam keadaan sehat jasmani dan rohani.

Tangerang, 20 Juni 2026



(Neti)

LEMBAR PERSETUJUAN WAWANCARA INFORMAN

Pernyataan kesediaan menjadi informan penelitian yang berjudul :

**“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT MITRA ABADI PLASTIK
SEBAGAI PERUSAHAAN DISTRIBUTOR DALAM
MEMPERTAHANKAN KEPERCAYAAN PELANGGAN”**

Identitas Informan

Nama : Anis Fuad
Usia : 46 Tahun
Jabatan dalam Organisasi : Kepala Gudang PT Mitra Abadi Plastik

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan setuju dan bersedia untuk menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudari Karina Priskilla Rarung. Saya menyadari bahwa wawancara ini tidak merugikan saya selaku pihak yang diwawancarai maupun dari pihak peneliti yang mewawancarai. Hasil informasi yang diperoleh atau data pribadi informan dalam wawancara ini akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan selama penelitian.

Demikian surat pernyataan persetujuan ini saya tanda tangani dalam keadaan sehat jasmani dan rohani.

Tangerang, 20 Juni 2026

(Anis Fuad)

TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

Narasumber 1

Nama : Ridwan Gunawan
Jabatan : Pemilik Perusahaan / Owner PT Mitra Abadi Plastik
Tanggal : 17 Juni 2026
Proses : Tatap Muka



1. Penulis: Bisa diceritakan bagaimana awal mula PT Mitra Abadi Plastik berdiri?

Narasumber: Awalnya saya memiliki perusahaan keluarga yang bergerak di bidang pabrik karet gelang. Tapi saya merasa kalau hanya menjual satu jenis produk saja cukup sulit. Akhirnya saya mulai mencari produk lain yang bisa melengkapi kebutuhan pelanggan. Seiring berjalannya waktu, permintaan pelanggan semakin beragam hingga akhirnya perusahaan berkembang menjadi distributor berbagai produk kebutuhan konsumsi seperti sekarang.

2. Penulis: Bagaimana cara perusahaan mempertahankan komunikasi dan menjaga hubungan dengan pelanggan?

Narasumber: Komunikasi itu penting. Makanya saya juga masih sering turun langsung ke lapangan. Ya itulah kenapa saya turun ke bawah, salah satunya karena komunikasi. Saya sering join visit sama sales-sales di bawah supaya bisa bertemu langsung dengan customer dan melihat kondisi di lapangan. Biasanya saya join visit sama sales sekitar dua hari dalam sebulan. Sekali join visit bisa seharian, dari jam sembilan pagi sampai sekitar jam tiga sore.

3. Penulis: Bagaimana perusahaan memperkenalkan produk sekaligus menyampaikan informasi promosi kepada pelanggan?

Narasumber: Selama ini kami lebih banyak mengandalkan sales. Selain itu, penyebaran promo juga dilakukan melalui WhatsApp. Story WhatsApp di kantor ada, lalu semua sales wajib share dan wajib memasang status WhatsApp supaya customer tahu promo yang sedang berjalan. Untuk media sosial sebenarnya sudah ada, tapi efeknya masih kecil. Kebetulan media sosial kami belum bisa dibilang berjalan maksimal karena pengikutnya juga belum terlalu banyak.

4. Penulis: Program apa saja yang biasanya diberikan perusahaan kepada pelanggan?

Narasumber: Kami punya beberapa program. Ada program bulanan, biasanya lebih ke produk tisu. Misalnya beli tiga dus tisu tertentu, nanti bisa tebus murah kertas nasi. Selain itu ada juga program kuartalan. Misalnya beli seratus dus selama tiga bulan berturut-turut, nanti bisa mendapatkan hadiah seperti handphone. Program-program seperti itu kami buat supaya customer lebih tertarik berbelanja.

5. Penulis: Selain program promosi, apakah perusahaan juga memiliki program lain untuk pelanggan?

Narasumber: Ada, kami punya program Loyalty Point. Jadi setiap pembelian produk akan mendapatkan poin. Besarnya poin berbeda-beda karena setiap produk punya keuntungan yang berbeda. Poin itu dikumpulkan selama satu tahun dan bisa ditukarkan dengan hadiah. Dulu sempat ada penukaran emas, tapi waktu itu setelah kami ACC ternyata harga emas naik. Mau tidak mau perusahaan yang menanggung selisihnya, jadi sekarang hadiah emas sudah tidak dipakai lagi.

6. Penulis: Apa yang menjadi keunggulan PT Mitra Abadi Plastik dibandingkan distributor lain?

Narasumber: Yang pertama tentu dari harga. Kami selalu berusaha memberikan harga yang kompetitif. Yang kedua, pilihan produknya lengkap. Kami tidak hanya menyediakan satu atau dua merek, tetapi banyak pilihan sehingga customer bisa menyesuaikan dengan kebutuhannya. Selain itu kami juga menjaga ketersediaan stok dan berusaha memberikan pelayanan yang cepat. Saya maunya customer kalau datang ke PT Mitra Abadi Plastik cukup satu tempat saja. Apa yang mereka butuhkan sebisa mungkin ada di sini, jadi mereka tidak perlu lagi mencari ke distributor lain. Istilahnya kami ingin kebutuhan usaha mereka bisa dipenuhi dalam satu tempat.

7. Penulis: Bagaimana perusahaan menjaga komitmen kepada pelanggan dalam menjalankan kerja sama?

Narasumber: Pernah ada kondisi ketika pesanan customer sudah masuk dan sudah kami ACC, tetapi dari pabrik barang yang dikirim hanya sebagian, sementara sisanya mengalami kenaikan harga. Dalam kondisi seperti itu saya tetap memberikan harga sesuai kesepakatan awal. Memang perusahaan rugi, tapi saya tetap kirim karena saya merasa komitmen kepada customer harus dijaga.

8. Penulis: Bagaimana perusahaan menangani keluhan yang disampaikan pelanggan?

Narasumber: Keluhan dari customer pasti ada. Macam-macam, mulai dari salah kirim barang, keterlambatan pengiriman, stok dari pabrik kosong sampai kualitas barang yang kurang baik. Kalau ada komplain seperti itu kami langsung tindak lanjuti. Kalau berkaitan dengan kualitas produk, saya langsung menghubungi supplier supaya penyebabnya bisa segera dicek. Setelah itu baru kami jelaskan lagi ke customer. Yang paling penting menurut saya jangan sampai customer merasa diabaikan. Walaupun masalahnya belum selesai hari itu juga, minimal mereka tahu kalau keluhannya sedang diproses dan sedang dicarikan solusinya.

9. Penulis: Apa yang paling penting dalam menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan?

Narasumber: Terus terang saya ingin perusahaan berkembang bukan hanya dari sisi omzet. Yang lebih penting adalah mempertahankan kepercayaan customer. Harapannya, walaupun customer tidak sering dihubungi atau tidak sering dikunjungi, hubungan baik yang sudah terjalin tetap terjaga dan mereka tetap bekerja sama dengan PT Mitra Abadi Plastik. Prinsip saya dalam menjalankan bisnis itu take and give. Jadi hubungan dengan customer tidak bisa hanya memikirkan keuntungan perusahaan saja.

10. Penulis: Apa harapan Bapak terhadap PT Mitra Abadi Plastik ke depannya?

Narasumber: Harapan saya perusahaan bisa terus berkembang, bukan hanya dari sisi omzet, tetapi juga semakin dipercaya oleh pelanggan. Saya juga berharap wilayah pemasaran semakin luas, produk semakin lengkap sehingga kebutuhan customer bisa dipenuhi di satu tempat. Selain itu, saya ingin kesejahteraan karyawan juga ikut meningkat karena bagi saya aset perusahaan bukan hanya barang atau gudang, tetapi juga orang-orang yang bekerja di dalamnya.

TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

Narasumber 2

Nama : Neti
Jabatan : Supervisor Global PT Mitra Abadi Plastik
Tanggal : 17 Juni 2026
Proses : Tatap Muka



1. Penulis: Tolong ceritakan sedikit mengenai PT Mitra Abadi Plastik dan perkembangannya sampai sekarang?

Narasumber: PT Mitra Abadi Plastik bergerak di bidang distributor. Produk yang kami jual cukup banyak, mulai dari tisu, plastik, gelas, sampai produk kebutuhan konsumsi lainnya. Selama saya bekerja di sini, perusahaan sudah berkembang cukup banyak. Dulu kami lebih fokus menjual tisu, sekarang produknya sudah semakin lengkap dan berkembang ke berbagai jenis produk plastik. Perkembangan itu juga mengikuti kebutuhan customer yang semakin beragam.

2. Penulis: Bagaimana perusahaan mempertahankan komunikasi dan menjaga hubungan dengan pelanggan?

Narasumber: Komunikasi itu penting sekali karena kalau tidak ada komunikasi, nanti tidak ada feedback dari customer. Untuk menjaga hubungan dengan pelanggan biasanya sales rutin melakukan kunjungan ke toko. Kita untuk pendekatan ya biasanya sales-sales itu sering ada kunjungan. Karena di pasaran bukan cuma kita saja, saingan juga banyak. Jadi kalau sales tidak sering datang ke tempat customer, bisa saja pelanggan beralih ke distributor lain. Hubungan seperti itu memang harus terus dijaga.

3. Penulis: Selama ini perusahaan lebih sering berkomunikasi dengan pelanggan melalui apa?

Narasumber: Paling banyak lewat WhatsApp. Sales biasanya mengirimkan promo, price list, atau informasi produk melalui WhatsApp. Customer juga lebih sering melakukan pemesanan lewat WhatsApp karena lebih mudah dan riwayat percakapannya masih bisa dilihat kalau sewaktu-waktu dibutuhkan.

4. Penulis: Selain melalui WhatsApp, apakah perusahaan juga menggunakan media sosial untuk promosi?

Narasumber: Instagram sebenarnya sudah ada. Cuma memang belum ada yang benar-benar menjalankan atau fokus mengelolanya. Jadi untuk saat ini media sosial belum menjadi media utama dalam kegiatan promosi perusahaan.

5. Penulis: Program apa saja yang biasanya diberikan perusahaan kepada pelanggan?

Narasumber: Kami punya beberapa program promosi. Misalnya untuk produk gelas kopi, kalau customer membeli selama tiga bulan berturut-turut dengan jumlah tertentu, nanti akan mendapatkan bonus seperti handphone atau voucher. Sebelumnya kami juga pernah mengadakan program untuk plastik kantong kresek dengan hadiah voucher Indomaret. Program seperti itu rutin dibuat supaya customer tetap tertarik berbelanja.

6. Penulis: Menurut Ibu, bagaimana perusahaan mempertahankan kepercayaan pelanggan selama bekerja sama?

Narasumber: Menurut saya, kepercayaan pelanggan itu dibangun dari pelayanan yang konsisten dan hubungan yang terus dijaga. Kalau customer sudah percaya sama kita, perusahaan juga harus memberikan timbal balik. Biasanya kami memberikan hadiah atau bonus melalui program-program yang sedang berjalan sebagai bentuk apresiasi kepada pelanggan. Selain itu, sales juga rutin menjaga komunikasi dengan customer sehingga hubungan kerja sama tetap terjalin dengan baik.

7. Penulis: Apa harapan Ibu terhadap perkembangan PT Mitra Abadi Plastik ke depannya?

Narasumber: Harapannya perusahaan bisa terus berkembang, produknya semakin lengkap, dan hubungan dengan customer juga semakin baik. Selain itu, saya berharap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan juga semakin meningkat sehingga customer tetap percaya dan terus bekerja sama dengan perusahaan.

TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

Narasumber 3

Nama : Anis Fuad
Jabatan : Kepala Gudang PT Mitra Abadi Plastik
Tanggal : 17 Juni 2026
Proses : Tatap Muka



1. Penulis: Bagaimana peran bagian gudang dalam mendukung kebutuhan pelanggan?

Narasumber: Kalau untuk tugas saya di sini adalah mengatur operasional gudang. Secara khusus lebih pada bagaimana pengaturan tempat, penempatan barang, kebutuhan barang, penerimaan, dan pengiriman barang. Jadi semua aktivitas di gudang kami usahakan berjalan dengan baik supaya kebutuhan pelanggan tetap bisa terpenuhi.

2. Penulis: Hal apa yang menjadi fokus utama bagian gudang dalam melayani pelanggan?

Narasumber: Yang paling menjadi perhatian kami adalah memastikan barang selalu tersedia. Karena bagian penjualan membutuhkan barang untuk memenuhi pesanan customer. Jadi kami harus memastikan stok tetap terjaga supaya proses distribusi bisa berjalan lancar.

3. Penulis: Produk apa saja yang didistribusikan oleh PT Mitra Abadi Plastik?

Narasumber: Sebagian besar memang produk plastik. Selain itu ada juga tisu, gelas plastik, kertas nasi, dan berbagai produk kebutuhan konsumsi lainnya. Jadi perusahaan menyediakan cukup banyak pilihan produk sesuai kebutuhan pelanggan.

4. Penulis: Keluhan apa yang paling sering diterima dari pelanggan?

Narasumber: Biasanya keluhan yang paling sering berkaitan dengan keterlambatan pengiriman dan ketersediaan barang. Kadang customer sudah kehabisan stok, jadi mereka minta barang segera dikirim. Tapi di sisi lain kami juga harus menyesuaikan dengan kondisi armada dan ketersediaan barang dari supplier.

5. Penulis: Seberapa penting ketersediaan barang bagi pelanggan?

Narasumber: Kalau dari kami itu sangat penting, ya. Soalnya customer kami kebanyakan toko retail. Jadi kalau barangnya nggak ada, mereka juga nggak bisa jualan. Makanya kalau ada keterlambatan pengiriman atau stok kosong biasanya customer langsung menghubungi kami supaya barangnya segera dikirim.

6. Penulis: Apa yang dilakukan perusahaan supaya stok barang tetap tersedia?

Narasumber: Kalau di gudang itu ada yang namanya minimum stock. Minimum stock itu bagaimana kita menyiapkan buffer stock. Buffer stock itu setidaknya pelanggan jangan sampai kehabisan barang. Tapi memang kami juga bergantung pada supplier. Kalau supplier sedang mengalami kendala produksi, kami juga harus terus berkoordinasi supaya kebutuhan customer tetap bisa terpenuhi.

7. Penulis: Apa yang biasanya dilakukan kalau stok barang mulai menipis?

Narasumber: Kami langsung berkoordinasi dengan supplier supaya stok bisa segera dipenuhi. Karena kalau barang sampai kosong, tentu akan berdampak pada pengiriman ke customer. Jadi kami selalu berusaha mengantisipasi sebelum stok benar-benar habis.

8. Penulis: Bagaimana koordinasi antara bagian gudang dengan bagian penjualan?

Narasumber: Makanya di gudang itu kita harus punya yang namanya minimum stock sama buffer stock. Buffer stock ini buat jaga-jaga supaya barang tetap tersedia. Jadi kalau stoknya udah mulai mendekati batas minimum, kita harus segera siapin lagi. Nah, itu yang jadi perhatian kami. Soalnya bagian penjualan kan butuh barang buat customer. Jadi kami harus pastiin barangnya selalu ada dengan menjaga minimum stock sama buffer stock itu.

9. Penulis: Apakah kualitas pelayanan distribusi berpengaruh terhadap pelanggan yang melakukan repeat order?

Narasumber: Ya, yang tadi saya bilang. Kalau untuk customer kita itu kan ketika barangnya tidak tersedia, mereka akhirnya tidak bisa jualan. Ketika barang tersedia dan pengirimannya lancar, mereka bisa langsung menjual kembali. Akhirnya ketika stok mereka habis, mereka akan repeat order lagi. Makanya distribusi itu sangat penting bagi proses order ulang.

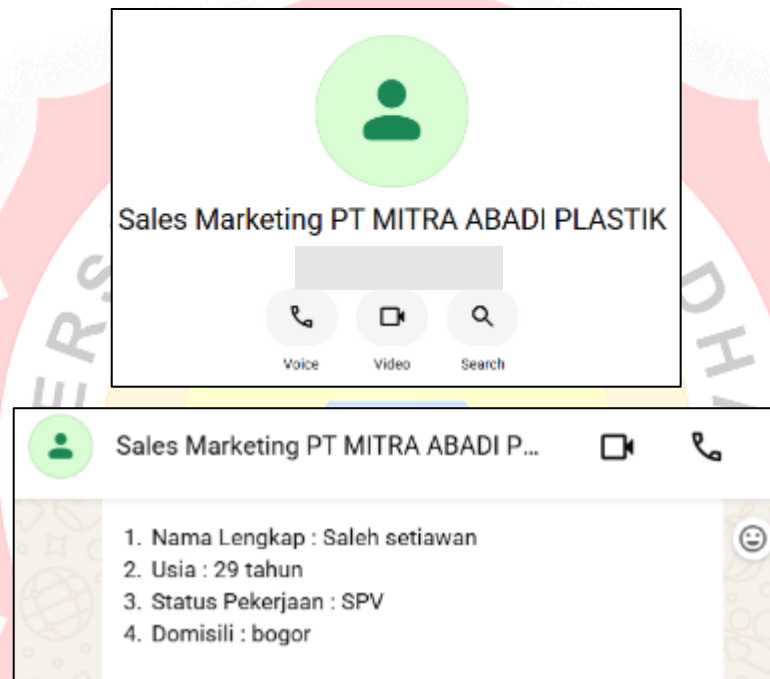
10. Penulis: Apa harapan Bapak terhadap PT Mitra Abadi Plastik kedepannya?

Narasumber: Harapannya tentu operasional gudang bisa semakin baik, ketersediaan barang tetap terjaga, dan proses pengiriman semakin lancar. Dengan begitu kebutuhan pelanggan bisa terus terpenuhi sehingga pelanggan tetap percaya dan nyaman bekerja sama dengan PT Mitra Abadi Plastik.

TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

Narasumber 4

Nama : Saleh Setiawan
Jabatan : Sales Marketing / SPV PT Mitra Abadi Plastik
Tanggal : 23 Juni 2026
Proses : Wawancara tertulis melalui WhatsApp (daring)



1. Penulis: Penulis: Produk apa saja yang didistribusikan oleh PT Mitra Abadi Plastik?

Narasumber: Produk yang dijual yaitu tissue (Passeo, Nice, Jolly, Montiss, Tessa), kertas nasi gajah, Nutrisari, gelas plastik, sedotan, styrofoam, karet, cup jelly/pudding, paper cup, paper bowl, sumpit, tusuk sate, tusuk gigi, mika, lakban, kantong plastik, kantong sampah, plastik PE, plastik PP, sendok garpu plastik, toples, besek, tali, Hit, Downy, Sunlight, kecap Bango, jas hujan plastik, shampo Pantene, Rejoice, tas kain, sarung tangan plastik, sandal Swallow, korek api, kanebo, seal cup, thinwall, susu Cap Tiga Sapi, Mamypoko, dan lain sebagainya.

2. Penulis: Produk apa yang paling banyak diminati pelanggan?

Narasumber: Lima produk yang paling laris yaitu tissue, thinwall, gelas plastik, kantong plastik, dan kertas nasi gajah.

3. Penulis: Mengapa produk-produk tersebut menjadi pilihan utama pelanggan?

Narasumber: Karena produk tersebut dipakai setiap hari untuk kebutuhan rumah dan jualan. Ditambah lagi produk-produk tersebut mereknya sudah kuat di kalangan pelanggan.

4. Penulis: Produk tissue apa yang paling banyak diminati pelanggan?

Narasumber: Untuk tissue yang paling banyak diminati dan memberikan omzet paling besar masih merek Paseo.

5. Penulis: Bagaimana cara menjalin komunikasi dengan pelanggan dalam kegiatan sehari-hari?

Narasumber: Untuk pelanggan biasanya sudah ada rute seminggu sekali untuk visit ke outlet/customer, jadi biasanya komunikasi dilakukan secara langsung. Adapun customer yang tidak terjangkau outletnya biasanya wajib follow up melalui telepon atau chat WhatsApp.

6. Penulis: Bagaimana cara menawarkan atau memperkenalkan produk kepada pelanggan?

Narasumber: Biasanya kami datang membawa sample produk, pendekatan secara personal, serta menawarkan beberapa program bonus atau potongan harga spesial.

7. Penulis: Apa yang dilakukan apabila produk yang dibutuhkan pelanggan sedang tidak tersedia?

Narasumber: Untuk produk yang tidak tersedia, biasanya kami menjelaskan bahwa stok produk tersebut sedang tidak tersedia. Namun kami menawarkan pilihan dengan merek yang berbeda, biasanya dengan harga yang lebih murah. Kami juga menjelaskan bahwa produk tersebut hanya sebagai pelengkap sampai stok produk yang diorder pelanggan tersedia kembali.

8. Penulis: Bagaimana cara menyampaikan informasi harga kepada pelanggan?

Narasumber: Biasanya dengan mengirim price list harga melalui WhatsApp. Selain itu, melalui komunikasi langsung dengan customer juga dijelaskan harga retail dan harga grosir.

9. Penulis: Apakah harga menjadi salah satu pertimbangan pelanggan dalam melakukan pembelian?

Narasumber: Untuk harga memang menjadi faktor utama dalam pembelian. Biasanya karena faktor modal dari outlet sehingga mencari barang yang lebih murah. Selain itu pelanggan juga ingin memperoleh keuntungan yang lebih besar pada produk komoditas.

10. Penulis: Bagaimana perusahaan mengatur proses distribusi agar barang diterima pelanggan tepat waktu?

Narasumber: Untuk saat ini logistik sudah menjadwalkan kiriman setiap minggunya ke outlet yang sudah berjalan. Setiap harinya berbeda area pengirimannya, tetapi setiap minggunya jadwal tersebut sudah tidak akan berubah.

11. Penulis: Bagaimana pelanggan memperoleh informasi mengenai status pengiriman barang?

Narasumber: Biasanya untuk pengiriman barang akan diinformasikan H-1. Untuk status pengiriman biasanya kami bisa mengecek melalui GPS mobil kiriman atau menghubungi langsung sopir kiriman, kemudian menginformasikannya kepada pelanggan.

12. Penulis: Program promosi apa yang biasanya ditawarkan kepada pelanggan?

Narasumber: Untuk metode promosi, beberapa pelanggan menyukai promo bundle untuk barang-barang tertentu. Selain itu, untuk mempertahankan pelanggan agar tetap repeat order biasanya kami juga menawarkan program loyalty point setiap tiga bulan atau satu tahun.

13. Penulis: Bagaimana cara menangani keluhan atau kendala yang disampaikan pelanggan?

Narasumber: Untuk keluhan dan kendala pelanggan biasanya kami langsung datang ke pelanggan, menangani dengan ramah, serta menjelaskan kondisi yang terjadi dengan baik kepada pelanggan.

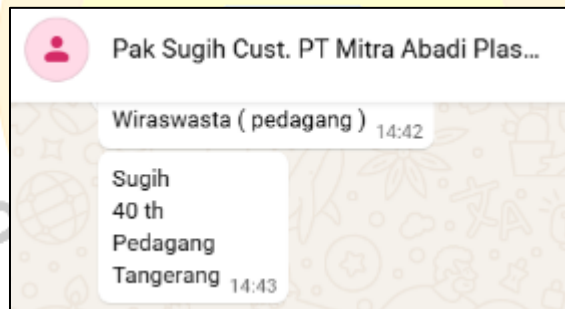
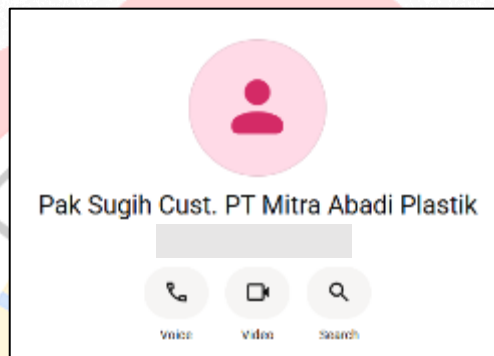
14. Penulis: Bagaimana cara menjaga hubungan baik dengan pelanggan?

Narasumber: Untuk menjaga hubungan dengan pelanggan biasanya kami wajib melakukan kunjungan ke toko minimal satu kali dalam seminggu untuk membahas produk, keluhan customer, kondisi pasar, saling bertukar pikiran, serta memberikan solusi yang terbaik bagi pelanggan.

TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

Narasumber 5

Nama : Sugih
Jabatan : Customer PT Mitra Abadi Plastik
Tanggal : 23 Juni 2026
Proses : Wawancara tertulis melalui WhatsApp (daring)



1. **Penulis:** Sudah berapa lama menjadi pelanggan PT Mitra Abadi Plastik?

Narasumber: Sudah di atas tiga tahun.

2. **Penulis:** Produk apa saja yang biasanya dibeli dari PT Mitra Abadi Plastik?

Narasumber: Item produk yang biasa saya order itu tissue, thinwall, karet gelang, sedotan, mika, dan lain-lain. Banyak item barangnya. Saya cocok belanja di PT Mitra Abadi Plastik karena item barangnya banyak dan lengkap.

3. **Penulis:** Seberapa sering melakukan pembelian dan berapa jumlah pesanan dalam sekali order?

Narasumber: Saya order rutin setiap satu minggu. Biasanya sekali order di atas 10 sampai 25 dus.

4. **Penulis:** Bagaimana pendapat mengenai kualitas produk yang didistribusikan PT Mitra Abadi Plastik?

Narasumber: Untuk kualitas produknya sangat bagus dan berkualitas. Produknya juga cocok untuk kebutuhan di tempat usaha saya.

5. **Penulis:** Bagaimana pendapat mengenai harga produk yang ditawarkan PT Mitra Abadi Plastik?

Narasumber: Harganya sangat kompetitif. Harga juga sangat sebanding dengan kualitas produknya.

6. **Penulis:** Bagaimana perusahaan memberikan informasi mengenai harga dan jadwal pengiriman?

Narasumber: Team sales dan admin sales PT Mitra Abadi Plastik sangat baik, memberikan informasi harga dan info jadwal pengiriman secara rutin.

7. **Penulis:** Bagaimana pengalaman terkait proses pengiriman atau distribusi produk?

Narasumber: Sampai saat ini oke sih, pengiriman on time sesuai jadwal rutin.

8. **Penulis:** Apakah pernah mengalami kendala selama bekerja sama? Bagaimana respons perusahaan ketika terjadi kendala?

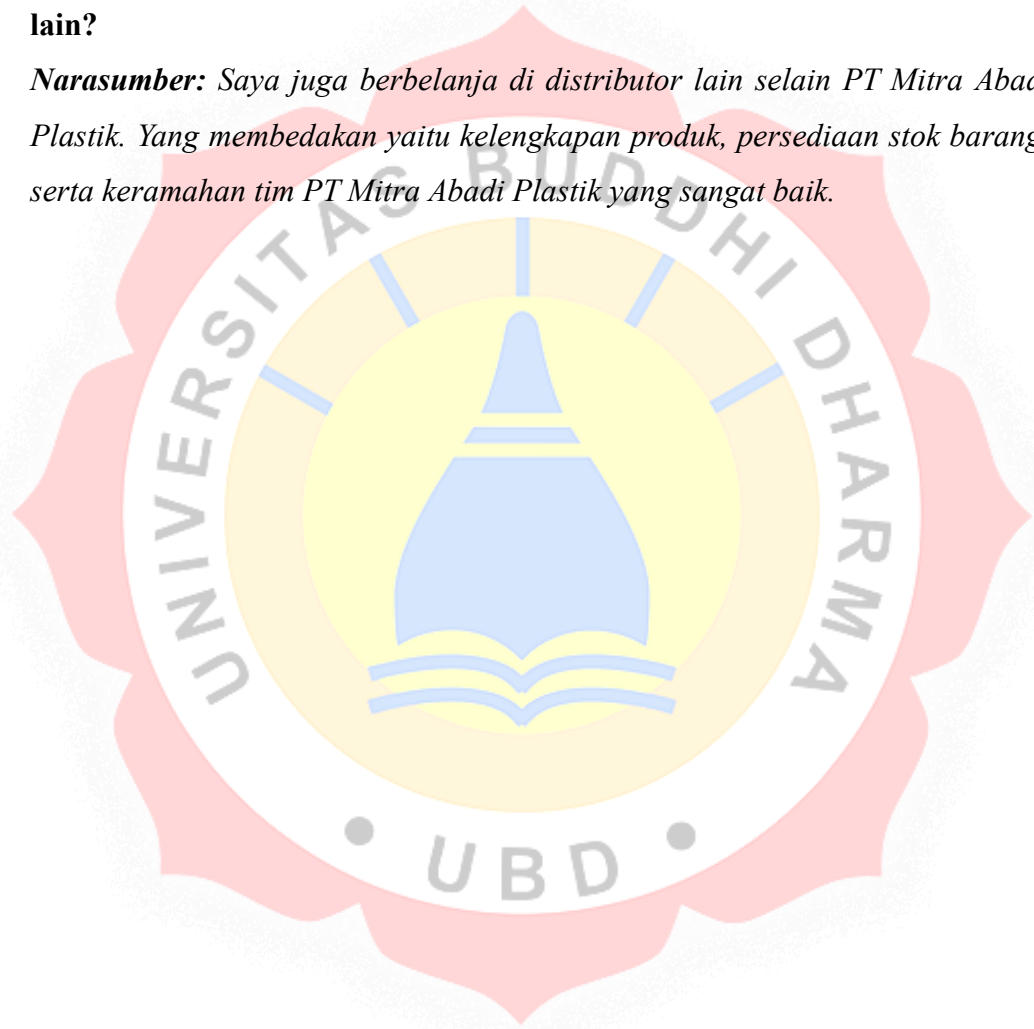
Narasumber: Kalau kendala pasti ada, karena tidak ada yang sempurna. Tapi dari tim PT Mitra Abadi Plastik cepat tanggap dalam menginformasikan ke tempat kami. Contohnya, ketika ada item barang yang saya pesan sedang stoknya kosong, mereka langsung memberi informasi sehingga saya bisa mencari opsi produk yang lain.

9. Penulis: Bagaimana pengalaman selama bekerja sama dengan PT Mitra Abadi Plastik?

Narasumber: Sampai hari ini hubungan bisnis dengan PT Mitra Abadi Plastik sangat nyaman dan bisa dipastikan keberlanjutan bisnis tetap.

10. Penulis: Apa yang membedakan PT Mitra Abadi Plastik dengan distributor lain?

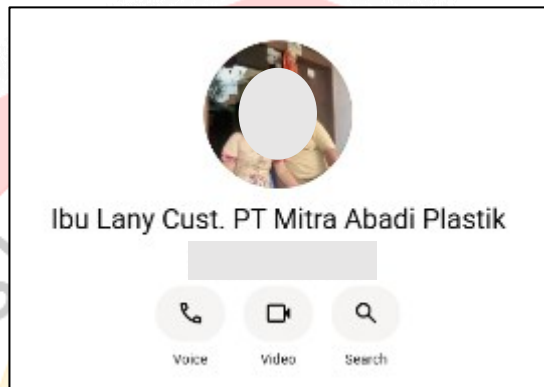
Narasumber: Saya juga berbelanja di distributor lain selain PT Mitra Abadi Plastik. Yang membedakan yaitu kelengkapan produk, persediaan stok barang, serta keramahan tim PT Mitra Abadi Plastik yang sangat baik.



TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

Narasumber 7

Nama : Lany
Jabatan : Customer PT Mitra Abadi Plastik
Tanggal : 24 Juni 2026
Proses : Wawancara tertulis melalui WhatsApp (daring)



1. Penulis: Sudah berapa lama menjadi pelanggan PT Mitra Abadi Plastik?

Narasumber: Saya sudah beli barang di PT Mitra Abadi Plastik sejak kurang lebih dua tahun yang lalu.

2. Penulis: Produk apa saja yang biasanya dibeli dari PT Mitra Abadi Plastik?

Narasumber: Biasanya saya sering order tissue sama karet. Kalau tissue itu saya pakai untuk usaha catering saya.

- 3. Penulis: Seberapa sering melakukan pembelian dan berapa jumlah pesanan dalam sekali order?**

Narasumber: Saya mengikuti stok yang ada. Kalau stok habis ya saya order lagi. Biasanya satu bulan sekali, kadang tiga minggu sekali kalau orderan sedang banyak. Karena saya pedagang, saya biasanya order eceran. Untuk tissue sekitar empat dus dalam satu bulan. Mereknya saya pakai Paseo, sedangkan karetinya merek Royong.

- 4. Penulis: Bagaimana pendapat mengenai kualitas dan variasi produk yang ditawarkan PT Mitra Abadi Plastik?**

Narasumber: Kualitasnya mantap, sesuai sama harga yang diberikan. Apalagi sering ada program bundle, jadi lumayan menguntungkan kalau order di sana. Barangnya juga sesuai dengan kebutuhan usaha saya. Produknya sangat beragam. Waktu itu saya sempat ditawarkan gelas plastik, tapi karena belum perlu jadi saya tidak ambil. Tissue juga banyak pilihannya, kertas nasi juga ada. Hanya saja yang paling sering saya order memang tissue sama karet.

- 5. Penulis: Bagaimana pendapat mengenai harga produk yang ditawarkan PT Mitra Abadi Plastik?**

Narasumber: Harganya cocok sama saya. Kadang kalau harga lagi mahal ya salesnya suka tawarin barang lain yang lebih murah.

- 6. Penulis: Bagaimana perusahaan memberikan informasi mengenai harga produk?**

Narasumber: Oh tentu, saya seringkali diberikan pricelist dan salesnya seringkali menjelaskan harganya secara langsung.

- 7. Penulis: Bagaimana pengalaman terkait proses pengiriman atau distribusi produk?**

Narasumber: Pengiriman aman sejauh ini, tidak ada yang telat. Admin kantornya juga sering memberikan kabar terkait jadwal pengiriman.

- 8. Penulis: Apakah pernah mengalami kendala selama bekerja sama? Bagaimana respons perusahaan ketika terjadi kendala?**

Narasumber: Pasti ada, namanya orang usaha pasti ada saja kendalanya. Waktu itu saya pernah order karet dan jumlahnya kurang. Saya langsung hubungi salesnya sama adminnya. Mereka langsung telepon saya dan responsnya cepat. Meskipun harus diretur, pengirimannya tidak lama.

- 9. Penulis: Bagaimana pengalaman selama bekerja sama dengan PT Mitra Abadi Plastik?**

Narasumber: Karena pelayanannya bagus, saya akan terus order di PT Mitra Abadi Plastik.

- 10. Penulis: Apa yang membedakan PT Mitra Abadi Plastik dengan distributor lain?**

Narasumber: Saya pernah beli di toko lain ketika ada barang yang harus diretur, tapi harganya berbeda dan menurut saya lebih cocok di PT Mitra Abadi Plastik.

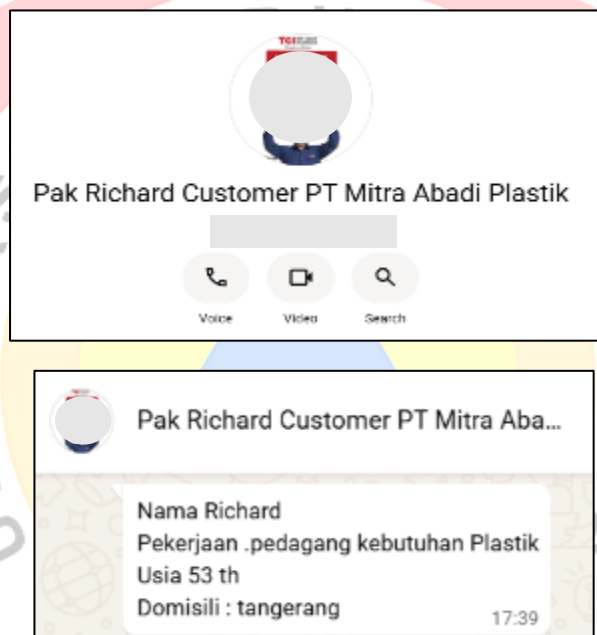
- 11. Penulis: Faktor apa yang membuat tetap percaya untuk bekerja sama dengan PT Mitra Abadi Plastik?**

Narasumber: Pelayanan di PT Mitra Abadi Plastik itu top sekali. Salesnya juga responsif, jadi saya sudah percaya untuk order di PT Mitra Abadi Plastik.

TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

Narasumber 8

Nama : Richard
Jabatan : Customer PT Mitra Abadi Plastik
Tanggal : 24 Juni 2026
Proses : Wawancara tertulis melalui WhatsApp (daring)



1. Penulis: Sudah berapa lama menjalankan usaha dan menjadi pelanggan PT Mitra Abadi Plastik?

Narasumber: Saya sudah hampir 10 tahun menjalankan usaha di bidang plastik jenis packaging. Kurang lebih sudah 10 tahun juga menjadi pelanggan PT Mitra Abadi Plastik.

2. Penulis: Produk apa saja yang dijual pada usaha dan produk apa yang biasanya dibeli dari PT Mitra Abadi Plastik?

Narasumber: Saya menjual berbagai kebutuhan seperti styrofoam, gelas kopi, gelas bubble, kertas nasi, sumpit, tusuk gigi, aneka sedotan, thinwall, mika, dus kue, kantong plastik PE, plastik PP, dan kantong plastik lainnya. Dari PT Mitra Abadi Plastik saya biasanya membeli thinwall, sedotan, mika, gelas-gelas, kertas nasi, tusuk gigi, sumpit, karet, dan lain-lain. Produk dari PT Mitra Abadi Plastik komplit, serta harga yang terjangkau dan kompetitif buat dijual lagi.

3. Penulis: Bagaimana awal mula mengenal PT Mitra Abadi Plastik?

Narasumber: Lewat kunjungan sales. Sales-nya datang ke toko saya dan semua yang ditawarkan sesuai dengan usaha dagang saya.

4. Penulis: Bagaimana pendapat mengenai kualitas produk yang ditawarkan PT Mitra Abadi Plastik?

Narasumber: Untuk kualitas memang berbeda-beda tiap merek. Kebetulan saya cocok dengan produk yang saya ambil dari perusahaan tersebut, serta harganya mampu bersaing dengan merek lain.

5. Penulis: Bagaimana perusahaan memberikan informasi mengenai produk baru maupun perubahan harga?

Narasumber: Selalu, PT Mitra Abadi Plastik selalu menawarkan produk-produk baru kepada saya melalui sales yang datang. Sales itu juga memberikan saran, manfaat, serta keuntungan dari produk yang ditawarkan. PT Mitra Abadi Plastik juga selalu lancar dalam memberikan info-info produk maupun perubahan harga, baik melalui pemilik ataupun melalui sales saat kunjungan.

6. Penulis: Apa yang membuat tetap memilih berbelanja di PT Mitra Abadi Plastik dibanding distributor lain?

Narasumber: Saya sudah lama berhubungan dengan PT MAP karena mereka telah men-support saya dan usaha saya sejak saya masih baru membuka usaha. Support secara produk juga waktu pembayaran. Saya memang membeli di distributor lain juga, tetapi lebih banyak di PT MAP.

7. Penulis: Bagaimana pengalaman terkait proses pemesanan dan pengiriman barang?

Narasumber: Kendala pasti ada. Kadang barang yang saya pesan stoknya kosong atau kendaraan yang dipakai untuk mengirim barang mengalami kendala. Tapi selama ini pelayanannya tetap baik. Misalnya saya order tanggal 2 Mei, nanti kiriman datang tanggal 4 Mei. Jadi kiriman di PT MAP memang sesuai jadwal.

8. Penulis: Bagaimana respons perusahaan ketika terjadi kendala atau keluhan?

Narasumber: Menurut saya itu masih hal yang wajar, karena perusahaan lain bahkan bisa lebih dari tiga hari untuk pengirimannya. Selama ini PT MAP justru memberikan pelayanan yang lebih baik dibanding perusahaan lain.

9. Penulis: Bagaimana pendapat mengenai pelayanan yang diberikan PT Mitra Abadi Plastik?

Narasumber: Menurut saya pelayanannya sudah cukup baik. PT MAP selalu mudah dihubungi ketika saya ingin bertanya, baik mengenai perubahan harga maupun jika ada kesalahan dalam pengiriman barang yang saya pesan.

10. Penulis: Faktor apa yang membuat tetap percaya dan terus bekerja sama dengan PT Mitra Abadi Plastik?

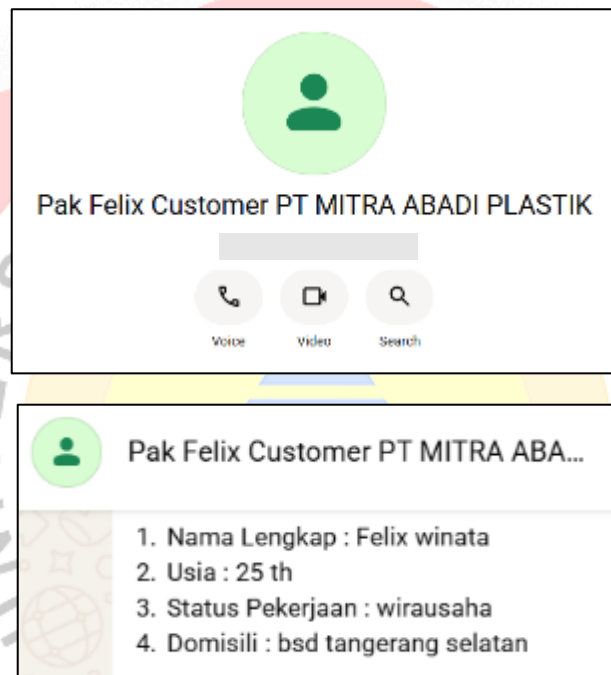
Narasumber: Ya, karena selama ini belum pernah ada kejadian dari salesnya atau perusahaannya perihal nota maupun tagihan. Selain itu, pemilik PT MAP juga sangat dekat dengan para pelanggan, termasuk saya. Beliau sering datang berkunjung dan mendengarkan keluh kesah kami sebagai pedagang kecil.



TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

Narasumber 9

Nama : Felix Winata
Jabatan : Customer PT Mitra Abadi Plastik
Tanggal : 24 Juni 2026
Proses : Wawancara tertulis melalui WhatsApp (daring)



1. Penulis: Sudah berapa lama menjadi pelanggan PT Mitra Abadi Plastik?

Narasumber: Sudah jalan sekitar 4 tahun menjadi pelanggan PT Mitra Abadi Plastik.

2. Penulis: Produk apa saja yang biasanya dibeli dari PT Mitra Abadi Plastik?

Narasumber: Produk yang biasa saya order yaitu plastik LOCO, thinwall Libra, gelas Prima, tissue Passeo, Jolly, tusuk sate, dan sumpit.

3. Penulis: Mengapa memilih berbelanja di PT Mitra Abadi Plastik?

Narasumber: Pertama, barang yang ditawarkan sangat komplit. Semua barang yang ditawarkan di PT MAP merupakan kebutuhan utama di toko saya. Selain itu, harga dan program yang diberikan juga membuat saya tertarik untuk terus order di PT MAP.

4. Penulis: Bagaimana pendapat mengenai kualitas produk yang ditawarkan PT Mitra Abadi Plastik?

Narasumber: Menurut saya kualitas produk, harga, dan pelayanan yang diberikan sudah sebanding.

5. Penulis: Bagaimana perusahaan memberikan informasi mengenai produk baru maupun program promosi?

Narasumber: Iyaa, sering ada program-program, biasanya admin dan sales selalu info dan selalu aktif. Admin via WhatsApp memberikan informasi dan sales biasanya memberikan informasi secara langsung.

6. Penulis: Bagaimana pendapat mengenai komunikasi yang dilakukan oleh admin maupun sales PT Mitra Abadi Plastik?

Narasumber: Menurut saya komunikasi mereka sangat baik dan informatif karena sangat membantu toko retail seperti saya dalam mendapatkan informasi mengenai produk, harga, maupun program yang sedang berjalan.

7. Penulis: Bagaimana pengalaman terkait proses pemesanan dan pengiriman barang?

Narasumber: Sampai saat ini proses pemesanan dan pengiriman tidak ada masalah, selalu tepat waktu. PT MAP juga selalu punya opsi untuk barang yang stoknya kosong.

8. Penulis: Bagaimana respons perusahaan ketika ada kendala?

Narasumber: Menurut saya perusahaan sangat responsif sampai saat ini, sehingga apabila ada kendala selalu diberikan solusi dengan cepat.

9. Penulis: Bagaimana pendapat mengenai harga, pengiriman, dan ketersediaan barang di PT Mitra Abadi Plastik?

Narasumber: Untuk harga, pengiriman, dan barang yang kita butuhkan selalu sesuai dengan apa yang kita order.

10. Penulis: Faktor apa yang membuat tetap percaya dan terus bekerja sama dengan PT Mitra Abadi Plastik?

Narasumber: Saya ingin terus bekerja sama dengan PT Mitra Abadi Plastik karena banyak keuntungan yang saya rasakan dalam menjalankan usaha. Produk yang lengkap, pelayanan yang baik, proses pengiriman yang tepat waktu, serta komunikasi yang aktif dari admin maupun sales membuat saya percaya untuk terus melakukan pembelian di PT Mitra Abadi Plastik.

