

ABSTRAK

Peran sektor bisnis di bidang jasa keuangan yang mencakup bisnis perdagangan valuta asing memberikan peluang pasar yang cukup luas sehingga mendorong berdirinya berbagai usaha sarana perdagangan berjangka. Munculnya perusahaan – perusahaan sejenis dengan berbagai fasilitas dan penawaran produk/jasa yang menarik menimbulkan persaingan yang cukup ketat karena mendorong pelanggan untuk berpindah, sehingga tidak ada keterikatan yang menentukan tingkat kesetiaan/loyalitas. Berbagai strategi diterapkan untuk mempertahankan basis pelanggan (retensi) agar tetap loyal dan meningkatkan retensi pelanggan. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan implementasi retensi pelanggan yang terjadi di PT. Sentratama Investor Berjangka Jakarta. Penelitian ini memiliki 1 variabel yang terdiri dari 10 indikator. Hasil dari penelitian ini menunjukkan implelementasi 6 dari 10 indikator retensi pelanggan di PT. Sentratama Investor Berjangka sudah dilakukan dengan baik tetapi masih ada kekurangan dari 4 indikator lain yang harus diperbaiki.

Kata kunci : retensi pelanggan