

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan program *customer relationship management* yang dilakukan oleh Eiger Setiabudi Bandung diantaranya :

- a. Data dan informasi.

Data pelanggan. Perusahaan memiliki data pelanggan dengan mengadakan event dan dari buku tamu. **Sejarah pelanggan.**

Perusahaan Eiger membentuk (EAST) yang banyak mempengaruhi konsumen dalam pembelian produk Eiger. **Sejarah transaksi.**

Perusahaan Eiger Setiabudi menginventarisir data konsumen yang memang pegiat alam bebas professional yang sudah populer dengan prestasinya. **Tujuan.** Perusahaan Eiger Setiabudi menerima kritik dan saran dari konsumen baik *online* maupun *offline*.

Kebutuhan. Perusahaan Eiger Setiabudi banyak mendukung kegiatan komunitas pegiat alam bebas dan pada akhirnya membuat produk yang dibutuhkan oleh komunitas tersebut. **Keuntungan.**

Perusahaan membuat produk Eiger dengan kualitas yang baik dengan *quality control* yang tinggi , standar internasional, dan diuji coba langsung oleh para pegiat alam bebas professional.

Harapan. Perusahaan Eiger Setiabudi membuat desain produk yang selalu mengikuti perkembangan zaman dengan tidak terlepas dari inovasi teknologinya sendiri. **Pilihan.** Perusahaan Eiger Setiabudi mengetahui komunikasi yang paling disukai oleh pelanggannya, yaitu media sosial *Facebook*. **Baku mutu.** Perusahaan Eiger Setiabudi dalam setiap pembuatan produk selalu melakukan riset dan melakukan uji coba oleh pegiat alam bebas professional.

b. Proses

Kesan positif terhadap layanan perusahaan. Perusahaan Eiger Setiabudi mengoptimalkan aplikasi media social yang dibuatnya.

Kemudahan akses terhadap layanan. Perusahaan Eiger Setiabudi berusaha membuat alur proses jual beli semudah mungkin diantaranya dengan cara *offline* maupun *online*, hal ini di permudah juga dengan menerima pembayaran tunai maupun tidak tunai. **Interaksi selama pelayanan berlangsung.** Wiraniaga dan bagian kasir berusaha memberikan pelayanan terbaiknya kepada konsumen.

c. Teknologi

Website. Perusahaan Eiger Setiabudi memiliki *website* yang mudah di akses dan informatif . **Media social.** perusahaan Eiger Setiabudi memiliki beberapa media social diantaranya facebook, twitter, dan instagram. **Youtube.** Perusahaan Eiger Setiabudi tidak ketinggalan

juga dalam hal ini, sudah banyak produk yang di *upload* ke *Youtube*. **Email**. perusahaan Eiger mempunyai email yaitu info@eigeradventure.com. Perusahaan memaksimalkan layanan *email* untuk menerima dan menanggapi keluhan pelanggan mengenai produk Eiger. **Pesan singkat**. perusahaan Eiger memakai pesan singkat untuk mengirim dan menerima pesan dari pelanggan yang memesan produk Eiger, dan juga menerima keluhan dari konsumen. **Telepon**. Perusahaan Eiger Setiabudi memakai telepon untuk menerima dan menanggapi keluhan dari pelanggan, berikut nomor telepon Eiger : 62-22 589 7788, 62-22 589 7790.

- d. Sumber daya manusia. **Memberikan pelayanan yang prima**. perusahaan Eiger dalam satu tahun dua kali memberikan pelatihan kepada wiraniaga tentang pelayanan yang prima. **Tanggung jawab dalam mengerjakan tugas**. Perusahaan Eiger khususnya bagian sumber daya manusia memberikan penilaian kepada karyawannya supaya mereka bertanggung jawab.
2. Tanggapan pelanggan tentang pelaksanaan *customer relationship management* di Eiger Setiabudi Bandung termasuk dalam kategori cukup baik.
 3. Tingkat loyalitas pelanggan di Eiger Setiabudi Bandung termasuk dalam kategori baik.

4. Terdapat hubungan yang signifikan antara *customer relationship management* dengan loyalitas pelanggan di Eiger Setiabudi dengan tingkat hubungan yang sedang.

5.2 Saran

Dari pembahasan di Bab IV tentang tanggapan pelanggan akan pelaksanaan *customer relationship management* di Eiger Setiabudi Bandung terdapat beberapa masalah, yaitu:

Data dan Informasi

1. Guna menanggulangi permasalahan (**data pelanggan**) “tidak semua pelanggan meyakini bahwa perusahaan memiliki data pelanggan secara spesifik, indikasinya tidak semua pelanggan mengisi buku tamu yang ketika memasuki toko Eiger Setiabudi Bandung, dan wiraniaga yang lagi bertugas tidak menganjurkan atau mengarahkan pelanggan mengisi buku tamu”. Sebaiknya perusahaan Eiger Setiabudi Bandung, khususnya wiraniaga dan kasir menganjurkan atau mengarahkan pelanggan untuk mengisi buku tamu. Semakin banyak database pelanggan, semakin mudah dan luas perusahaan Eiger menginformasikan tentang produk Eiger kepada pelanggan.
2. Guna menanggulangi permasalahan (**sejarah pelanggan**) “dengan adanya tim *EAST*, tidak semua pelanggan terpengaruhi untuk membeli produk Eiger, banyak pelanggan yang lebih mempercayai rekomendasi teman-teman mereka dalam sebuah pemakaian produk

adventure gears”. Sebaiknya perusahaan mengevaluasi pasar mana yang lebih menguntungkan untuk produk *adventure gears*, perusahaan seharusnya mengaktifkan kembali *Eiger Adventure Club*, mendukung kegiatan secara *sustainable* komunitas pecinta alam yang ada di universitas maupun perguruan tinggi, ekstrakurikuler pecinta alam sekolah menengah atas, komunitas pecinta alam umum, dimana mereka akan saling merekomendasikan dari mulut ke mulut yang positif tentang produk Eiger, karena sudah merasakan nilai dan manfaatnya dari suatu produk Eiger, mereka akan rutin membeli produk Eiger karena memang sudah menjadi program reguler yang selalu menjadi kebutuhan akan *adventure gears*.

3. Guna menanggulangi permasalahan (**sejarah transaksi**) “tidak semua *customer* merasa terinventarisir dengan baik oleh perusahaan Eiger Setiabudi Bandung”. Sebaiknya perusahaan Eiger menjadikan prioritas utama pelanggan yang memang belanja rutin kesana, sampai tahu detail nama pelanggan tersebut, tidak menyamaratakan konsumen, memberikan harga yang special.
4. Guna menanggulangi permasalahan (**tujuan**) “masih banyak pelanggan yang memberikan kritik dan saran tetapi tidak di tanggapi dengan serius, hal itu membuat pelanggan tidak puas dan kecewa”. Sebaiknya perusahaan menghargai semua kritik dan saran pelanggan tersebut, dan berusaha memberikan solusi terbaik yang tidak membuat pelanggan kecewa.

5. Guna menanggulangi permasalahan (**kebutuhan**) “program yang di buat oleh perusahaan Eiger Setiabudi Bandung dalam memfasilitasi kegiatan komunitas masih kurang”. Sebaiknya perusahaan Eiger peka terhadap komunitas pegiat alam bebas lainnya, dan berusaha mendekatkan diri dengan komunitas tersebut dengan cara mengadakan kegiatan rutin pendakian bersama, mengadakan kegiatan fotografi alam bebas yang langsung objeknya alam. Hal tersebut mempunyai nilai yang tinggi bagi pelanggan dan juga perusahaan, dimana perusahaan bisa melakukan observasi kebutuhan apa saja yang di perlukan mereka selama di lapangan.
6. Guna menanggulangi permasalahan (**keuntungan**) “tidak semua pelanggan meyakini akan kualitas produk Eiger, walaupun sudah di uji oleh tim *outdoor expert*”. Sebaiknya perusahaan menginformasikan tentang produknya yang sudah di uji tersebut dengan cara mengundang komunitas pegiat alam bebas dan lainnya, dimana tim *outdoor expert* memaparkan produk Eiger yang telah di uji tersebut bagaimana kelebihan dan kekurangannya, untuk kekurangannya tersebut kembali di evaluasi oleh tim riset perusahaan Eiger. setelah di evaluasi baru perusahaan Eiger *launching* produk Eiger tersebut dengan segala kelebihannya.
7. Guna menanggulangi permasalahan (**harapan**) “Inovasi yang di lakukan oleh perusahaan Eiger berupa ransel dan sandal baik dari segi teknologi dan fungsinya, kurang begitu sesuai dengan harapan

pelanggan”. sebaiknya perusahaan dalam sebuah pembuatan dan inovasi produk melibatkan pelanggan secara langsung (partisipasi) dalam proses pembuatan sebuah produk, perusahaan meminta saran kepada pelanggan tentang produk Eiger yang akan di buatnya sekaligus survey keinginan pelanggan tentang produk Eiger yang akan di buat oleh perusahaan Eiger, dari itu perusahaan mempunyai sedikit gambaran tentang produk Eiger apa yang di inginkan pelanggan.

8. Guna menanggulangi permasalahan (**pilihan**) ”tidak semua pelanggan merasakan bahwa perusahaan Eiger memahami media komunikasi yang yang disukai mereka, banyak akun media sosial Eiger yang tidak tersosialisasikan kepada pelanggan”. Sebaiknya perusahaan Eiger dalam setiap kegiatannya selalu menginformasikan bahwa mereka mempunyai banyak media komunikasi yang bisa di akses oleh pelanggan baik *online* maupun *offline*.
9. Guna menanggulangi permasalahan (**baku mutu**) “program yang di jalankan Eiger (*designed, developed, and tested*) kurang mendapat kepercayaan dari konsumen, mereka membutuhkan lisensi atau sertifikat lulus uji yang di akui oleh internasional (CE dan UIAA), khususnya untuk produk *rock climbing*”. Sebaiknya perusahaan Eiger memasang setiap sertifikat lulus uji di tokonya, hal tersebut membuat yakin dan percaya bahwa produk tersebut sudah standar internasional, dan jika ada yang belum tersertifikasi, maka segera tempuh jalan tersebut demi mendapatkan kepercayaan dari pelanggan.

Proses

1. Guna menanggulangi permasalahan (**kesan positif terhadap layanan perusahaan**) “konsumen tidak merasakan adanya *sharing* seputar pengetahuan produk ketika ada di toko Eiger Setiabudi Bandung, mereka membeli produk Eiger berdasarkan pengetahuan produk mereka sendiri, bukan dari wiraniaga, dan wiraniaga tidak tahu sebenarnya apa kebutuhan konsumen saat pelanggan datang ke toko Eiger Setiabudi Bandung”. Sebaiknya perusahaan Eiger selalu berusaha memberikan yang terbaik dalam pelayanannya, dimana wiraniaga tidak sungkan memberikan pengetahuan produk kepada calon pembeli yang memang mau membeli atau tidak membeli, sampai bisa merekomendasikan kepada calon pembeli tentang produk apa yang cocok untuk mereka beli sesuai dengan kebutuhannya.
2. Guna menanggulangi permasalahan (**kemudahan akses terhadap layanan**) “konsumen yang menanyakan informasi produk, mendapat respon yang lama dari perusahaan Eiger (kurang cepat tanggap yang membuat konsumen menunggu). sebaiknya perusahaan Eiger baik *online* maupun *offline* memberikan pelayanan cepat tanggap dengan apa yang di tanyakan oleh pelanggan, hal tersebut akan meninggalkan kesan positif kepada perusahaan.
3. Guna menanggulangi permasalahan (**interaksi selama pelayanan berlangsung**) “konsumen tidak merasakan adanya pelayanan yang baik oleh wiraniaga selama mereka melakukan pencarian barang

sampai ke memutuskan membeli dan melakukan pembayaran di tempat kasir”. Sebaiknya perusahaan Eiger berusaha menganggap kepada setiap pelanggan yang datang ke toko sebagai teman, dimana disana terjadi keakraban, komunikasi tidak kaku yang membuat konsumen nyaman ketika berada di toko Eiger Setiabudi Bandung.

Teknologi

1. Guna menanggulangi permasalahan (**website**) “Konsumen merasakan website Eiger memberikan sedikit informasi tentang produk Eiger, sampai ke harga pun tidak di tampilkan. Konsumen harus tetap datang ke toko apabila mau melihat semua produk Eiger. Perusahaan Eiger belum mempersiapkan penjualan *online* dalam websitenya www.eigeradventure.com yang ada hanya di outliveshop.com yang membuat bingung calon pembeli”. Sebaiknya perusahaan Eiger memasang semua produk di websitenya, memberikan informasi harganya, perusahaan Eiger harus memfasilitasi konsumen yang mau belanja *online*, hal tersebut memudahkan konsumen dalam proses pembelian produk Eiger.
2. Guna menanggulangi permasalahan (**media social**) “konsumen tidak tahu sama sekali dengan adanya media social Eiger”. Sebaiknya perusahaan Eiger selalu mensosialisasikan dan menginformasikan tentang media sosialnya pada setiap kegiatan Eiger dan menambahkan sebagai teman setiap pelanggan yang mempunyai media social.

3. Guna menanggulangi permasalahan (**youtube**) “konsumen tidak mengetahui sama sekali tentang Eiger memanfaatkan konten *youtube* sebagai salah satu media informasi tentang produknya. Sebaiknya perusahaan menginformasikan kepada pelanggan bahwa Eiger memanfaatkan *youtube* sebagai media informasi tentang produknya, dan memberikan edukasi tentang berkegiatan di alam bebas yang aman dan nyaman secara *sustainable*.”
4. Guna menanggulangi permasalahan (**email**) “konsumen menganggap *email* Eiger tidak di kelola secara bermanfaat dan berkelanjutan, mereka menganggap konten *email* yang di buat oleh Eiger tidak serius menangani keluhan konsumen”. Sebaiknya perusahaan Eiger selalu aktif dalam semua media komunikasinya dengan konsumen, termasuk *email*. Perusahaan Eiger tidak bisa memukul rata setiap konsumennya. Ada yang biasa buka email, ada juga konsumen yang aktif dengan media sosialnya. Maka dari itu perusahaan Eiger harus memaksimalkan media komunikasinya. Perusahaan Eiger harus mempunyai karyawan yang memang focus pada penanganan keluhan konsumen, tidak sebatas formalitas saja.”
5. Guna menanggulangi permasalahan (**pesan singkat**) “konsumen tidak merasakan adanya ucapan selamat hari raya, dan ucapan selamat hari ulang tahun kepada mereka”. Sebaiknya perusahaan Eiger konsisten memberikan ucapan selamat hari raya dan ucapan selamat ulang tahun

kepada pelanggannya, agar membangun ikatan emosional antara perusahaan Eiger dengan pelanggannya.

6. Guna menanggulangi permasalahan (**telepon**) “konsumen tidak merasakan penanganan cepat tanggap dari pihak *call center* Eiger yang membuat konsumen kecewa terhadap pelayanan *call center* Eiger”. Sebaiknya perusahaan Eiger mempunyai karyawan yang professional pada penanganan keluhan konsumen, tidak sebatas formalitas saja, karena hal ini sangat berpengaruh terhadap citra perusahaan Eiger sendiri.

Sumber daya manusia

1. Guna menanggulangi permasalahan (**memberikan pelayanan yang prima**) “konsumen merasa tidak di sambut dengan ramah dan murah senyum, apalagi responden yang datang hanya melihat produk Eiger saja, tidak membelinya, semakin kelihatan wiraniaga Eiger bahwa murah senyumnya itu sebatas *standar operating procedure* seorang wiraniaga, tidak secara tulus melayani konsumen”. Sebaiknya perusahaan Eiger memberikan hak (insentif dan kesejahteraan) yang sesuai kepada karyawannya. Perusahaan Eiger bisa menuntut kewajibannya jika sudah memberikan hak karyawan yang sesuai. Perusahaan harus rutin memberikan pelatihan dan penilaian atas kinerja mereka, agar mereka bekerja maksimal dalam pelayanan kepada konsumen.

2. Guna menanggulangi permasalahan (**tanggung jawab dalam mengerjakan tugas**) “konsumen tidak mendapatkan pengetahuan produk dari wiraniaga Eiger tentang produk yang mau di beli oleh mereka. Wiraniaga lebih cenderung bagaimana caranya produk Eiger cepat terjual tanpa menghiraukan keluhan konsumen karena kurangnya informasi tentang pengetahuan produk sesuai dengan fungsi dan kebutuhannya. Konsumen tidak merasakan wiraniaga Eiger mendengarkan hasrat dan kegelisahan mereka. Sebaiknya perusahaan Eiger mengkaji dan mengevaluasi kembali tentang kinerja wiraniaga, apakah mereka sanggup dengan tanggung jawabnya sebagai wiraniaga yang sopan, santun, mempunyai etika dan berwawasan luas tentang kegiatan alam bebas. Jika tidak, perusahaan Eiger harus menambahkan karyawan yang pada dasarnya memang pegiat alam bebas yang mengetahui tentang kegiatan alam bebas dan berpengalaman, dimana karyawan tersebut bertugas mengisi kekurangan dari wiraniaga diantaranya memberikan pengetahuan produk kepada konsumen, mendengarkan hasrat dan kegelisahan konsumen, bisa merekomendasikan produk apa yang cocok untuk di beli konsumen sesuai dengan fungsi dan kebutuhannya.