

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berikut dapat diambil kesimpulan perihal analisa Aktivitas Customer Relations Perusahaan Daerah Air Minum Batang dalam Menjaga Hubungan dengan Pelanggan Tahun 2016 yang berjalan berdasarkan uraian 3 bab sebelumnya:

Dalam menjalankan suatu usaha tentu perlu perencanaan yang tepat agar sasaran awal perusahaan dapat tercapai. Perencanaan *customer relations* tidak dapat dipisahkan dari manajemen, untuk tahap pertama yakni tahap merancang media periklanan. Perusahaan Daerah Air Minum Batang dalam merancang media periklanan telah sesuai dengan tujuan komunikasinya yaitu untuk menarik minat calon pelanggan baru. Media periklanan yang digunakan Perusahaan Daerah Air Minum Batang yakni majalah, brosur, koran, kalender, dan *website*. Majalah Perusahaan Daerah Air Minum Batang memiliki kekurangan berupa masih dibuat dengan sederhana. Sedangkan kekurangan brosur Perusahaan Daerah Air Minum Batang berupa faktor bentuk, faktor warna, faktor ilustrasi, faktor bahasa dan faktor huruf. Selanjutnya koran Perusahaan Daerah Air Minum Batang juga mempunyai kekurangan berupa terbitannya, dalam seminggu hanya terbit sekali dihari rabu. Begitu juga dengan kalender Perusahaan Daerah Air Minum Batang memiliki kekurangan berupa umurnya terbatas maksimal 1 tahun, tidak semua orang tidak bisa melihat/membacanya karena penempatannya

terbatas pada ruangan tertentu. *Website* pada Perusahaan Daerah Air Minum Batang juga memiliki kekurangan secara teknis yakni terkadang sulitnya mengakses *website* Perusahaan Daerah Air Minum Batang dan terkadang *website* Perusahaan Daerah Air Minum Batang mengalami eror yang dikarenakan adanya pembenahan pada *website* tersebut.

Kedua *customer relations* Perusahaan Daerah Air Minum, kegiatan yang bersifat layanan informasi dan mengenai keluhan pelanggan (*customer care*) yang dilakukan Perusahaan Daerah Air Minum Batang merupakan kegiatan kerja rutin *customer relations* seperti layanan informasi *customer* dan *complain* serta menangani keluhan-keluhan pelanggan. Kekurangan pada *customer care* ini yakni masih kurang tepat proses mengatasi keluhan yang dirasakan pelanggan.

Ketiga kegiatan *customer gathering* (acara temu muka dengan pelanggan), kegiatan ini merupakan wujud nyata dan sesuai dengan penerapan perusahaan yakni untuk menjalin keakraban serta hubungan yang harmonis dengan pelanggan. Kekurangan pada *customer gathering* berupa pelaksanaan kegiatan *customer gathering* seperti diadakannya acara kumpul bersama hanya dilakukan dua bulan sekali sehingga belum terjalin keakraban dengan pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis memberikan saran akademis dan saran praktis.

a. Saran untuk merancang media periklanan

Perusahaan Daerah Air Minum Batang harus melakukan inovasi agar produk mereka dapat diterima oleh pelanggan, baik itu dari segi produk maupun pelayanannya serta kegiatan penyampaian informasi tentang produk yang diberikan Perusahaan Daerah Air Minum Batang melalui media periklanan sehingga informasi yang disampaikan dapat dimengerti dan diterima dengan baik oleh pelanggan. Hal ini sesuai dengan pernyataan konsumen, bahwa kegiatan penyampaian informasi sebagai merancang media periklanan yang dilakukan Perusahaan Daerah Air Minum Batang sudah diterima dengan baik dan dimengerti oleh para pelanggan. Terbukti bahwa merancang media periklanan yang disampaikan Perusahaan Daerah Air Minum Batang sudah menjelaskan secara detail sehingga para pelanggan paham maksud dan tujuan merancang media periklanan tersebut. Untuk majalah sebaiknya pesan yang disampaikan dapat dikembangkan lagi dan dibuat dengan lebih menarik agar sasaran atau pembaca akan mengingat dan memahami isi pesan dari iklan tersebut. Untuk brosur, Perusahaan Daerah Air Minum Batang merupakan perusahaan besar seharusnya menggunakan brosur dengan ukuran lumayan besar dan menggunakan persegi empat yang dilipat menjadi empat bukan dilipat dua sehingga pesan tersebut dapat disampaikan secara lengkap, faktor warna pada

brosur seharusnya memakai warna yang cerah untuk menarik pelanggan baru, apabila pesan disampaikan dengan gambar maka diusahakan agar warnanya sesuai dengan gambar aslinya, faktor ilustrasi seharusnya perusahaan menggunakan ilustrasi gambar Perusahaan Daerah Air Minum Batang lebih menarik lagi supaya mendukung pesan yang disampaikan, faktor bahasa Perusahaan Daerah Air Minum Batang sebaiknya menggunakan bahasa yang singkat, jelas dan komunikatif, hal ini agar pelanggan yang membaca brosur tersebut berminat, mengerti dan menambah pengetahuannya tentang pesan yang akan disampaikan, faktor huruf sebaiknya Perusahaan Daerah Air Minum Batang menggunakan kalimat yang menarik, jelas, sederhana dan mudah dibaca atau dicerna sehingga mudah untuk diingat oleh pelanggan. Koran pada Perusahaan Daerah Air Minum Batang seharusnya terbit maksimal 2 atau 3 kali dalam seminggu sehingga pelanggan dapat mengetahui kegiatan selanjutnya dan dapat mengetahui peningkatan kinerja perusahaan. Kalender Perusahaan Daerah Air Minum Batang dalam peredaran dan publikasi seharusnya dapat beredar dan mempublikasikannya lebih luas seperti brosur. Untuk *website*, secara teknis Perusahaan Daerah Air Minum Batang harus mempunyai *website* kedua, bila mengalami sulit untuk diakses dan mengalami eror maka ada *website* cadangan sebagai pengganti untuk pelanggan agar pelanggan tetap bisa mengakses website Perusahaan Daerah Air Minum Batang.

b. Saran untuk merancang *Customer care*

Perusahaan Air Minum Batang seharusnya lebih responsive dalam menerima masukan masukan berupa pesan-pesan yang disampaikan oleh pelanggan. Isi pesan dalam customer care ini yakni penanganan komplain akan lebih efektif apabila *customer relations* mampu mengatasi keluhan dari pelanggan secara cepat, tepat dan akurat.

c. Saran untuk merancang *Customer gathering*

Dalam menjalankan kegiatan *customer gathering* Perusahaan Daerah Air minum menjalin hubungan baik dengan pelanggan dengan cara bersilaturahmi dengan pelanggan. Hanya saja kegiatan silaturahmi yang dilakukan oleh Perusahaan Daerah Air Minum Batang belum terlaksana dengan baik. Hal ini ditunjukkan dari proses yang dilaksanakan hanya bersifat sesuai kebutuhan saja. Sedangkan akan lebih baik jika kegiatan tersebut dilakukan dalam kurun waktu yang telah dipersiapkan. Dengan begitu, tahapan dan proses kegiatan *customer gathering* akan berjalan dengan maksimal.

d. Saran untuk peneliti lain mengukur terhadap kepuasan pelanggan

Bagi para Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya *Public Relations* bahwa aktivitas *customer relations* sangat berpengaruh sekali bagi suatu organisasi atau perusahaan yaitu dalam membangun hubungan baik dengan pelanggan. Karena

dengan menjalin hubungan baik tersebut, maka tujuan dari organisasi atau perusahaan dapat tercapai sesuai dengan yang direncanakan.

e. Saran Praktis

Sebagai perusahaan profit yang bergerak dalam bidang *consumer goods* diperlukan suatu kinerja *Public Relations* secara maksimal dalam rangka menciptakan *image* yang baik. Karena *Public Relations* memiliki peranan yang penting dalam membina dan membangun hubungan yang harmonis dengan *stakeholder* terutama *customer*.

Untuk itu peneliti memberikan beberapa masukan dan saran kepada *Customer Relations* Perusahaan Daerah Air Minum Batang:

- 1) Kegiatan *customer relations* seperti demonstrasi, *customer gathering* dan kegiatan lain yang biasa dilakukan oleh perusahaan umumnya dalam berhubungan dengan konsumen sebaiknya *Customer Relations* Perusahaan Daerah Air Minum Batang juga mengadakan programnya bukan hanya di bagian operasional saja.
- 2) Untuk pelayanan kepada pelanggan sebaiknya tidak ada perbedaan antara pelanggan yang kecil dan pelanggan yang besar. Karena semua pelanggan memiliki peranan yang sama pentingnya yaitu sebagai sumber pendapatan bagi perusahaan.