

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian strategi *Customer Relationship Management* UKM My Happy Pets dalam meningkatkan jumlah *reseller* pada tahun 2015, penulis menemukan beberapa kesimpulan, berikut adalah kesimpulan yang ditemukan oleh peneliti:

1. Melakukan *Customer Relationship Management*

*Customer Relationship Management* yang dilakukan My Happy Pets adalah membina hubungan baik kepada *reseller* agar tercipta ikatan emosional antara My Happy Pets dan *reseller*. *Customer Relationship Management* My Happy Pets memiliki konsep *quality not quantity* yang artinya My Happy Pets memprioritaskan kualitas dibandingkan kuantitas. Untuk membangun *Customer Relationship* yang dilakukan My Happy Pets memiliki tujuan untuk mempertahankan *reseller* terlebih dahulu baru kemudian menambah *reseller*.

Implementasi *Customer Relationship* mempunyai fungsi sebagai mempertahankan *reseller* yang ada dan meningkatkan penjualan produk sehingga dapat meningkatkan pendapatan. My Happy Pets belum menerapkan efisiensi operasional seperti pelayanan yang prima padahal My Happy Pets tidak dapat melayani secara maksimal.

## 2. Strategi *Customer Relationship Management*

Saat melakukan program *Customer Relations*, My Happy Pets memiliki semua strategi *Customer Relationship Management* seperti yang disebutkan oleh Thompson (2001) seperti loyalitas, kepuasan pelanggan dan retensi pelanggan. Untuk mendapatkan loyalitas *reseller*, My Happy Pets menggunakan program penawaran, pemberian produk berupa bonus, *visiting* dan menjaga kualitas. Untuk memperoleh kepuasan pelanggan, My Happy Pets melakukan program pemberian bonus dan menjaga kualitas produk. Sedangkan untuk melakukan retensi pelanggan, My Happy Pets menggunakan penawaran seperti *door to door* kepada *reseller* yang dapat dijangkau, penawaran di media sosial untuk menjangkau *reseller* yang berada di luar Kota Yogyakarta dan Jawa Tengah dan tentunya menjaga kualitas dari produk sehingga memperoleh kepuasan dari *reseller*.

## 3. Faktor pendukung dan penghambat *Customer Relations* My Happy Pets

Dalam melaksanakan bisnisnya, My Happy Pets memiliki faktor pendukung yaitu pegawai yang satu visi dengan perusahaan, melakukan penawaran lewat media sosial dan melakukan perubahan-perubahan yang lebih baik lagi. Sedangkan faktor penghambat My Happy Pets adalah terkendala oleh ekspedisi, yang

dimana pengiriman barang di luar Kota Yogyakarta menggunakan ekspedisi yang sering terlambat dan proses produksi yang lamban.

## **B. Saran**

Rekomendasi penulis kepada UKM My Happy Pets untuk meningkatkan jumlah *reseller* adalah:

1. Saran untuk UKM My Happy Pets
  - a. Menyeimbangkan antara kualitas dan kuantitas dengan cara menambah pegawai pada divisi produksi untuk menyanggupi permintaan *reseller*
  - b. Dalam membangun kepuasan pelanggan hal lain yang harus diperhatikan adalah pelayanan yang prima. Pelayanan yang prima secara maksimal memerlukan orang yang khusus menangani pelayanan kepada *reseller*. Pelayanan kepada *reseller* untuk menangani keluhan, kritik dan saran baik secara langsung maupun lewat media sosial.
  - c. Dalam melakukan *visiting* sebaiknya dijadwalkan karena akan mempertahankan *reseller* secara terus menerus dan agar tidak mengalami penurunan penjualan.
  - d. Perlu menambah pegawai untuk membantu kinerja produksi barang karena saat penulis melakukan observasi, My Happy Pets kekurangan tenaga kerja sehingga setiap pekerjaan dilakukan tergesa-gesa dan tidak mampu menerima

permintaan yang besar. Padahal saat ini *reseller* My Happy Pets sekarang sudah sangat banyak.

- e. My Happy Pets menambah penawaran di media sosial dengan cara bergabung dengan forum jual beli online seperti *olx.co.id*, *bukalapak.com* dan *tokopedia.com* karena sekarang ini forum jual beli online sedang digemari masyarakat.
- f. My Happy Pets mengikuti seluruh *special events* secara rutin yang bertema binatang peliharaan tidak hanya kucing agar usahanya semakin diminati calon reseller. Kemudian memilih lokasi booth yang strategis untuk mendapatkan perhatian calon pembeli

2. Saran untuk penelitian selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, dalam penggunaan metode dapat menggunakan jenis penelitian dengan pendekatan kuantitatif karena dengan jenis pendekatan tersebut dapat melihat secara jelas keberhasilan Strategi *Customer Relationship Management (CRM)* yang dilakukan oleh My Happy Pets.