

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Legend Coffee, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan strategi yang digunakan Legend Coffee dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada dasarnya sangat diperhatikan dan dijalankan dengan sebagaimana mestinya. *Customer relations* menjadi hal yang diperhatikan karena pada umumnya setiap perusahaan membutuhkan para pelanggan untuk dapat selalu menggunakan jasa layanan maupun fasilitas perusahaan yang ditawarkan kepada pelanggan sehingga perusahaan akan dapat tetap bertahan dan mampu bersaing dengan perusahaan lainya.

Legend Coffee sesungguhnya belum memiliki divisi atau bagian khusus yang spesifik mengenai hubungan dengan pelanggan (*customer relations*), namun hubungan dengan para pelanggan Legend Coffee tetap terbina dan berjalan dengan cukup baik. Selama ini *customer relations* di Legend Coffee dilakukan oleh bagian marketing komunikasi, namun pada dasarnya bagian-bagian tersebut diberi wewenang untuk berfungsi ganda dalam menjalankan promosi penjualan perusahaan dengan segala bentuk produk dan fasilitas yang ada. Serta mengupayakan penyelesaian masalah dan keluhan pelanggan yang terjadi dan selalu berupaya untuk memberikan pelayanan semaksimal mungkin untuk pelanggan agar menciptakan hubungan yang harmonis.

Dengan adanya hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan pada nantinya, diharapkan konsumen akan loyal untuk senantiasa menggunakan layanan jasa atau fasilitas dari perusahaan yang mana sebaliknya pula bagi perusahaan harus dapat memberikan atau memenuhi keinginan pelanggan.

Strategi *customer relations* yang digunakan oleh Legend Coffee berdasarkan data yang diperoleh adalah strategi *relationship marketing*, kegiatan ini menitik berat pada usaha untuk selalu menjalin hubungan yang baik dengan para pelanggan. Aktivitas *customer relations* Legend Coffee dengan menggunakan strategi tersebut berupa menjalin kerja sama dengan menjadi media *partner* bagi pelanggan yang akan melaksanakan *event* yaitu dengan cara membantu dalam penjualan tiket yang biasa disebut dengan *ticket box*, selain itu Legend juga melaksanakan *event* rutin seperti *anniversary* Legend Coffee yang diadakan setiap tahunnya serta *event-event music* yang dilaksanakan pada waktu tertentu seperti Go A Head Legend yang bekerja sama dengan pihak PT.HM Sampoerna Yogyakarta, nonton bareng pertandingan sepak bola, Festival musik akustik Legend Coffee, yang mana kegiatan seperti ini yakni agar hubungan yang tercipta dengan pelanggan tetap selalu terjaga dan terjalin dengan baik.

Pelaksanaan kegiatan strategi *customer relations* pada kegiatan pelaksanaan strategi terdapat beberapa faktor pendukung dan faktor penghambat dalam melaksanakannya faktor pendukungnya adalah pihak Legend memprioritaskan dalam hal pelayanan dengan fokus kepada *service of*

*excellence* yang dilakukan oleh seluruh karyawan terutama *waiters* yang berhubungan langsung dengan pelanggan dengan menerapkan *service of excellence* dengan selalu memberikan pelayanan prima kepada pelanggan sejak pelanggan memasuki cafe hingga meninggalkan cafe, disamping itu agar para pelanggan tidak merasa monoton akan hadirnya layanan yang sama setiap datang ke cafe, maka Legend Coffe juga menyuguhkan fasilitas layanan tambahan yang tersedia yaitu *games* baik elektronik maupun non elektronik, *free wifi*, fasilitas tempat *out door* dan *in door* serta *live music* yang tersedia di cafe. Segala fasilitas dan pelayanan yang diberikan semata hanya untuk mendapatkan kepuasan pelanggan dan memertahankan loyalitas pelanggan.

Sedangkan faktor penghambat yang dialami oleh Legend yaitu pada pelaksanaan *Customer Relationship Management* dimana dalam pelaksanaannya Legend Coffee masih melakukannya secara acak dan belum tersistem sehingga kegiatan tersebut belum berjalan dengan lancar seperti dalam pemberian *reward* kepada pelanggan masih dilakukan secara acak karena tidak memiliki kartu pelanggan sehingga tidak bisa dilakukan pendataan dan pengukuran pelanggan yang sudah menjadi pelanggan tetap Legend Coffee pihak manajemen hanya menilai secara subjektif akan hal tersebut.

*Complaint handling* dalam pelaksanaan *complaint handling* pihak Legend menggunakan media sosial sebagai wadah utama dalam menampung keluhan, kritik maupun saran yang diberikan oleh pelanggan media sosial yang

digunakan yaitu facebook, twitter, instagram, path dan wibesite. Dalam menangani *complaint* yang diberikan oleh pelanggan melalui media tersebut Legend melaksanakannya dengan cukup baik seperti membalas *comment* dan *mention* yang diberikan pelanggan dengan mengucapkan permintaan maaf atas ketidakpuasan yang dirasakan oleh pelanggan, hal tersebut menunjukkan bahwa pihak Legend peduli terhadap pelanggan, namun demikian pihak Legend kurang memperhatikan dan mengoptimalkan media sosial yang dimiliki seperti jarang memperbarui informasi yang ada di website sehingga informasi yang ada di media sosial dan website tidak sinkron.

Evaluasi pelaksanaan strategi *customer relations*, dalam pelaksanaan evaluasi berdasarkan data yang diperoleh pihak Legend Coffee belum sepenuhnya memperhatikan pada kegiatan *customer reations* yang dilaksanakan pihak manajemen hanya memfokuskan kepada pelaksanaan kinerja karyawan yang dilakukan setiap harinya.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, maka peneliti memiliki beberapa saran, diantaranya sebagai berikut:

1. Pihak Legend Coffee hendaknya lebih menfokuskan pada *job descriptions* yang sesuai dengan fungsi pada divisinya masing-masing sehingga tidak menimbulkan *double job* seperti divisi marketing yang sekaligus menjadi humas perusahaan yang menangani masalah yang berhubungan dengan pelanggan serta menjalankan *customer relations*.
2. Dalam memaksimalkan kegiatan *customer relations* di Legend Coffee hendaknya pihak manajemen mengadakan pembuatan *member card* untuk pelanggan Legend Coffee agar pihak perusahaan memiliki data pelanggan tetap Legend sehingga dalam pelaksanaan *customer relations* dapat berjalan dengan baik.
3. Legend Coffee harus sering memperbarui informasi yang ada di *website* maupun media sosial yang dimiliki karena Legend menggunakan media tersebut sebagai penyampaian informasi utama yang diberikan kepada pelanggan. serta dalam penanganan keluhan yang dilakukan pelanggan di media sosial hendaknya ditanggapi dengan cepat.
4. Dalam pelaksanaan evaluasi hendaknya lebih memperhatikan kepada kegiatan *customer relations* yang dilaksanakan oleh perusahaan,

setidaknya perusahaan memiliki program khusus untuk menjalankan kegiatan *customer relations* yang berkepanjangan.