



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Fabelio merupakan perusahaan *start-up* yang bisa dibilang sangat berkembang pesat dalam prosesnya. Dengan operasional perusahaan dalam menjangkau pelanggan didominasi oleh basis online, Fabelio seharusnya memperhatikan jembatan perusahaan dengan pelanggan yaitu divisi CS Fabelio untuk bekerja secara maksimal dan optimal. CS adalah salah satu upaya yang sangat vital dalam kepentingan menciptakan kepuasan pelanggan yang apabila ditingkatkan perkembangannya dapat menghasilkan keuntungan yang berkelanjutan. Kepuasan pelanggan sangat penting seperti apa yang dikatakan salah satu bagian dari CRM *Officer* bahwa kepuasan pelanggan sangat penting dalam menciptakan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan yang pada akhirnya akan memberikan keuntungan bagi perusahaan seperti *repeat order* dan juga pelanggan yang akan dengan sendirinya akan merekomendasikan layanan baik yang mereka terima kepada kerabatnya.

Dalam implementasi kegiatan CS peneliti setuju dengan apa yang dikatakan Yohan sebagai ahli dalam CRM bahwa Fabelio sangat disayangkan dengan *database* yang sudah dapat dikatakan baik namun hanya mengelolanya dalam menanggapi permasalahan atau hanya menggunakan *database* untuk pelayanan dasar saja. Seharusnya Fabelio dapat menggunakan *database* pelanggan sebagai keuntungan baik bagi perusahaan maupun pelanggan dalam melakukan interaksi di antara keduanya. Keuntungan yang didapatkan pelanggan melalui implementasi kegiatan CRM akan sangat berdampak positif dengan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Fabelio dalam menjalankan kegiatan divisi CRM masih melakukan hal yang sangat prosedural. Kendala juga dirasakan seperti yang Afif jelaskan bahwa divisi CRM yang berjumlah enam orang dibagi menjadi dua tim dalam proses pelaksanaannya. Tentu hal ini dapat dipastikan bahwa divisi CRM Fabelio sangat kekurangan personil. Hal ini diperjelas dengan pernyataan Winda selaku Store Manager Fabelio Alam Sutera showroom dimana setiap harinya divisi CS bisa menangani 200 pesanan pelanggan yang harus dilakukan konfirmasi. Tujuan utama CS yaitu kepuasan pelanggan pun akan sulit dipenuhi apabila respon dan *feedback* yang diberikan pelanggan belum menunjukkan kepuasan terhadap layanan divisi CS Fabelio.

Kinerja divisi CS Fabelio perihal sesuai prosedur alur pekerjaan sudah berjalan baik, namun dalam tahap komunikasi dengan pelanggan masih belum maksimal. Hal ini pun merugikan Fabelio dimana fungsi CS yang seharusnya memberikan keuntungan bagi perusahaan maupun pelanggan tidak sesuai harapan. Hasil yang di dapatkan setelah peneliti melakukan penelitian ini dari layanan CS Fabelio berpotensi menambah kendala lain mengingat jumlah pelanggan semakin meningkat dan secara langsung tugas menangani pelanggan juga akan meningkat. Menangani hanya sesuai arus pekerjaan akan sangat sulit dalam membangun hubungan baik dengan setiap pelanggan dengan kepentingan yang berbeda. Adit menyatakan bahwa bukan perihal layanan yang membuat beliau datang kembali untuk transaksi di Fabelio, melainkan karena promosi.

Sangat disayangkan kinerja divisi CS Fabelio yang belum maksimal dan belum bisa mengikuti kemudahan akses pelanggan dalam melakukan komunikasi dengan Fabelio. Hasil penelitian menyatakan respon yang diterima pelanggan dalam menghubungi Fabelio tidak baik, hal tersebut juga dirasakan divisi lain seperti divisi *showroom* yang mendapatkan akibatnya karena pelanggan banyak kembali ke showroom dan mengajukan keluhan yang seharusnya bukan menjadi tanggung jawab mereka

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian peneliti yang berjudul “Implementasi Kegiatan *Customer Service* Fabelio dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan”, maka penulis memberikan saran untuk perkembangan divisi CRM Fabelio selanjutnya:

1. Setelah melakukan penelitian ini, peneliti menemukan kendala divisi CS Fabelio pada proses operasional adalah kekurangan personi. Hal tersebut mengakibatkan teralu banyak tugas yang ditangani oleh divisi CS Fabelio dan menyebabkan banyaknya respon kepada pelanggan yang terlambat dan koordinasi dengan divisi lain yang terhambat. Divisi CS Fabelio peneliti sarankan untuk lebih membagi spesifikasi tugas setiap personil sehingga meminimalisir terjadinya kesalahan atau *miss* dalam melakukan tugas divisi menjalankan CS Fabelio
2. Peneliti juga memberi saran agar koordinasi dengan divisi lain ditingkatkan mengenai pembagian tugas dan juga tanggung jawab yang jelas sehingga tidak terjadi perselisihan dalam hal penyelesaian masalah pelanggan. Hal ini peneliti sarankan agar koordinasi ataupun kerja sama berjalan lancar dengan setiap divisi mengetahui porsi setiap tanggung jawab yang harus dilakukan.
3. Divisi CS Fabelio juga peneliti sarankan untuk membuat standar operasional kepada pelanggan agar pelanggan tidak salah dalam berkomunikasi yang menyebabkan kesalahan kembali ditanggung divisi CS Fabelio. Contoh yang peneliti maksud misalnya untuk jam operasional layanan bisa ditentukan dan untuk waktu proses layanan bisa dikomunikasikan ke pelanggan, sehingga pelanggan mengerti bahwa semua hal tidak ada yang instan atau perlu proses dalam menanganinya.
4. Peneliti memberikan saran juga kepada Fabelio terkait dengan *system* operasional CS agar jangan teralu sering berganti konsep karena cukup meresahkan pelanggan. Inovasi yang dilakukan peneliti sarankan agar

dilakukan secara berkala, jangan terlalu singkat dalam proses implementasi inovasi karena membuat pelanggan bingung di setiap menyampaikan permasalahan ada regulasi yang berubah-ubah.

