



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

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Saat ini praktik Divisi *Customer Relationship Management* di Suvarna Sutera sudah berjalan dengan baik. Divisi *Customer Relationship Management* selalu berupaya untuk memberikan pelayanan yang baik terhadap seluruh *customer*. Perusahaan memberikan kebebasan kepada seluruh *customer* untuk menyampaikan berbagai macam kritik dan saran baik secara langsung maupun tidak langsung.

Customer bisa datang dan berkomunikasi secara langsung ke kantor Divisi *Customer Relationship Management* untuk melakukan proses serah terima, menyampaikan komplain, memberikan kritik dan saran, mendaftarkan data pribadi mereka untuk *membership*, hingga melakukan pelunasan pembayaran. *Customer* pun dapat melakukan komunikasi secara tidak langsung melalui *website* maupun *contact person* yang telah disediakan oleh perusahaan.

Selama ini aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh Divisi *Customer Relationship Management* sudah berlangsung sesuai SOP. Perusahaan selalu berusaha memberikan pelayanan yang baik terhadap seluruh *customer* melalui berbagai macam pemenuhan kebutuhan *customer* yang tinggal di Suvarna Sutera. Biasanya perusahaan secara aktif melakukan kegiatan *survey*

ke rumah seluruh *customer*. Selain itu, *Divisi Customer Relationship Management* juga menyediakan *form* komplain agar *customer* dapat menyampaikan keluhannya. Setelah itu complain akan di proses.

Aktivitas *Customer Relationship Management* di Suvarna Sutera berupa program intensitas berkala ini merupakan salah satu bentuk program yang bertujuan untuk meningkatkan dan mempertahankan loyalitas seluruh *customer* di Suvarna Sutera. Perusahaan selalu berusaha melakukan identifikasi terhadap seluruh *customernya*. Tujuannya adalah agar perusahaan mampu mengetahui apa yang menjadi kebutuhan *customernya*.

Kinerja seluruh *staff Customer Relationship Management* mempengaruhi citra *customer* terhadap Suvarna Sutera. Seluruh *staff Customer Relationship Management* harus mampu memberikan informasi dengan jelas dan memberikan pelayanan yang baik terhadap seluruh *customer*, tidak boleh ada diskriminasi mengenai sikap pelayanan. Bagi perusahaan semua *customer* memiliki nilai yang sama, mereka semua adalah tanggung jawab perusahaan, dan tidak dibedakan berdasarkan strata sosialnya.

Tujuan dilaksanakannya berbagai macam program yang dibuat oleh *Divisi Customer Relationship Management* Suvarna Sutera adalah membangun dan meningkatkan loyalitas terhadap seluruh *customer*. Mulai dari menciptakan produk yang berkualitas, pola komunikasi dan pelayanan berdasarkan SOP yang diberikan kepada *customer*, menciptakan program kerja yang memberikan keuntungan bagi seluruh *customer*, memberikan

potongan harga, memberikan *voucher*, hingga menyediakan fasilitas umum dan fasilitas sosial yang dibutuhkan oleh *customer*.

Para *customer* yang saat ini tinggal di Suvarna Sutera dianggap telah memiliki loyalitas yang tinggi bagi perusahaan. Hal ini disebabkan karena para *customer* mampu bertahan untuk tetap tinggal di Suvarna Sutera, meskipun dalam kawasan ini belum terdapat banyak fasilitas umum dan fasilitas sosial yang dapat menunjang kebutuhannya. Para *customer* menganggap keterbatasan fasilitas umum dan fasilitas sosial disebabkan karena kawasan ini merupakan kawasan yang baru berkembang dan pembangunannya membutuhkan waktu yang panjang. Keterbatasan ini tidak menghalangi mereka untuk terus melakukan rekomendasi produk kepada kerabat.

Loyalitas para *customer* pun dapat terlihat ketika mereka memiliki pemahaman cukup tinggi. Para *customer* Suvarna Sutera mampu memahami keadaan dan kesulitan yang dimiliki oleh perusahaan. *Customer* tersebut mampu bersabar menunggu proses komplain yang tidak langsung diatasi, mereka menyadari hal ini disebabkan karena adanya keterbatasan tenaga kerja dan banyaknya komplain lain yang masuk kedalam data perusahaan. Selain itu, para *customer* juga seringkali bersifat aktif terhadap perusahaan. Seringkali seluruh *customer* di Suvarna Sutera memberikan berbagai macam pendapat, kritik, dan saran yang dapat membuat perusahaan berkembang menjadi lebih baik lagi.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Pengetahuan ilmu mengenai *Customer Relationship Management* perlu dipelajari terus menerus secara mendalam. Universitas diharapkan mampu menyediakan kajian literature mengenai konsep *Customer Relationship Management* dalam berbagai bidang.

Untuk para peneliti berikutnya, kiranya penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk menambah wawasan mengenai aktivitas *Customer Relationship Management* dalam bidang properti.

5.2.2 Saran Praktis

Peneliti berharap agar Divisi *Customer Relationship Management* terus mempertahankan kualitas pelayanan yang selama ini telah dilakukan. Divisi *Customer Relationship Management* harus selalu menciptakan inovasi-inovasi baru sehingga antusiasme *customer* terhadap perusahaan semakin meningkat, salah satunya dengan menambah berbagai macam voucher dan promo yang diberikan kepada para *customer*.

Perusahaan pun perlu melakukan perancangan dan pelatihan program baru terhadap seluruh *staff Customer Relationship Management* untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh seluruh *staff Customer Relationship Management* berkaitan erat dengan citra perusahaan. Maka dari itu,

jangan sampai staff *Customer Relationship Management* salah dalam menyampaikan informasi. Informasi yang disampaikan harus sama dan searah, maka dari itu program training harus dilakukan secara rutin.

PT Alam Sutera Realty, Tbk harus lebih aktif lagi dalam mengkomunikasikan berbagai macam pemberitahuan. Salah satunya adalah melakukan penagihan IPL (Iuran Pengelolaan Lingkungan), jangan sampai *customer* terlambat untuk diberikan tagihan karena apabila telat ditagih dan jumlah penunggakannya sudah besar, mereka akan marah dan protes. Pendataan mengenai konsumen pun sangat perlu dilakukan secara rapih dan mendetail.

Saat ini Divisi *Customer Relationship Management* sering melakukan program dan pemberian reward secara random ke rumah *customer*. Untuk ke depannya diharapkan Divisi *Customer Relationship Management* dapat memberikan reward tersebut secara menyeluruh. Hal ini perlu dilakukan agar sesama *customer* tidak saling memendam kecemburuan sosial.

