

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Sesuai dengan penelitian yang peneliti lakukan pada obyek, Superdazzle menerapkan konsep 4R dalam pelaksanaan CRM di Superdazzle. Hal tersebut dapat disimpulkan kedalam beberapa poin sebagai berikut :

##### 1. Retention dalam pemanfaatan CRM di Superdazzle

Superdazzle mampu membangun fondasi strategi retensi yang kuat dengan mengintegrasikan Customer Relationship Management (CRM) sebagai landasan utama. Pendekatan proaktif mereka melibatkan pelanggan melalui interaksi aktif, pertanyaan terbuka, dan respons cepat, menciptakan pemahaman mendalam terhadap motivasi pelanggan. Fokus pada kontinuitas, penginformasian berkala, dan keterlibatan dalam kegiatan yang relevan menandai komitmen Superdazzle untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang efisien dan memuaskan. Keberhasilan mereka dalam mengadaptasi penawaran sesuai dengan tren pasar terkini, serta memprioritaskan kepuasan pelanggan, mencerminkan kecerdasan adaptif dan keseimbangan optimal dalam mempertahankan minat pelanggan. Dengan demikian, Superdazzle secara konsisten berusaha untuk membangun hubungan jangka panjang yang kokoh dengan pelanggan, menjadikan kepuasan pelanggan sebagai kunci utama dalam meraih kesuksesan bisnis yang berkelanjutan.

##### 2. Relationship dalam membangun hubungan pelanggan

Dari hasil analisis, terkait relationship yang dibangun perusahaan dapat disimpulkan bahwa Superdazzle membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui pendekatan holistik dan berkelanjutan. Integrasi Customer Relationship Management (CRM) sebagai elemen kunci menunjukkan fokus perusahaan bukan hanya pada transaksi bisnis, tetapi juga pada pemahaman dan pemenuhan kebutuhan pelanggan. Komunikasi dua arah, event, dan interaksi di media sosial menciptakan hubungan yang lebih dari sekadar transaksional, lebih bersifat emosional dan berkelanjutan. fleksibilitas Superdazzle dalam menanggapi masalah pelanggan dan memberikan fasilitas khusus untuk mereka yang terlibat dalam CRM menunjukkan komitmen perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Strategi mereka tidak hanya berfokus pada penjualan, tetapi juga menciptakan ikatan yang kuat, mencerminkan perhatian jangka panjang terhadap kepuasan pelanggan.

### 3. Referrals / Rekomendasi dalam proses kegiatan CRM

Dari hasil analisis terkait kegiatan rekomendasi yang diterapkan dalam proses CRM, Melalui implementasi strategi referrals dalam Customer Relationship Management (CRM), Superdazzle berusaha membangun reputasi positif dan menarik pelanggan lebih luas. Pelayanan personal dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan meningkatkan kepuasan, mendorong mereka untuk memberikan rekomendasi positif kepada teman-teman. Dengan karyawan sebagai perantara pemasaran melalui media sosial, Superdazzle menciptakan lingkaran positif yang tidak hanya memengaruhi pelanggan baru tetapi juga mencapai teman dan keluarga yang belum berinteraksi. Penerapan holistik CRM menjadi dasar untuk pemasaran menyeluruh dan pelayanan pelanggan, menciptakan persepsi

positif melalui kebersihan, penataan, pencahayaan, dan responsif terhadap komplain. Superdazzle mencoba memanfaatkan potensi referrals sebagai strategi efektif untuk pertumbuhan pelanggan baru dan memperkuat citra positif merek di pasaran.

#### 4. Upaya pemulihan/Recovery dalam kegiatan CRM

Dalam konteks manajemen hubungan pelanggan, Superdazzle menjelaskan pendekatan yang sangat terstruktur terhadap recovery atau penanganan komplain pelanggan. Tingkat kepuasan komplain yang mencapai 90% dari total gabungan antara 61% pelanggan sangat puas dan 29% pelanggan puas yang mana hal ini menunjukkan sedikit dampak dari langkah-langkah yang diterapkan oleh perusahaan. Dengan memiliki SOP (Standard Operating Procedure) yang mencakup garansi dan penggantian barang, Superdazzle memberikan solusi yang cepat dan praktis untuk memuaskan pelanggan. Pentingnya respons cepat dan tepat terhadap masalah pelanggan juga menjadi fokus utama. Dengan permintaan maaf tulus, pencarian solusi terbaik, dan keterlibatan pelanggan dalam proses recovery, Superdazzle mampu mengubah kekecewaan menjadi kesempatan membangun hubungan yang lebih kuat dan mendapatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, melibatkan pelanggan dalam proses recovery dan terus meningkatkan kualitas layanan, terutama dalam hal produk seperti HP, menunjukkan komitmen Superdazzle untuk memberikan pengalaman pelanggan yang memuaskan dan berkelanjutan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat saran dari peneliti, diantaranya :

- a. Penguatan Retention, Superdazzle perlu meningkatkan personalisasi: interaksi dengan pelanggan, misalnya, dengan menyediakan rekomendasi produk yang lebih tepat berdasarkan preferensi sebelumnya. Kemudian perusahaan dapat memperdalam pemahaman terhadap motivasi pelanggan dengan melibatkan mereka secara aktif melalui survei atau wawancara untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam.
- b. Perkuat Relationship, Superdazzle dapat meningkatkan kehadiran mereka di media sosial dengan memberikan respon yang lebih aktif terhadap pertanyaan dan komentar pelanggan, sehingga memperkuat hubungan dua arah. Kemudian juga memberikan insentif khusus atau keuntungan tambahan kepada pelanggan setia dapat meningkatkan loyalitas dan memperkuat ikatan emosional dengan merek.
- c. Peoptimalan Referrals, Superdazzle bisa mengembangkan program referral yang lebih terstruktur dengan memberikan insentif yang menarik bagi karyawan dan pelanggan yang berhasil merekomendasikan bisnis kepada orang lain. Kemudian juga perusahaan dapat lebih aktif di platform media sosial untuk membangun komunitas yang kuat dan memperluas jangkauan rekomendasi pelanggan.
- d. Perbaiki Proses Recovery, Superdazzle dapat melakukan evaluasi rutin terhadap SOP mereka dalam penanganan komplain untuk memastikan relevansi dan efektivitasnya. Kemudian juga Membuka saluran komunikasi yang lebih efektif

dengan pelanggan selama proses recovery dapat meningkatkan kepercayaan dan memberikan pemahaman yang lebih baik terhadap kebutuhan pelanggan.

Saran-saran ini diharapkan dapat membantu Superdazzle untuk terus meningkatkan kinerja mereka dalam memanfaatkan CRM, membangun hubungan yang kokoh dengan pelanggan, dan mengoptimalkan strategi pemasaran serta layanan pelanggan.