

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian Customer relations PT Hebronstar Indonesia dalam mempertahankan buyers pada event GCA-Biz Matching Program 2016, peneliti menemukan beberapa kesimpulan bahwa kegiatan customer relations yang dilaksanakan oleh PT Hebronstar Indonesia dijalankan sesuai dengan prosedur pada umumnya. Prosedur yang dimaksud di sini yaitu dengan melihat tujuan diadakannya customer relations sendiri adalah untuk melayani klien atau buyers dengan melakukan pelayanan serta member pelayanan kepada buyers agar buyers merasa puas dan dapat melanjutkan kerjasama secara kontinyu. Prosedur lainnya yaitu dengan berpacu pada dilakukannya riset sebelum memutuskan bentuk customer relations yang akan digunakan untuk mempertahankan buyers.

Dalam mempertahankan loyalitas buyers, PT Hebronstar Indonesia selalu mengupayakan penyelesaian masalah dan keluhan buyers dengan memberikan pelayanan yang maksimal kepada buyers agar menciptakan hubungan yang harmonis. Karena dengan adanya hubungan harmonis dengan pelanggan, diharapkan konsumen akan loyal dengan senantiasa menggunakan jasa serta terus bekerjasama dengan PT Hebronstar Indonesia, yang mana sebaliknya juga PT Hebronstar Indonesia akan selalu memberikan keinginan buyers.

Customer relations di PT Hebronstar Indonesia ditangani oleh bagian HRD dan divisi 3. Hal ini dikarenakan belum adanya divisi khusus yang menangani pelayanan buyers dalam melakukan customer relations. Kegiatan customer relations di PT Hebronstar Indonesia melibatkan hampir seluruh pihak yang berada dalam perusahaan. Namun perusahaan tidak memiliki masalah yang berarti dengan tidak adanya divisi khusus dalam menangani customer relations. Semua permasalahan yang dihadapi ketika melakukan customer relations dapat diatasi dengan baik oleh manager HRD PT Hebronstar Indonesia.

Customer relations yang dilakukan oleh PT Hebronstar Indonesia berdasarkan data yang diperoleh yaitu dengan memberikan pelayanan komplain serta melakukan kegiatan YEPY (Year End Party). Dalam mencapai target dan sasaran serta pelaksanaannya, customer relations PT Hebronstar Indonesia terlebih dahulu diawali dengan kegiatan telemarketing sebagai tahap awal komunikasi dengan buyers. Jika buyers tertarik dengan penawaran PT Hebronstar Indonesia, maka buyers akan masuk pada tahap customer relations yaitu pelayanan komplain. Karena ketika buyers memiliki respon positif terhadap event, maka buyers akan menghubungi bagian pelayanan komplain sebagai pusat informasi lanjutan event yang ditawarkan setelah proses telemarketing.

Dalam proses membangun customer relations tersebut, PT Hebronstar Indonesia telah melakukan sesuai dengan prosedur dan Standar Operating Procedure (SOP) yang telah ditetapkan.

Customer relations yang dilakukan oleh PT Hebronstar Indonesia kepada buyers bertujuan untuk menjalin dan menjaga hubungan jangka panjang dengan buyers agar buyers untuk menjaga tingkat loyalitas serta mengetahui dan memenuhi kebutuhan buyers dalam mencapai kepuasan buyers. Untuk membangun customer relations, maka PT Hebronstar Indonesia menerapkan pelayanan komplain dan event YEPY (Year End Party) sebagai bentuk strategi mempertahankan loyalitas buyers.

1. Pelayanan Komplain

Pelayanan komplain yang dilakukan PT Hebronstar Indonesia bertujuan untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada buyers yang membutuhkan informasi serta ingin memberikan keluhan dan saran mereka kepada perusahaan. Pelayanan komplain dibentuk karena banyaknya buyers yang menghubungi PT Hebronstar Indonesia dengan alasan kekurangan informasi mengenai event yang akan dilaksanakan. Selain itu, buyers juga menghubungi perusahaan untuk menyampaikan keluhan-keluhan selama proses pra dan pasca event berjalan. Oleh karena itu, PT Hebronstar Indonesia membentuk pelayanan komplain ini sebagai platform bagi buyers dalam menanyakan informasi lebih lanjut dan menyampaikan keluhan-keluhannya.

Dalam pelaksanaannya, pelayanan komplain diawali dengan kegiatan telemarketing. Karena buyers yang telah dihubungi melalui telemarketinglah yang akan menghubungi pelayanan komplain untuk meminta informasi mengenai event lebih dalam. Pada event GCA-Biz

Matching Program 2016, pelayanan komplain memiliki banyak telepon yang masuk dari para buyers karena buyers membutuhkan informasi jelas dan akurat yang berasal langsung dari PT Hebronstar Indonesia. Pada proses pelaksanaan pelayanan komplain oleh PT Hebronstar Indonesia telah memenuhi standar operasional yang ada. Hal tersebut dikarenakan para pegawai telah menerima training mengenai cara menghadapi buyers melalui telepon.

2. Year End Party (YEPY)

Kemudian pada kegiatan YEPY oleh PT Hebronstar Indonesia, yaitu sebagai strategi untuk menjalin hubungan yang harmonis antara PT Hebronstar Indonesia dengan buyers. Proses pelaksanaan YEPY atau Year End Party, semua proses baik sebelum dan setelah event sepenuhnya dilakukan oleh PT Hebronstar Indonesia. Pelaksanaan YEPY disesuaikan dengan waktu yang tepat dengan pihak headcore Hebronstar Indonesia di Korea Selatan. Hal tersebut dilakukan karena orang-orang dari Hebronstar di Korea Selatan akan hadir pada event tersebut.

Buyers yang memiliki respon positif dan datang ke event yang diadakan oleh PT Hebronstar Indonesia serta bekerja sama secara berlanjut dianggap sebagai buyers loyal PT Hebronstar Indonesia. Dan buyers tersebut berhak untuk diundang pada acara Year End Party oleh PT Hebronstar Indonesia.

Evaluasi pelaksanaan customer relations yang dilakukan oleh PT Hebronstar Indonesia telah melalui banyak proses dan tahapan seperti riset

dan lainnya. Selama beberapa hampir lima tahun sejak berdirinya PT Hebronstar Indonesia di Jakarta, perusahaan tersebut selalu melayani buyers secara maksimal. PT Hebronstar Indonesia mengevaluasi setiap tuntutan dan kebutuhan buyers.

Dengan adanya customer relations tersebut maka perusahaan akan mengetahui apa yang diharapkan dan diperlukan buyers sehingga akan tercipta ikatan emosional yang mampu menciptakan hubungan bisnis yang erat dan terbuka serta komunikasi dua arah antara buyers dan perusahaan. Dengan demikian kesetiaan buyers akan dapat dipertahankan dan tidak mudah beralih kepada perusahaan lain.

B. Saran

Penulis memiliki beberapa rekomendasi kepada PT Hebronstar Indonesia dalam mengembangkan perusahaan ke depannya, yaitu :

1. Saran Untuk PT Hebronstar Indonesia

- a.* Dalam memberikan training kepada pegawai, PT Hebronstar Indonesia hendaknya melakukan training tersebut tidak lebih dari seminggu. Karena training selama seminggu dianggap cukup untuk melatih karyawan dalam menghadapi buyers. Sehingga setelah melakukan training para karyawan dapat langsung mengaplikasikan ke dalam pekerjaan.
- b.* PT Hebronstar Indonesia sebaiknya tidak hanya mendengarkan saran serta keluhan dari buyers namun juga dari pegawainya. Melakukan komunikasi yang baik dengan pegawai. Karena dengan adanya arus komunikasi yang baik dengan para pegawai, maka kinerja pegawai pun akan berpengaruh terhadap hasil yang didapat oleh perusahaan.

2. Saran Untuk Buyers Dan Calon Buyers PT Hebronstar Indonesia

Sebaiknya buyers dan calon buyers dapat lebih memberikan konten secara detail pada website. Karena pada era penuh teknologi sekarang ini, website menjadi andalan utama ketika calon partner kerja anda ingin melihat situasi, kondisi serta pelayanan perusahaan buyers. Jika konten pada website sudah sangat lengkap, maka akan

menjadi daya jual perusahaan serta meyakinkan orang-orang yang melihatnya.

3. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, dalam menggunakan metode dapat menggunakan jenis penelitian dengan pendekatan kuantitatif karena dengan jenis penelitian tersebut dapat lebih terukur mengenai keberhasilan CRM yang dilakukan oleh PT Hebronstar Indonesia.