

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN



A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Distro OMUS tentang *customer service* Distro OMUS Yogyakarta dalam meningkatkan minat beli konsumen periode tahun 2011 – 2012, dapat diketahui aktivitas *customer service* di Distro OMUS beserta faktor pendukung dan penghambatnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Aktivitas yang dilakukan oleh *Frontliner* OMUS dalam meningkatkan minat beli dari konsumennya yaitu membukakan pintu bagi konsumen, memberikan sapaan atau *greeting*-nya yang khas, membantu konsumen memilihkan produk, dan mengantarkan konsumen ke kasir. *Frontliner* juga harus selalu menunjukkan sikapnya yang ramah, memiliki hasrat melayani yang tinggi, komunikatif, selalu berpenampilan rapi, dan memperhatikan keinginan dari konsumennya. Distro OMUS memiliki 4 kata sakti yang selalu diucapkan oleh *frontliner* ketika mereka melayani konsumen. Selain itu, penanganan secara cepat ketika terjadi komplain dan kritik dari konsumen.
2. Faktor pendukung dari terwujudnya *customer service* yang baik yaitu adalah sumber daya manusia yang ada di Distro OMUS

karena mereka lah yang bertugas untuk melayani langsung konsumen. Distro OMUS memberikan pelatihan bagi calon *frontliner* yaitu *in house training* dan *store training* untuk dapat mewujudkan pelayanan yang baik.

3. Faktor penghambatnya yaitu belum terdapat SOP tentang pelayanan, belum memiliki *database* mengenai konsumen loyal, belum terdapat sistem pengembangan SDM, dan belum adanya *reward* atau hadiah bagi *frontliner* yang melakukan tugasnya dengan baik.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan melihat kenyataan yang terjadi di Distro OMUS, maka penulis mengajukan saran sebagai berikut :

- a. Perlunya Distro OMUS memiliki peraturan mengenai prosedur pelayanannya sendiri, terpisah dari Dagadu Djokja yang diberlakukan kepada seluruh karyawan dan dituliskan secara jelas dalam peraturan dari Distro OMUS yaitu perusahaan menyusun apa saja hal-hal yang harus dilakukan oleh *frontliner* ketika mereka melayani konsumen serta sanksi yang akan diterima apabila mereka melanggar aturan yang sudah ada.
- b. Perlunya Distro OMUS menerapkan *customer relationship management* terutama dalam hal pengelolaan hubungannya dengan

konsumen, yaitu dengan memiliki *database* tentang konsumen. Data – data tentang siapa saja yang menjadi konsumen loyal bagi perusahaan, pengumpulan data mengenai konsumen tersebut bisa dilakukan melalui cara konsumen menuliskan langsung data diri mereka seperti nomor telepon, alamat email atau nama akun jejaring social dan bisa juga data konsumen diperoleh berdasarkan pada *ID Card* yang dimiliki oleh konsumen seperti KTP, KTM atau kartu pelajar. Dengan begitu memudahkan Distro OMUS untuk mengelola hubungannya dengan konsumen seperti adanya pelayanan purna jual, menanyakan bagaimana pendapat konsumen setelah mereka menggunakan produk OMUS, serta memudahkan Distro OMUS untuk memberikan informasi secara berkelanjutan mengenai produk – produk baru, informasi program yang sedang diadakan, dan pemberian diskon sehingga konsumen akan lebih merasa diperhatikan oleh perusahaan. Hal itu bisa dilakukan melalui sms, *email* atau melalui media sosial seperti *twitter* atau *facebook*.

- c. Sebaiknya Distro OMUS memberikan pelatihan khusus kepada *frontliner* mengenai *excellent service* yaitu melalui cara dengan mengadakan seminar untuk para *frontliner* mengenai pelayanan. Tujuannya untuk memberikan pengetahuan yang lebih kepada *frontliner* sehingga mereka bisa memberikan pelayanan prima kepada konsumen.

- d. Sebaiknya Distro OMUS memberikan bonus atau penghargaan kepada *frontliner* yang sudah melakukan tugasnya dengan baik, contohnya mengadakan pemilihan *frontliner* terbaik selama satu bulan kemudian perusahaan memberikan bonus dan penghargaan khusus. Tujuannya adalah agar *frontliner* termotivasi sehingga mereka akan memberikan pelayanan yang sebaik mungkin.