

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. PT. Borwita Citra Prima merupakan perusahaan distributor produk P&G yang terfokus pada pasar bisnis, dimana salah satu karakteristik dari pasar bisnis yaitu konsumen melakukan pembelian dalam jumlah besar. Dalam penerapan menjaga loyalitas konsumen bisnis, PT. Borwita Citra Prima menjalankan aktivitas *Customer Relationship Management* yang terdiri dari mengidentifikasi, mengakuisisi, mempertahankan dan mengembangkan.
2. Dalam aktivitas mengidentifikasi, PT. Borwita Citra Prima melihat berdasarkan pendapatan yang dapat diterima perusahaan dari konsumen. Kemudian dalam mengikat konsumen agar tetap melakukan pembelian barang P&G, perusahaan memberikan diskon kepada setiap segment toko, serta para sales selalu menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen.
3. Dalam aktivitas mengakuisisi, PT. Borwita Citra Prima memisahkan konsumen bisnis P&G kedalam 6 kelas berdasarkan jumlah pembelian ke perusahaan, serta memberikan kemudahan dalam melakukan pembelian melalui sales dan telemarketing. Perusahaan berupaya menjalin hubungan baik dan komunikasi dengan konsumen sehingga perusahaan dapat lebih mudah menyampaikan promo atau potongan harga kepada konsumen bisnis
4. Dalam aktivitas mempertahankan konsumen bisnis P&G, PT. Borwita Citra Prima melakukan beberapa program untuk konsumen bisnis yang bisa merangsang pembelian dalam jumlah besar, memberikan pelayanan retur, serta memberikan pelayanan yang bersifat pribadi agar konsumen bisnis merasa diperhatikan
5. Dalam aktivitas mengembangkan, PT. Borwita Citra Prima memiliki penanganan keluhan pelanggan yaitu customer service yang berguna ketika

konsumen memberikan saran ataupun kritik, selain itu juga bisa melalui email dalam memberikan saran dan kritik.

6. Empat aktivitas Customer Relationship Management (CRM) yang dilakukan oleh perusahaan bisa menjaga loyalitas konsumen bisnis P&G, terbukti dari gambar 3.14 yang menunjukkan lebih dari 15 ribu toko terus melakukan pembelian ulang produk P&G. Dimana salah satu karakteristik loyalitas pelanggan adalah melakukan pembelian ulang.

#### 4.2 Saran

Berdasarkan penulisan Tugas Akhir yang berjudul “Implementasi Customer Relationship Management Sebagai upaya untuk Menjaga Loyalitas Konsumen Bisnis P&G pada PT. Borwita Citra Prima” maka dapat disampaikan saran yaitu:

1. Pada pemanfaatan media *online* khususnya *website* bisa dilakukan *update* terkait produk baru atau produk yang sudah tidak dijual, dengan hal ini konsumen bisnis bisa lebih mengetahui informasi detail mengenai perusah