

BAB 4**KESIMPULAN DAN SARAN****4.1 Kesimpulan**

Pada bagian akhir di tugas akhir ini, penulis menyajikan kesimpulan berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Dalam hal ini, dapat ditarik beberapa kesimpulan di antaranya sebagai berikut:

1. PT Pupuk Kalimantan Timur KP Jatim merupakan perusahaan produsen pupuk yang berorientasi pada pasar bisnis. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya salah satu karakteristik dari pemasar bisnis yang ada pada PT Pupuk Kalimantan Timur KP Jatim yaitu jumlah pembeli yang lebih sedikit tetapi volume pembeliannya lebih besar. Pembeli atau konsumen pupuk nonsubsidi dari PT Pupuk Kalimantan Timur KP Jatim sendiri adalah berupa perusahaan serta agen distributor yang dimana sebelum melakukan kegiatan pembelian, konsumen tersebut harus melakukan pendaftaran terlebih dahulu di situs <https://customer.pupukkaltim.com/> apabila belum terdaftar sebagai customer PT Pupuk Kalimantan Timur KP Jatim. Hal lain yang juga membuktikan adalah sistem pembayaran dalam proses kegiatan pembelian pupuk nonsubsidi yang profesional.
2. Penerapan strategi *customer relationship management* pada fase *acquire* yang dilakukan oleh PT Pupuk Kalimantan Timur KP Jatim antara lain adalah dengan melakukan penjualan secara langsung, mengikuti kegiatan pameran pertanian, serta mengadakan *demonstration plot*. Pada kegiatan penjualan langsung, media-media yang digunakan antara lain yaitu katalog produk, brosur, sampel produk, email, telepon, dan media sosial Whatsapp.
3. Penerapan strategi *customer relationship management* pada fase *enhance* yang dilakukan oleh PT Pupuk Kalimantan Timur KP Jatim antara lain adalah dengan memberikan potongan harga atau diskon kepada pelanggan, melakukan penawaran kembali kepada pelanggan yang sudah ada, serta memberikan ucapan hari ulang tahun dan bela sungkawa kepada pelanggan. Dalam hal ini, media yang digunakan adalah telepon dan media sosial Whatsapp. Kegiatan yang dilakukan pada fase ini menjadi lebih mudah berkat adanya sistem yang dapat mengelola *database* pelanggan dengan baik yaitu sistem SAP.

4. Penerapan strategi *customer relationship management* pada fase *retain* yang dilakukan oleh PT Pupuk Kalimantan Timur KP Jatim adalah dengan melakukan kegiatan menanggapi *complain* atau keluhan serta keinginan dari pelanggan. Dalam hal ini, media yang digunakan adalah email, telepon, dan media sosial Whatsapp.

4.2 Saran

Pada bagian ini, penulis menyajikan beberapa saran yang dapat berguna bagi perusahaan. Beberapa saran tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Dalam hal kegiatan penjualan langsung pada fase *acquire* strategi *customer relationship management* yang dijalankan oleh PT Pupuk Kalimantan Timur KP Jatim, pihak perusahaan dapat menambah SDM atau tenaga penjual untuk mengoptimalkan serta mengefisienkan kegiatan ini.
2. Pihak perusahaan dapat menambahkan kegiatan berupa pemberian *merchandise* kepada pelanggan agar pelanggan merasa lebih puas dan lebih nyaman dengan pelayanan yang perusahaan berikan sehingga dapat menciptakan loyalitas jangka panjang dan semakin mempererat kedekatan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan.
3. Perusahaan dapat melakukan analisis profitabilitas pelanggan pada setiap pelanggannya agar perusahaan dapat mengklasifikasikan para pelanggannya berdasarkan kelompok laba. Klasifikasinya antara lain yang pertama adalah pelanggan platinum (paling menguntungkan), kemudian pelanggan emas (menguntungkan), setelah itu pelanggan besi (rendah profitabilitas tetapi besar volumenya), dan yang terakhir pelanggan timbal (tidak menguntungkan sama sekali). Dengan adanya klasifikasi-klasifikasi ini, perusahaan akan dapat mengetahui pelanggan mana yang benar-benar harus dipertahankan serta diprioritaskan dan pelanggan mana yang tidak benar-benar harus diprioritaskan.
4. Perusahaan dapat mengadakan dua program loyalitas pelanggan yaitu program frekuensi dan program keanggotaan klub yang dimana dua program ini dapat membangun loyalitas jangka panjang dengan pelanggan.
5. Guna meningkatkan pengelolaan hubungan dengan pelanggan, perusahaan dapat mengadakan kegiatan berupa *gathering* bersama pelanggan agar hubungan yang telah dijalin menjadi lebih akrab.