

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, sehingga dapat ditarik beberapa simpulan, diantaranya sebagai berikut:

1. *Customer Relationship Management* pada unit usaha sapi perah divisi produksi dan pemasaran susu KSU Tandangsari termasuk kedalam kriteria cukup baik.
2. Kepuasan pelanggan KSU Tandangsari termasuk kedalam kriteria baik, dengan demikian koperasi memiliki potensi dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan pemanfaatan teknologi agar kepuasan anggota terpenuhi.
3. Hubungan variabel *Customer Relationship Management* dengan Kepuasan pelanggan pada KSU Tandangsari terdapat hubungan yang sangat kuat antara *Customer Relationship Management* dengan Kepuasan pelanggan. dengan demikian apabila variabel CRM yang terdiri dari komitmen (X1), komunikasi (X2) dan kualitas pelayanan (X3) apa bila dilakukan peningkatan terhadap setiap variabel tersebut maka akan meningkat pula kepuasan pelanggan (Y) menjadi sangat puas.
4. Unit usaha sapi perah divisi produksi dan pemasaran susu telah melakukan beberapa upaya dalam mencapai kepuasan pelanggan seperti memberikan

potongan harga, memberikan produk susu dengan kualitas baik, dan memperhatikan upaya – upaya lanjutan dengan tujuan meningkatkan kepuasan pelanggan seperti memberikan pelayanan yang optimal, pemberian reward atau hadiah tahunan yang merata, memanfaatkan teknologi sebagai media perantara dengan pelanggan, dan mendengarkan keluhan atau masukan dari pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari simpulan diatas, terdapat beberapa saran sebagai masukan untuk unit usaha sapi perah divisi produksi dan pemasaran susu pada Koperasi serba Usaha Tandangsari yaitu:

1. Pengurus KSU Tandangsari perlu memperhatikan kembali pelayanan secara personal yang diberikan karyawan. Menurut karyawan pelanggan ikut serta membantu agar proses pembungkusan susu tidak memakan waktu yang lama, akan tetapi hal tersebut dapat dipenuhi apabila koperasi menambah satu atau dua karyawan dilokasi pembelian susu. Sehingga tidak akan membuang waktu yang lama dan kepuasan pelanggan akan terpenuhi jika dilayani secara optimal. Apabila biaya yang dikeluarkan terlalu tinggi untuk menambah karyawan, koperasi bisa melakukan system pesanan terlebih dahulu, agar karyawan sudah membungkus susu yang dibutuhkan sebelum pelanggan datang.

2. Untuk meminimalisir terjadinya kesalahan dalam pembagian hadiah tahunan, koperasi perlu memberikan identitas kepada pelanggan seperti kartu identitas dan setiap transaksi pelanggan dicatat dalam computer sehingga koperasi dapat mengenali pelanggan dengan baik dan membangun komitmen yang bertujuan menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan.
3. Untuk mengembangkan unit usaha sapi perah divisi produksi dan pemasaran susu KSU Tandangsari, koperasi perlu mendengarkan keluhan dan masukan – masukan dari pelanggan. Koperasi perlu menyediakan wadah seperti kotak kritik dan saran dilokasi pembelian, dan menyediakan fasilitas khusus yang dapat menjadi perantara antara karyawan dan pelanggan seperti sosial media, ataupun pelanggan dapat menyampaikan langsung kepada karyawan koperasi.
4. Pemanfaatan media sosial perlu dilakukan oleh koperasi. Penyampaian informasi dengan menempelkan kertas di dinding masih dirasa belum optimal karena pelanggan yang terburu – buru selalu tidak sempat membaca apa yang menempel di dinding. Diera yang serba teknologi ini koperasi dapat memanfaatkan media sosial yang mudah dijangkau oleh pelanggan seperti facebook, whatsapp, dan Instagram sebagai media untuk pemberitahuan informasi terbaru kepada pelanggan, selain itu pemanfaatan media sosial juga bisa dijadikan sarana ataupun fasilitas kegiatan promosi dan bisa menjalin hubungan komunikasi yang baik dengan pelanggan.