KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Melalui hasil penelitian pada bab sebelumnya, peneliti menyimpulkan bahwa PT. Beauty Medika telah mengimplementasikan strategi *customer relations* melalui kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh *sales person* PT. Beauty Medika. Strategi kekuatan hubungan ini diimplementasikan ke dalam enam langkah-langkah kegiatan personal selling berdasarkan empat prinsip utama berikut ini.

Berdasarkan prinsip persiapan yang matang. Inti dari prinsip ini adalah *data base* itu sendiri yang akan digunakan PT. Beauty Medika dalam melakukan strategi *customer relations* dalam kegiatan *personal selling*. Oleh karena itu, *sales person* PT. Beauty Medika harus memiliki referensi *data base* calon pelanggan sehingga dapat dikualifikasi dan kemudian mulai melakukan pembangunan hubungan melalui proses prapendekatan kepada calon pelanggan yang berprospek.

Berdasarkan prinsip mendapatkan atau menentukan tempat pembeli. Inti dari prinsip ini adalah proses kategorisasi atau pengelompokan berdasarkan daerah/wilayah maupun jenis klinik untuk menjangkau calon pelanggannya.

Berdasarkan prinsip merealisasikan penjualan. Inti dari prinsip ini adalah realisasi penjualan itu sendiri. Dimana proses yang dilakukan *sales person* atau tenaga penjual PT. Beauty Medika ini dapat menghasilkan penutupan penjulan melalui strategi *customer relations.* Proses ini didukung dari langkah-langkah yang sebelumnya sudah dibangun oleh *sales person*, sehingga pada *sales person* hanya

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

melanjutkan proses penjualan dengan meyakinkan calon pelanggan agar segera memberikan *down payment*.

Berdasarkan prinsip menimbulkan *good will*. Inti dari prinsip ini dilakukan adalah untuk mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan yang ada pada PT. Beauty Medika. Aktivitas seperti menangani permasalahan kerusakan alat dengan respon yang cepat dan tepat, kemudian proses pemeliharaan hubungan dan aktivitas pemeliharaan hubungan lainnya merupakan proses awal PT. Beauty Medika dalam menimbulkan *good will* (itikad baik) berupa pembelian berulang (*repeat order*) atau pemberian referensi yang dibawa oleh pelanggan lama sebagai itikad baik terhadap PT. Beauty Medika. Selain itu juga prinsip menimbulkan *good will* ini tidak hanya berfokus pada tindak lanjut purna jual saja, namun juga memiliki fokus dalam pemeliharaan hubungan yang baik dalam jangka yang panjang.

B. Saran

1. Saran Akademis

Penelitian ini dapat menjadi acuan dan referensi bagi penelitian berikutnya mengenai strategi *customer relations* pada perusahaan lainnya, baik dalam bidang yang sama maupun pada bidang lainnya.

2. Saran Praktis

Perusahaan dapat menambah sumber daya manusia (SDM) sebagai *sales person* dalam melakukan strategi *customer relations* dalam melalui kegiatan *personal selling* yang ada di perusahaan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie