

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa dalam menghadapi persaingan di industri pelatihan, Diorama Training terus berupaya mempertahankan hubungan jangka panjang dengan klien melalui upaya *customer relations*. Diorama Training mengimplementasikan strategi *customer relations* yang berlandaskan teori *Customer Relationship Management* (CRM), dengan menitikberatkan pada empat aspek utama: *people*, *process*, *technology*, serta *knowledge and insight*. Strategi ini melibatkan:

1. *People*: Sumber daya manusia di Diorama Training dibagi menjadi dua bagian utama yakni; lini depan dan lini belakang. Lini depan, yang meliputi peran seperti *Liaison Officer* (LO), *marketing*, dan *Customer Relations Officer* (CRO), bertanggung jawab atas interaksi langsung dengan klien, memastikan pelayanan yang personal dan profesional. Sementara itu, lini belakang, termasuk tim logistik dan *research and development*, mendukung kelancaran operasional dan pengembangan materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan klien. Kolaborasi yang erat antara kedua lini ini menjadi kunci dalam memberikan nilai tambah yang signifikan dan mempertahankan kualitas layanan yang tinggi, yang penting dalam membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang dengan klien.
2. *Process*: Menyusun proses kerja yang fleksibel menjadi salah satu fokus utama Diorama Training dalam menjaga kepuasan klien. Proses ini mencakup langkah-langkah seperti menyesuaikan anggaran dengan kebutuhan klien untuk memastikan layanan tetap terjangkau tanpa mengorbankan kualitas. Selain itu, kualitas layanan dijaga tetap optimal melalui evaluasi berkelanjutan dan penyesuaian sesuai dengan umpan balik yang diterima. Diorama Training juga menangani keluhan klien secara profesional dengan mengidentifikasi akar permasalahan dan mencari solusi terbaik yang memenuhi kebutuhan kedua belah pihak. Pendekatan ini mencakup penerapan negosiasi berbasis *win-win solution*, yang bertujuan

untuk menciptakan hasil yang memuaskan bagi klien sekaligus menguntungkan bagi perusahaan.

3. *Technology*: Memanfaatkan platform digital menjadi strategi penting bagi Diorama Training dalam memperluas akses informasi dan memperkuat hubungan dengan klien. *Website* dan *Google Ads* digunakan untuk memberikan informasi lengkap tentang layanan yang ditawarkan serta menjangkau audiens yang lebih luas secara efektif. Selain itu, komunikasi pasca-pelatihan melalui *WhatsApp* diperkuat melalui platform ini untuk memastikan klien tetap terlibat dan mendapatkan dukungan yang mereka butuhkan. Di sisi lain, media sosial seperti *Instagram* digunakan untuk membangun *brand awareness* dan memperkenalkan citra perusahaan kepada calon klien. Namun, optimasi pada platform seperti *LinkedIn* masih diperlukan untuk memperluas jaringan profesional dan menarik lebih banyak peluang bisnis yang potensial.
4. *Knowledge and Insight*: Diorama Training terus mengembangkan wawasan tentang kebutuhan pasar dan tren pelatihan terbaru. Pengetahuan yang didapat dari hasil *feedback* klien dan observasi pasar digunakan untuk mengoptimalkan strategi pelatihan yang lebih relevan dengan kebutuhan spesifik setiap klien. Hal ini menjadi bagian penting dalam mempertahankan hubungan jangka panjang dengan klien dan meningkatkan kualitas layanan.

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan alat *Customer Relationship Management (CRM)* dalam upaya *customer relations* yang dilakukan oleh Diorama Training telah diimplementasikan dengan baik dan menunjukkan hasil yang positif. Strategi CRM yang diterapkan mencakup komunikasi yang responsif, personalisasi layanan, serta pengelolaan administrasi yang terstruktur, sehingga mampu membangun hubungan yang lebih erat dengan klien. Melalui peran *Customer Relations Officer (CRO)*, tim pemasaran dan *Liaison Officer (LO)*, Diorama Training memastikan bahwa setiap tahapan interaksi dengan klien, mulai dari negosiasi hingga evaluasi pasca-pelatihan, berjalan secara efektif dan sesuai dengan kebutuhan klien. Implementasi CRM ini juga berkontribusi pada

peningkatan kepuasan klien, yang ditunjukkan dengan komitmen mereka dalam memilih layanan pelatihan yang disediakan.

Keberhasilan ini mencerminkan komitmen Diorama Training dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dan membangun hubungan yang berkelanjutan dengan kliennya. Penerapan strategi CRM yang optimal telah membantu Diorama Training tidak hanya dalam mempertahankan klien, tetapi juga dalam memperkuat citra sebagai penyedia pelatihan yang profesional dan terpercaya. Dengan pendekatan yang semakin personal dan inovatif, Diorama Training terus menjadi mitra strategis bagi berbagai perusahaan dan instansi yang membutuhkan layanan pelatihan berkualitas.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti ingin memberikan beberapa saran terkait dengan optimalisasi *customer relations* Unit Diorama Training dalam menjaga hubungan baik dengan klien, sebagai berikut:

1. Saran Akademis

Untuk peneliti selanjutnya, disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur tingkat kepuasan klien secara lebih objektif dan terukur. Dengan menggunakan survei atau kuesioner yang mencakup berbagai indikator kepuasan dan loyalitas, penelitian dapat memberikan data yang lebih akurat mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan klien. Pendekatan ini juga memungkinkan untuk melakukan analisis statistik yang lebih mendalam, yang dapat mengungkap korelasi antara kepuasan klien dengan loyalitas jangka panjang. Penelitian kuantitatif ini nantinya akan melengkapi penelitian kualitatif sebelumnya, dengan memberikan pandangan yang lebih holistik tentang *customer relations*.

2. Saran Praktis

Peneliti menyarankan Diorama Training untuk memanfaatkan penggunaan *email marketing* yang dipersonalisasi. Dengan menggunakan data dari sistem *Customer Relationship Management* (CRM), Diorama Training dapat mengirimkan email yang relevan dan spesifik sesuai dengan profil

klien, seperti rekomendasi pelatihan lanjutan yang sesuai dengan riwayat pelatihan mereka atau pengingat program yang pernah diikuti. Pendekatan ini dapat memperkuat hubungan personal, dan mendorong komitmen mereka dalam memilih Unit Diorama Training.

