

BAB 5

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dianalisis oleh peneliti berkaitan dengan pengalaman komunikasi dan hubungan keterlibatan pelanggan pada penelitian dengan judul Pengalaman Komunikasi Virtual dan Keterlibatan Pelanggan (*Customer Engagement*) oleh Pelanggan sebagai Praktik *Public Relations* dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengalaman komunikasi virtual dan keterlibatan pelanggan (*customer engagement*) yang dirasakan oleh pelanggan Mekari merupakan pengalaman atau hal baru. Pengalaman komunikasi dan pemaknaan keterlibatan pelanggan (*customer engagement*) antar informan memiliki interpretasi yang berbeda satu sama lain dikarenakan beberapa faktor, seperti perbedaan tempat tinggal, latar belakang pendidikan, hingga pengalaman terdahulu.
2. Berdasarkan hasil reduksi fenomenologi transendental dari Husserl, dapat dianalisis bahwa pelanggan Mekari memiliki beberapa pemaknaan terhadap keterlibatan pelanggan (*customer engagement*) yang turut berperan dalam menjaga loyalitas mereka. Pelanggan Mekari memaknai keterlibatan pelanggan (*customer engagement*) merupakan bagian dari pemenuhan kebutuhan informasi pelanggan oleh Mekari sebagai pihak penyedia produk dan usaha untuk melibatkan pelanggan dengan perusahaan untuk menjaga hubungan pelanggan dalam jangka panjang.

Selain itu, pelanggan Mekari mendapatkan pengalaman baru dalam berkomunikasi secara virtual melalui media *live chat support* yang memiliki kelebihan maupun kekurangan dalam proses berkomunikasi, yang disebabkan oleh beberapa faktor baik internal maupun eksternal. Pemaknaan keterlibatan pelanggan juga dimaknai sebagai tindakan pihak Mekari yang bersifat membangun dan membantu dalam menangani krisis. Pengalaman komunikasi dan pemaknaan keterlibatan pelanggan (*customer engagement*) turut berperan dalam menjaga loyalitas pelanggan dengan turut memperhatikan ketepatan sasaran dan intensitas dari tindakan keterlibatan pelanggan (*customer engagement*) itu sendiri.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dianalisis oleh peneliti berkaitan dengan pengalaman komunikasi dan hubungan keterlibatan pelanggan pada penelitian dengan judul Pengalaman Komunikasi Virtual dan Keterlibatan Pelanggan (*Customer Engagement*) oleh Pelanggan sebagai Praktik *Public Relations* dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan, terdapat beberapa saran sebagai berikut.

1. Fenomena komunikasi secara virtual melalui sistem *website* yang disebut “*Live Chat Support*” mulai berkembang dan diadaptasi khususnya pada industri bisnis *SaaS* (*Software-as-a-Service*). Namun bagi beberapa pelanggan, melakukan komunikasi secara virtual merupakan pengalaman baru yang memerlukan waktu untuk beradaptasi. Pada penelitian ini, pelayanan komunikasi secara virtual yang dilakukan oleh Mekari masih memiliki beberapa hambatan, seperti permasalahan sinyal, sistem antrian

tiket yang masih berubah-ubah, respon yang diberikan terkadang cukup lama, hingga kesulitan dalam menyamakan persepsi antara pelanggan dengan tim Mekari yang melayani. Hal ini berdampak kepada kemungkinan terjadinya miskomunikasi yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi bisnis *SaaS (Software-as-a-Service)* untuk memperhatikan kesiapan sistem dan kapabilitas tim untuk melayani pelanggan melalui sistem atau media virtual lain kedepannya.

2. Pada penelitian ini, peneliti hanya menganalisis 8 (delapan) kata kunci dan konsep mengenai pengalaman komunikasi virtual serta pemaknaan keterlibatan hubungan pelanggan (*customer engagement*) berdasarkan pengalaman setiap informan. Oleh karena itu, diharapkan pada penelitian fenomenologi selanjutnya mengenai pemaknaan komunikasi dan keterlibatan pelanggan (*customer engagement*) dapat dianalisis lebih banyak kata kunci dan konsep.

3. Pada penelitian ini, peneliti hanya menginterpretasikan sebanyak 5 (lima) esensi dari pengalaman pelanggan Mekari Talenta. Oleh karena itu, diharapkan interpretasi esensi tersebut dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan untuk perkembangan bisnis *SaaS (Software-as-a-Service)* kedepannya, khususnya dalam hal menjaga dan meningkatkan keterlibatan pelanggan (*customer engagement*) dan loyalitas pelanggan.