BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan setiap bab dan halaman sebelumnya tentang penerapan *custumer relationship management* dalam distribusi di PT. Cocca Cola Distribution cabang Pekanbaru, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. PT. Coca CoIa Distribution merupakan bagian dari PT. Cocca Cola AmatiI lndonesia yang bertugas melayani konsumen untuk kebutuhan pembelian, memasok, dan pemesanan produk minuman Coca Cola. Saat ini tersedia berbagai jenis produk dari Coca Cola botol ukuran kecil, sedang, dan besar dan tersedia juga produk dalam bentuk kaleng.
2. Menerapkan manajemen hubungan pelanggan dalam distribusi di PT. Cocca Cola Distribution cabang Pekanbaru, aplikasi ini dapat merujuk pada bagaimana kita selalu dapat menemukan pelanggan baru dengan meningkatkan hubungan sehingga mereka Merasa puas dengan layanan yang ditawarkan sehingga pada akhirnya menjadi loyal. perusahaan pengganti permanen. Dengan penerapan CRM, perusahaan juga dapat membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dalam jangka panjang, yang pada akhirnya dapat meningkatkan keuntungan dari produk.
3. Keuntungan perusahaan dalam penerapan CRM begitu banyak manfaatnya yaitu, untuk meningkatkan transparansi dan produktivitas data, menjaga hubungan baik dengan klien dalam waktu jangka panjang, peningkatan kolaborasi tim dalam suatu peningkatan penjualan, dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan bagi perusahaan, peningkatan efisiensi dalam melayani klien, kepuasan staf lebih

tinggi terhadap penjualan, penghematan biaya, dan berkurangnya gesekan dengan klien terutama dalam kondisi pandemik saat ini.

1.2 Saran

Adapun saran yang diberikan penulis kepada PT. Coca Cola Distribution cabang Pekanbaru dalam penerapan *custumer relationship management* ini yaitu sebagai berikut:

1. Penerapan *custumer relationship management* yang dilakukan dalam distribusi pada PT. Coca Cola Distributor cabang Pekanbaru sudah berjalan sangat baik, tapi sebaiknya perusahaan dapat mempertahankan loyalitas dalam melakukan distributor agar pelaksanaa distributor tetap berjalan baik dengan konsumen, sehingga konsumen tidak berpindah pada distributor pesaing dengan cara meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan yang diunggulkan berbanding dengan cara yang diberikan perusahaan pesaing kita.
2. Sebaiknya PT. Coca Cola tidak puas sampai disini saja, upaya lain untuk meningkatkan hubungan yang baik kepada kosnumen sangat penting dilakukan. Karena dengan peningkatkan hubungan yang dilakukan akan dapat menjaga loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Dan juga perusahaan pesaing tentunya juga meningkatkan tingkat pelayanan kepada konsumennya. Perusahaan tentunya akan tertinggal dengan perusahaan pesaing jika tidak melakukan inovasi baru yang dapat menaikan jumlah penjualan jika tidak adanya loyalitas yang diberikan perusahaan kepada konsumen.