

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Implementasi Customer Relationship Management pada Usaha Natya Buket Pucanglaban

Natya Buket merupakan usaha rumahan yang bergerak dalam penjualan buket, kado/ *hampers*, rangkaian kue ulang tahun dari *snack* dan juga jasa hiasan hantaran pernikahan. Usaha Natya Buket ini didirikan oleh seorang mahasiswa yang bernama Tutut Indriana yang bertempat tinggal di RT/ RW 002/002 Dusun Sumberbendo Desa Sumberbendo Kecamatan Pucanglaban Kabupaten Tulungagung. Usaha ini didirikan pada tahun 2018 lalu sejak pemilik lulus SMA. Pada awalnya, pemilik usaha ini dipercaya teman-temannya untuk membuat buket pada acara wisuda atau purnawiyata sekolahnya. Dengan keterampilan seni yang dimilikinya dan ketelatenannya, akhirnya pemilik pun bisa membuat sebuah buket dari bahan-bahan sederhana seperti *snack* dengan hasil yang lumayan bagus. Kemudian lama-kelamaan, karena buket yang dihasilkan lumayan menarik dan layak dijual, akhirnya teman-temannya pun juga membantu promosi melalui mulut ke mulut dan juga media sosial seperti *Whatsapp*, *Facebook* dan *Instagram*. Dan satu per satu pun ada orderan masuk dari pihak luar sekolahnya.

Namun usaha Natya Buket ini juga sempat mengalami penurunan penjualan, karena pemilik usaha fokus pada perkuliahannya yang juga jauh dari tempat tinggalnya dan usaha ini juga masih dikerjakan oleh

pemilik usaha sendiri tanpa tenaga kerja. Kemudian ketika pandemi Covid 19 mulai melanda Indonesia dan ada kebijakan untuk semua kegiatan dilakukan dari rumah, termasuk proses pembelajaran dari rumah. Mengingat di usia yang masih muda ini dengan kebutuhan yang selalu ingin terpenuhi dan memiliki cita-cita yang harus dicapai, pemilik usaha ini bertekad untuk melanjutkan dan meningkatkan bisnis yang pernah dirintisnya sembari mengisi waktu luangnya di rumah. Pemilik usaha ini mencoba berbagai strategi untuk mengembangkan usahanya di masa pandemi, yaitu dengan cara menambah media promosi online seperti membuat akun *instagram*, *tiktok*, *shopee* untuk bisnisnya dan juga menambah variasi serta inovasi dari produk yang dijualnya. Selain itu, untuk menghadapi persaingan bisnisnya pemilik usaha Natya Buket ini mencoba memperbaiki hubungan dengan pelanggannya. Pemilik usaha berusaha menerapkan CRM berbasis media sosial untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan juga meningkatkan penjualan. Dengan berbagai strategi tersebut, akhirnya usaha Natya Buket ini dapat berkembang cukup pesat walaupun di masa pandemi ini, terbukti setiap hari selalu ada pesanan yang masuk dan bahkan sekarang pun dalam satu bulan total penjualannya bisa mencapai puluhan produk.<sup>65</sup>

Pelanggan merupakan salah satu *stakeholder* yang memiliki peran penting bagi usaha Natya Buket. Oleh karena itu, upaya untuk mendekatkan diri dengan pelanggan sangat dibutuhkan. Berdasarkan hasil

---

<sup>65</sup> Wawancara dengan Tutut Indriana (pemilik Natya Buket) pada tanggal 24 Agustus 2021

wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan, Natya Buket memanfaatkan komunikasi pemasaran dan pelayanan pelanggan melalui media sosial dalam operasional bisnisnya. Komunikasi pelayanan konsumen atau pelanggan dilakukan secara *online*. Saluran-saluran komunikasi yang digunakan antara lain *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*, dan juga aplikasi *Shopee*. Tujuan dari digunakan berbagai saluran komunikasi adalah sebagai sarana bagi pelanggannya agar dapat tetap berhubungan dengan Natya Buket dan mendapatkan pelayanan secara *online*.

Tutut Indriana selaku pemilik usaha Natya Buket menambahkan terkait proses komunikasi dengan pelanggan Natya Buket:

ya untuk komunikasi dengan pelanggan kita memanfaatkan beberapa media *online* terutama media sosial, para konsumen atau pelanggan bisa langsung memesan di media sosial yang kita punya. Selain itu pelanggan pun juga bisa memberikan masukan atau komplain melalui media sosial tersebut. Jika ada pelanggan yang mungkin membutuhkan percakapan yang lebih intens atau panjang biasanya kami alihkan ke *WhatsApp* agar lebih mudah. Dari media sosial tersebut akhirnya kami mengelola data pelanggan dengan meminta izin menyimpan nomer pelanggan atau memfollow akun media sosial nya agar sewaktu-waktu bisa memfollow up para pelanggan.<sup>66</sup>

Dari berbagai saluran komunikasi yang digunakan, cara lain yang digunakan oleh Natya Buket untuk membangun hubungan dengan pelanggan atau menerapkan Customer Relationship Management adalah dengan 3 fase atau tahapan, yaitu:

### **1. Menjaring pelanggan baru**

---

<sup>66</sup> Wawancara dengan Tutut Indriana (pemilik Natya Buket) pada tanggal 5 Januari 2022

Dalam mendapatkan pelanggan baru Natya Buket akan mempromosikan keunggulan dari produk-produknya melalui media sosial yaitu, *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp* dan aplikasi *Marketplace*. Dalam memasarkan produknya dalam media sosialnya, Natya Buket mendesain tampilan produknya dengan menarik dan rapi yang tentunya juga sesuai dengan gambar produk aslinya serta menunjukkan hal yang berbeda dari produknya dengan produk pesaing. Hal tersebut bertujuan untuk menarik konsumen dan mendapatkan pelanggan baru.

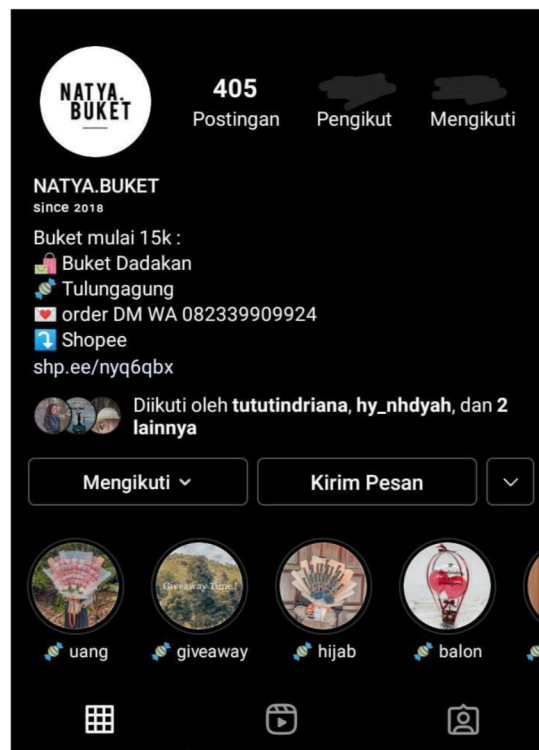
Media sosial adalah salah satu alat yang berperan penting bagi operasional bisnis Natya Buket. Media sosial yang digunakan oleh Natya Buket adalah *Instagram*, *Facebook* dan *WhatsApp*. Media sosial tersebut digunakan sebagai sarana pemasaran dan juga sarana dalam kegiatan *Customer Relationship Management*.

#### a. *Instagram*

*Instagram* merupakan salah satu media sosial yang paling aktif digunakan oleh Natya Buket. Hampir setiap hari, Natya Buket membuat unggahan foto di *feed Instagram* atau di story *Instagram* mengenai produk terbaru, pesanan produk dari pelanggan, testimoni, atau terkadang juga event-event tertentu. Postingan-postingan *Instagram* Natya Buket selalu dibuat menarik, agar para pengikut *Instagramnya* tertarik dengan postingan yang dibuat. Melalui *instagram* ini, Natya Buket juga

berkomunikasi dengan pelanggan dengan memberikan sapaan, memberikan konten menarik dan juga mempromosikan produknya. Nama akun *Instagram* Natya Buket bernama @natya.buket.

**Gambar 4. 1**  
**Akun Instagram Natya Buket**



*Sumber Data: Natya Buket*

*b. Facebook*

*Facebook* adalah salah satu media sosial yang digunakan oleh Natya Buket untuk media pemasaran dan juga media

penerapan CRM. *Facebook* digunakan oleh Natya Buket untuk mengunggah informasi mengenai produk baru, promo dan juga event-event tertentu. Untuk media komunikasi pelanggan, biasanya dalam facebook ini biasanya dilakukan secara personal melalui *inbox* atau juga komentar di postingan berandanya. Pesan yang biasanya disampaikan pelanggan yaitu terkait dengan harga produk, dan prosedur pemesanan produk. Namun biasanya jika membutuhkan komunikasi yang lebih intens akan dialihkan ke media sosial *WhatsApp* agar komunikasinya lebih nyaman. Akun *Facebook* yang digunakan oleh Natya Buket bernama Riya Indriana.

#### Gambar 4. 2

##### Akun Facebook Natya Buke



Sumber Data: Natya Buket

c. *WhatsApp*

Media sosial *WhatsApp* merupakan salah satu media sosial yang paling sering digunakan oleh Natya Buket. *WhatsApp* ini dapat digunakan untuk media pemasaran dan juga melakukan kegiatan CRM. Biasanya Natya Buket menggunakan *WhatsApp* untuk mengunggah produk-produk di postingan story, melakukan sapaan-sapaan pribadi maupun sapaan umum ke pelanggan, menyimpan data pelanggan dalam sebuah grup siaran, dan juga memberikan informasi lainnya. Selain itu, *WhatsApp* ini adalah salah satu media sosial yang terhubung atau terkoneksi dengan media sosial lain yang digunakan oleh Natya Buket. Biasanya jika ada komunikasi yang membutuhkan percakapan yang lebih intens atau mendalam, nanti akan diarahkan ke media sosial *WhatsApp*. Karena *WhatsApp* ini dinilai lebih efektif untuk digunakan dalam komunikasi dua arah.

Selain mempromosikan keunggulan produknya, Natya Buket juga menjawab pernyataan pelanggan. Dimana dalam sebuah transaksi jual beli tidak akan lepas dari namanya pertanyaan atau tanya jawab. Para konsumen atau pelanggan sering mengajukan pertanyaan-pertanyaan di media sosial yang digunakan oleh Natya Buket. Pertanyaan-pertanyaan yang sering diajukan berupa harga produk, koleksi produk, prosedur pemesanan, asal pengiriman. Untuk pelanggan yang bertanya mengenai koleksi produk, Natya Buket akan

mengarahkan ke *Instagram* dan jika pelanggan yang jarak tempatnya jauh biasanya langsung diarahkan ke *Shopee* Natya Buket agar pengiriman lebih mudah serta bisa mendapatkan gratis ongkir. Hal tersebut juga bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam memilih produk dan juga bisa untuk *request* buket sesuai keinginannya. Serta dalam menjawab pertanyaan konsumen, Natya Buket selalu menggunakan bahasa yang sopan dan ramah, dan ketika ada pelanggan yang meminta contoh produknya, Natya Buket akan memberikan produk yang sesuai dengan produk aslinya. Sehingga hal ini juga akan menambah kenyamanan dan kepercayaan dari pelanggan.

Pemilik usaha Natya Buket, Tutut Indriana menambahkan terkait proses menjawab pertanyaan pelanggan Natya Buket:

Biasanya ada pelanggan yang mengirimkan pesan lewat *WhatsApp* tanpa lihat di *Instagram* atau *Shopee* kan, ‘kak bisa pesan bucket dengan harga segini? Dan bisa lihat contoh modelnya?’ jadi otomatis langkah pertama kami kirim 1-2 contoh modelnya, *dan itupun kami akan mengirimkan photo real picture atau produk asli*. Namun jika kurang puas biasanya kami kirimkan *link Instagram* atau *Shopee* yang kami sediakan. Jika memang tidak ada yang dikehendaki, silahkan menghubungi kami kembali. Jadi pelanggannya juga lebih mudah, kami pun juga tidak kesusahan mengirimkan gambar satu persatu. Dan ketika ada yang comment di postingan *Instagram* dan *Facebook* Natya Buket, biasanya konsumen atau pelanggan yang membutuhkan percakapan lebih intens juga kami arahkan ke *WhatsApp*, intinya semua media sosial yang kami gunakan ini semua saling teraut dan berkolaborasi.



**Gambar 4. 3**  
**Contoh Percakapan di Media Sosial Natya Buket**



*Sumber Data: Natya Buket*

Jadi dari data tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa untuk memperoleh pelanggan baru Natya Buket memanfaatkan media sosial nya untuk mempromosikan keunggulan produknya dan juga menjawab pertanyaan-pertanyaan calon konsumen maupun pelanggannya.

## **2. Meningkatkan kemampuan untuk menghasilkan keuntungan dari pelanggan yang telah ada**

Natya Buket meningkatkan kemampuan hubungan pelanggan dengan menerima komentar, keluhan dan saran Pelanggan. Natya buket menyediakan waktu untuk mendengarkan keluhan atau pendapat pelanggan untuk mengembangkan pelayanan mereka. Media

sosial sebagai penghubung antara pelanggan Natya Buket untuk menyampaikan komentar, keluhan dan saran. Melalui media sosial ini pelanggan dapat memberikan responnya secara langsung, sehingga Natya Buket dapat langsung mengetahui apa yang diinginkan pelanggannya.

Ada beberapa pelanggan yang menghubungi Natya Buket melalui media sosial untuk menyampaikan komentar, keluhan maupun saran. Komentar yang diterima oleh Natya Buket dapat berupa komentar positif maupun negatif. Komentar positif yang biasanya pelanggan berikan di media sosial yaitu berupa testimoni positif pembelian produk Natya Buket. Testimoni ini biasanya berbentuk foto atau video yang diposting pelanggan dengan mentag akun media sosial Natya Buket. Kemudian Natya Buket akan menanggapi dengan memberikan tanda *like* dan juga merepost postingan tersebut. Selain itu Natya Buket juga mengunggah beberapa testimoni dari pelanggan mereka.

Dina Sila selaku pelanggan Natya Buket menambahkan:

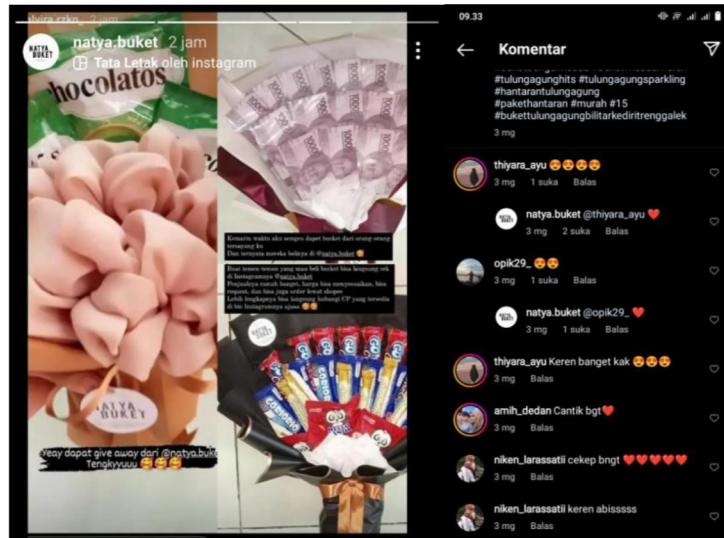
Biasanya setelah membeli produk dari Natya Buket saya memberikan testimoni melalui WhatsApp atau akun media sosial lainnya, yang biasanya juga ditanggapi oleh Natya Buket dengan ucapan terima kasih atau merepost postingan saya. Bahkan saya juga pernah merekomendasikan produk Natya Buket kepada teman-teman saya, karena produk dan pelayanan yang diberikan cukup memuaskan serta harganya pun lebih terjangkau dibandingkan dengan usaha-usaha buket lain yang ada di Tulungagung.<sup>67</sup>

---

<sup>67</sup> Wawancara dengan Dina Sila (Pelanggan Natya Buket) pada 08 Januari 2022

Gambar 4. 4

## Testimoni dan komentar dari Pelanggan Natya Buket



Sumber Data: Natya Buket

Sedangkan keluhan yang biasa diadukan pelanggan kepada Natya Buket adalah mengenai lamanya pengiriman atau merespon pesan masuk dengan lama karena banyaknya pesanan yang masuk.

Pemilik usaha Natya Buket, Tutut Indriana menjelaskan mengenai keluhan pelanggan Natya Buket:

Biasanya ketika banyak pesanan masuk pada event-event tertentu, ada pelanggan yang mengeluh mengenai lamanya respon dan juga pengiriman barang, ya biasanya nanti kami akan memberi informasi bahwa pesanan akan dilayani sesuai dengan urutan dan harap bersabar, bahkan bisanya jika tenaga kami tidak mampu mengatasi, kita close order dulu untuk menyelesaikan pesanan yang sudah masuk, karena kita ingin mengutamakan pelayanan dan kenyamanan pelanggan. Biasanya hal seperti ini terjadi

ketika event di shopee seperti promo 1.1, 12.12, 11.11 dan juga ketika event wisuda sekolah maupun kampus.<sup>68</sup>

Untuk menanggapi hal tersebut, biasanya Natya Buket akan memberi informasi pelanggan agar tetap bersabar dan pesanan akan dilayani sesuai urutan, dan meminta maaf mengenai terlambatnya pengiriman produk. Semua respon maupun keluhan yang diterima Natya Buket akan dijadikan pembelajaran untuk memberikan pelayanan yang lebih baik lagi agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Saran yang biasa pelanggan berikan kepada Natya Buket adalah seperti menambah jenis model maupun produk yang bisa digunakan untuk kado. Untuk menanggapi itu, biasanya Natya Buket akan menampung dulu saran dari para pelanggan dan akan mempertimbangkan terlebih dahulu saran-saran tersebut.

Tutut Indriana selaku pemilik usaha Natya Buket menambahkan mengenai saran yang diberikan oleh pelanggan Natya Buket:

Ya bisanya sih para pelanggan, usul agar memperbanyak produk dari Natya Buket, misalnya sebelum-sebelumnya hanya bermodel bucket, ada yang minta model seperti kue ulang tahun dari snack, bucket balon dan juga ada yang minta agar membuka jasa menghias hantaran pernikahan. Ya kami meresponnya dengan baik, dan berterima kasih

---

<sup>68</sup> Wawancara dengan Tutut Indriana (pemilik Natya Buket) pada tanggal 05 Januari 2022

atas saran-sarannya, dan kami akan mempertimbangkan saran-saran tersebut.<sup>69</sup>

Bapak Muh. Rois Abin, M.Pd.I, selaku Dosen Manajemen

Bisnis Syariah juga menambahkan:

Dalam konteks manajemen bisnis syariah, pelanggan selain memberikan income berupa materi karena membeli produk atau menikmati jasa tentunya pelanggan juga memberikan kritik saran untuk mengembangkan perusahaan atau suatu bisnis. Jadi kehadiran pelanggan yang memberikan kritik dan saran sangat dibutuhkan oleh suatu perusahaan atau bisnis. Dan pada zaman seperti ini bisa dilakukan melalui media sosial tentunya juga harus sesuai dengan etika bisnis syariah seperti mengutamakan akhlak.<sup>70</sup>

### **3. Mempertahankan pelanggan yang menguntungkan untuk kelangsungan hidup**

Untuk mempertahankan pelanggan yang menguntungkan kelangsungan usahanya, Natya Buket menggunakan beberapa cara yaitu:

#### **a. Memberikan sapaan langsung ke pelanggan**

Dalam memberikan sapaan Natya Buket menggunakan bahasa yang baik dan sopan melalui media sosial. Sapaan yang biasanya digunakan berupa sapaan-sapaan umum seperti ucapan selamat pagi, selamat akhir pekan, dan lain-lain. Sapaan-sapaan

---

<sup>69</sup> Ibid.,

<sup>70</sup> Wawancara dengan Bapak Moh. Rois Abin selaku Dosen Manajemen Bisnis Syariah, pada tanggal 3 Februari 2022

ini dikirimkan secara publik melalui akun media sosialnya dan juga dikirimkan secara pribadi kepada pelanggannya.

Tutut Indriana selaku pemilik usaha Natya Buket menegaskan:

Biasanya kami melakukan sapaan umum, misalnya “Selamat pagi, selamat berakhir pekan, apa kabar kakak, ada produk baru nih dari Natya Buket, yuk kepoin” dan untuk yang paling sering kita menggunakan status wa dan instagram untuk sapaan-sapaan seperti ini.

Untuk sapaan pribadi kepada pelanggan biasanya Natya Buket melakukannya dengan memanfaatkan siaran grup di WhatsApp. Natya Buket memanfaatkan kontak pelanggan mengenai produk-produknya. Kontak-kontak dalam siaran grup tersebut juga dipilah-pilah sesuai lamanya konsumen tersebut menjadi pelanggan Natya Buket. Siaran grup yang digunakan oleh Natya Buket ini merupakan salah satu cara sederhana untuk mengelola data base pelanggannya.

Dengan menggunakan siaran grup ini lebih efektif karena sekali mengirimkan sapaan bisa langsung terkirim semua kontak pelanggan yang masuk dalam anggota siaran grup tersebut, dimana pesan atau sapaan tersebut terkirim secara pribadi kepada setiap pelanggan. Namun hal tersebut juga tidak terlalu sering dilakukan, biasanya satu bulan sekali, karena Natya Buket ingin mengutamakan kenyamanan pelanggan dengan tidak melakukan promosi pribadi secara terus-menerus. Isi dari sapaan-sapaan

Natya Buket dapat berupa komunikasi ringan atau promosi penjualan kepada pelanggan. Kemudian Natya Buket akan memberikan respon atau jawaban kepada tanggapan-tanggapan yang pelanggan berikan terhadap sapaan Natya Buket.

Dina Sila selaku pelanggan Natya Buket juga menambahkan:

Biasanya setiap satu bulan sekali saya mendapatkan pesan dari Natya Buket mengenai pertanyaan tentang kabar dan juga informasi terbaru dari produk maupun promo dari Natya Buket. Dan menurut saya sih, itu bermanfaat bagi kami sebagai pelanggan untuk mengetahui hal ter update dari Natya Buket jika suatu saat kita akan memesan produk, dan untuk jangka waktu satu bulan sekali pun tidak membuat kami terganggu.<sup>71</sup>

**Gambar 4. 5**

#### **Pemberian Sapaan Natya Buket Kepada Pelanggan**



*Sumber Natya Buket*

<sup>71</sup> Wawancara dengan Dina Sila selaku pelanggan Natya Buket pada tanggal 08 Januari 2022

b. Memberikan pelayanan yang ramah

Dalam memberikan pelayanan pelanggan, Natya Buket memberikan respon atau tanggapan yang ramah dan pemberian senyum dengan menggunakan *emoticon* setiap ada pesan masuk dari media sosial yang digunakannya. Penggunaan *emoticon* dalam komunikasi *online* digunakan untuk menggantikan ekspresi wajah dan bahasa tubuh yang biasa digunakan dalam berkomunikasi tatap muka. *Emoticon-emoticon* tersebut biasanya digunakan pada sapaan-sapaan di media sosial dan balasan kepada pelanggan. Selain penggunaan *emoticon*, pada media sosial *Instagram* dan *Facebook* juga terdapat fitur yang berguna untuk mengekspresikan rasa suka, marah atau benci. Namun yang paling utama adalah melayani pelanggan secara optimal apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Dalam hal melayani pelanggan, Natya Buket juga melayani pemesanan bucket secara custom sesuai dengan keinginan pelanggan dan meresponnya dengan cepat dan tanggap.

Tutut Indriana selaku pemilik usaha Natya Buket menegaskan mengenai pelayanan pelanggan Natya Buket:

Ya karena usaha Natya Buket ini adalah usaha yang bergerak di bidang *online* jadi untuk pelayanan yang dapat kami lakukan dan tunjukkan melalui media sosial dengan menggunakan fitur-fitur seperti *emoticon* maupun tanda *love* tersebut. Namun juga tidak lupa kami juga menggunakan bahasa yang ramah dan sopan, agar



pelanggan merasa dihormati dan puas terhadap pelayanan yang akan berikan.<sup>72</sup>

Bapak Muh. Rois Abin, M.Pd.I, selaku dosen Manajemen Bisnis Syariah juga menambahkan mengenai pelayanan yang ramah kepada pelanggan:

Peran dari pelanggan itu tidak bisa dihilangkan dalam suatu bisnis, maka dari untuk membangun hubungan pelanggan, dalam perspektif manajemen bisnis syariah kita harus mengutamakan pelayanan, dimana seperti yang pernah dicontohkan Rasulullah yaitu dengan murah senyum, ramah, menepati janji dan juga adil artinya kita harus melayani pelanggan itu sama tidak memandang, agama, ras dan juga budaya. Kita juga harus melayani pelanggan dengan optimal disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, serta membawa nilai-nilai agama seperti Shiddiq, amanah, tabligh dan fatanah walaupun dengan menggunakan media sosial.<sup>73</sup>

c. Memberikan konten dan event menarik

Dalam hari-hari tertentu Natya Buket memberikan konten dan event menarik pada media sosialnya. Biasanya konten yang digunakan seperti tebak-tebak maupun polling. Selain itu, Natya Buket juga menyediakan event seperti *give away* untuk para pelanggan atau *followers Instagram* nya dengan ketentuan-ketentuan tertentu. Hal tersebut bertujuan untuk mempererat hubungan Natya Buket dengan pelanggannya dan juga menambah loyalitas pelanggan.

---

<sup>72</sup> Wawancara dengan Tutut Indriana (pemilik Natya Buket) pada tanggal 05 Januari 2022

<sup>73</sup> Wawancara dengan Bapak Moh. Rois Abin selaku Dosen Manajemen Bisnis Syariah pada tanggal 3 Februari 2022

Panca Maulida selaku pelanggan Natya Buket menjelaskan mengenai konten dan event yang diberikan Natya Buket:

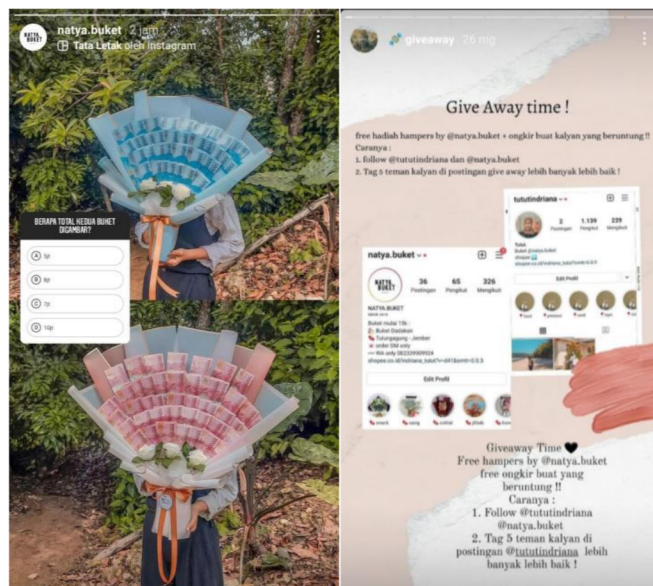
Dalam *instagram* nya Natya Buket biasanya memberikan konten-konten tebak-tebakan, kemudian polling mengenai produknya, serta selain itu juga event give away dari produk Natya Buket yang selalu kami tunggu. Selain itu, saya juga sering merekomendasikan produk Natya Buket kepada teman-teman saya, karena produk-produknya menurut saya menarik, harganya pun terjangkau dan pelayanannya juga ramah.<sup>74</sup>

Tutut Indriana selaku pemilik Natya Buket menambahkan:

Beberapa bulan sekali biasanya kami mengadakan Give away untuk para followers Instagram Natya Buket, selain itu juga memberikan tebak-tebakan mengenai produk kami, harapannya sih agar komunikasi kami dengan para pelanggan tetap terjalin dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

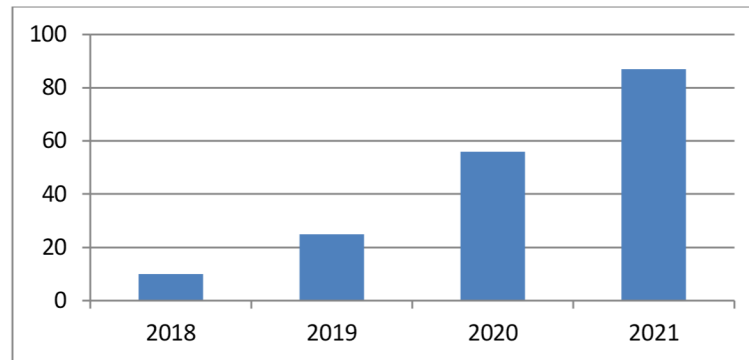
#### Gambar 4.6

#### Konten dan Event Menarik Natya Buket



<sup>74</sup> Wawancara dengan Panca Maulida selaku pelanggan Natya Buket pada tanggal 6 Januari 2022

**Gambar 4.7**  
**Grafik jumlah pelanggan Natya Buket selama 4 tahun**



Jadi apabila dilihat dari grafik jumlah pelanggannya selama 4 tahun ini, jumlah pelanggan Natya Buket selalu meningkat setiap tahunnya. Hal tersebut menandakan bahwa penerapan komunikasi pemasaran dan Customer Relationship Management dalam usahanya berdampak positif bagi usahanya dan juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan pada Natya Buket.

## **B. Temuan Penelitian**

Temuan peneliti berkaitan dengan implementasi customer relationship management berbasis media sosial untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dalam perspektif manajemen bisnis syariah pada Natya Buket sebagai berikut:

### **1. Implementasi Customer Relationship Management Berbasis Media Sosial untuk Menjaring Pelanggan Baru**

Untuk mendapatkan pelanggan baru Natya Buket akan mempromosikan keunggulan dari produk-produknya melalui media sosial yaitu, *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp* dan aplikasi

*Marketplace*. Dalam memasarkan produknya dalam media sosialnya, Natya Buket mendesain tampilan produknya dengan menarik dan rapi yang tentunya juga sesuai dengan gambar produk aslinya serta menunjukkan hal yang berbeda dari produknya dengan produk pesaing. Hal tersebut bertujuan untuk menarik konsumen dan mendapatkan pelanggan baru.

Media sosial adalah salah satu alat yang berperan penting bagi operasional bisnis Natya Buket. Media sosial yang digunakan oleh Natya Buket adalah *Instagram (@natya.buket)*, *Facebook (Riya Indriana)* dan *WhatsApp*. Media sosial tersebut digunakan sebagai sarana pemasaran dan juga sarana dalam kegiatan *Customer Relationship Management*. Dengan adanya media sosial tersebut dapat membantu mendekatkan Natya Buket dengan pelanggan dan juga menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggannya.

Selain mempromosikan keunggulan produknya, untuk mendapatkan atau menjaring pelanggan baru, Natya Buket juga menjawab pernyataan-pertanyaan calon konsumen maupun pelanggan. Dimana dalam sebuah transaksi jual beli tidak akan lepas dari namanya pertanyaan atau tanya jawab. Para konsumen atau pelanggan sering mengajukan pertanyaan-pertanyaan di media sosial yang digunakan oleh Natya Buket. Pertanyaan-pertanyaan yang sering diajukan berupa harga produk, koleksi produk, prosedur pemesanan, asal pengiriman. Untuk pelanggan yang bertanya mengenai koleksi

produk, Natya Buket akan mengarahkan ke *Instagram* dan jika pelanggan yang jarak tempatnya jauh biasanya langsung diarahkan ke *Shopee* Natya Buket agar pengiriman lebih mudah serta bisa mendapatkan gratis ongkir. Hal tersebut juga bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam memilih produk dan juga bisa untuk *request* buket sesuai keinginannya. Serta dalam menjawab pertanyaan konsumen, Natya Buket selalu menggunakan bahasa yang sopan dan ramah, dan ketika ada pelanggan yang meminta contoh produknya, Natya Buket akan memberikan produk yang sesuai dengan produk aslinya. Sehingga hal ini juga akan menambah kenyamanan dan kepercayaan dari pelanggan dan juga akan lebih mudah untuk mendapatkan hati pelanggan untuk membeli produknya.

## **2. Implementasi *Customer Relationship Management* Berbasis Media Sosial untuk Menghasilkan Keuntungan dari Pelanggan yang Sudah Ada**

Dalam hal ini cara yang digunakan Natya Buket adalah dengan mendengarkan dan menerima komentar, keluhan dan saran dari pelanggan baik langsung maupun melalui media sosial yang digunakan. Ada beberapa pelanggan yang menghubungi Natya Buket melalui media sosialnya untuk menyampaikan komentar baik positif maupun negatif, untuk komentar positifnya biasanya berupa testimoni

dari pembelian produk atau memberi like atau komentar baik pada postingan Natya Buket di akun media sosialnya.

Sedangkan keluhan yang biasa di sampaikan pelanggan yaitu mengenai keterlambatan pengiriman produk, dan pelayanan yang kurang cepat. Serta untuk saran yang biasa disampaikan pelanggan ke Natya Buket adalah untuk menambah model maupun jenis produk yang dapat digunakan untuk kado. Untuk menanggapi komentar, keluhan maupun saran tersebut Natya Buket akan menyediakan waktu khusus untuk menanggapi nya dan merespon komentar-komentar dan keluhan tersebut dengan cepat. Sedangkan untuk saran biasanya Natya Buket akan menampung nya terlebih dahulu untuk bahan pertimbangan bagi perkembangan usahanya. Dan untuk komentar serta keluhan yang diterima Natya Buket akan dijadikan pembelajaran untuk memberikan pelayanan yang lebih baik lagi sehingga pelanggan akan tetap loyal terhadap Natya Buket. Dengan adanya komentar, keluhan maupun saran tersebut dapat menguntungkan Natya Buket karena dapat dijadikan sarana untuk mengembangkan usahanya.

### **3. Implementasi Customer Relationship Management Berbasis Media Sosial untuk Mempertahankan Pelanggan yang Menguntungkan**

Dalam hal ini Natya Buket menggunakan cara memberikan sapaan langsung kepada pelanggan baik umum atau pribadi.

Untuk sapaan umum biasanya melalui postingan *story Instagram*, *Facebook* maupun *WhatsApp*. Sedangkan untuk sapaan pribadi melalui siaran grup *WhatsApp* dimana pesannya tersebut akan terkirim secara pribadi kepada anggota dalam siaran grup tersebut. Siaran grup tersebut juga dimanfaatkan Natya Buket untuk mengelola data base pelanggan. Hal ini merupakan cara yang efektif untuk lebih dekat dengan pelanggan.

Selain memberikan sapaan, Natya Buket juga memberikan pelayanan yang ramah kepada pelanggan dan berusaha memberikan apa yang dikehendaki oleh pelanggan. Sehingga pelanggan akan merasa puas dan Natya Buket dapat mempertahankan pelanggan yang baik. Bahkan dalam hal ini Natya Buket juga mempertahankan pelanggannya dengan memberikan konten dan event menarik seperti tebak-tebakan, tanya jawab seru-seruan dan juga *give away* melalui media sosialnya. Dengan tersebut pelanggannya semakin merasa diperhatikan dan akan setia untuk menjadi bagian dari Natya Buket, sehingga Natya Buket juga akan lebih mudah untuk mempertahankan pelanggan yang menguntungkan untuk kelangsungan hidupnya.