

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan yakni mengenai peran customer service sebagai fungsi marketing public relations dalam penjualan CV. Moala Indonesia, peneliti dapat menyimpulkan hasil yang didapatkan di lapangan, temuan tersebut diantaranya:

1. Peran *customer service* sebagai fungsi *marketing public relation* dalam peningkatan penjualan CV. Moala Indonesia adalah ikut andil dalam mempromosikan produk-produk yang ada di CV. Moala Indonesia, menginformasikan tujuan dari customer service CV. Moala Indonesia melalui kerja sama dalam bentuk pemasaran.
2. Kendala dan upaya mengatasinya yaitu:

Kendala antara lain (1) kemampuan dan kinerja *customer service* itu sendiri. Apabila cs memiliki kekurangan informasi mengenai tupoksi yang dikerjakan kepada karyawan mencari informasi yang dibutuhkan ada di CV Moala Indonesia karena tiap karyawan memiliki tingkat pemahaman yang berbeda; (2) adanya persaingan harga dengan kompetitor lain yang akan membandingkan dengan harga produk lainnya. Upaya mengatasi dengan cara memperkenalkan para *customer service* dan karyawan lainnya mengenai aturan-aturan atau tupoksi bagi semua *customer service* yang ada di CV. Moala Indonesia yang terdapat di SOP yang wajib dipatuhi oleh semua karyawan. Selanjutnya, apabila semua karyawan melakukan pelanggaran peraturan yang berlaku akan dikenai sanksi atau kelalaian kinerja karyawan. Apabila karyawan memiliki kekurangan informasi mengenai tupoksi yang dikerjakan kepada karyawan mencari informasi yang dibutuhkan ada di CV. Moala Indonesia karena semua karyawan memiliki tingkat pemahaman yang berbeda. *Customer service* dalam

melayani calon pembeli harus dengan menggunakan pendekatan secara langsung, serta menggunakan bahasa dan nada bicara yang sopan dan lembut supaya bisa menarik perhatian dan membangun *trust* kepada calon pembeli.

B. Saran

1. Untuk CV. Moala Indonesia sebagai masukan kebijakan dalam meningkatkan kinerja karyawan melalui pelatihan karyawan setiap bulan dapat bekerja sama dengan perusahaan lain dalam upaya untuk meningkatkan penjualan CV. Moala Indonesia.
2. Diharapkan lebih inovai dalam membuat program promo yang dapat dikenal oleh calon pembeli melalui informasi yang lebih luas lagi melalui pembentukan tim khusus antara *advertising* dengan *customer service* yang berperan dalam mempromosikan produk-produknya untuk meningkatkan citra CV. Moala Indonesia.

