

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Penerapan metode *Customer Visit* dan *Customer Call* di PT PTP Pangkal Balam menunjukkan sinergi yang efektif antara pendekatan langsung dan tidak langsung dalam membangun serta mempertahankan hubungan dengan pelanggan. *Customer Visit* memungkinkan perusahaan melakukan interaksi tatap muka yang mendalam, sehingga mampu menangkap kebutuhan dan ekspresi pelanggan secara komprehensif serta memperkuat kepercayaan dan kedekatan emosional. Meskipun metode ini menghadapi kendala terkait efisiensi waktu, biaya operasional, dan tantangan geografis wilayah kepulauan, metode ini tetap menjadi prioritas khususnya untuk klien utama yang memberikan kontribusi besar bagi perusahaan. Pelaksanaan *Customer Visit* yang terencana dengan baik, mulai dari persiapan hingga evaluasi, juga menegaskan komitmen perusahaan dalam memberikan layanan terbaik yang mampu meningkatkan citra dan loyalitas pelanggan. Upaya ini sekaligus menjadi sarana untuk membangun komunikasi dua arah yang efektif antara perusahaan dan pelanggan.

Di sisi lain, *Customer Call* sebagai metode komunikasi jarak jauh menawarkan fleksibilitas dan efisiensi yang tinggi dalam menjangkau pelanggan dalam cakupan yang lebih luas. Metode ini memudahkan penyelesaian keluhan, pemberian informasi, dan penjagaan hubungan secara rutin tanpa memerlukan kontak fisik, sehingga dapat menghemat sumber daya perusahaan. Namun demikian, keterbatasan dalam menangkap sinyal emosional secara langsung menjadi tantangan tersendiri yang mengharuskan petugas pelayanan memiliki keterampilan komunikasi verbal yang baik dan mampu membaca intonasi pelanggan secara efektif. Strategi perusahaan yang mengombinasikan dua kali panggilan dan dua kali kunjungan untuk pelanggan baru menunjukkan upaya yang terstruktur dalam menjaga hubungan pelanggan sekaligus mengoptimalkan sumber daya operasional.

Keseluruhan hasil penelitian menegaskan bahwa integrasi metode *Customer Visit* dan *Customer Call* merupakan strategi optimal dalam meningkatkan kepuasan pelanggan serta mempertahankan kesinambungan hubungan bisnis jangka panjang di Pelabuhan Cabang Pangkal Balam. Pendekatan multikanal ini tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan melalui pengalaman layanan yang konsisten dan personal, tetapi juga menciptakan citra positif perusahaan di mata masyarakat. Meski demikian, masih terdapat kebutuhan mendesak untuk memperkuat sistem manajemen hubungan pelanggan berbasis teknologi informasi, khususnya integrasi data dan tindak lanjut keluhan secara real time, agar respons dan pengambilan keputusan dapat berjalan lebih efektif. Oleh karena itu, peningkatan kompetensi sumber daya manusia dan pengembangan infrastruktur teknologi menjadi faktor kunci dalam mendukung keberlanjutan layanan pelanggan yang adaptif dan berkelanjutan di era digital.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil temuan dan kesimpulan di atas, penulis memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh PT Pelabuhan Tanjung Priok Pangkal Balam. Pertama, perusahaan sebaiknya meningkatkan frekuensi pelaksanaan *Customer Visit* dengan menjadwalkan kunjungan rutin yang sistematis, agar dapat memetakan kebutuhan pelanggan secara lebih terstruktur. Kedua, perlu adanya pelatihan berkelanjutan bagi staf *Customer Service* dalam hal teknik komunikasi interpersonal, pemecahan masalah, serta penggunaan teknologi informasi, sehingga kualitas interaksi dengan pelanggan dapat terus ditingkatkan.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar memperluas cakupan objek penelitian ke pelabuhan lain atau perusahaan jasa serupa, guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas metode *Customer Visit* dan *Customer Call* di industri pelayanan. Selain itu, penggunaan pendekatan kuantitatif atau metode campuran dapat menjadi alternatif untuk mengukur pengaruh langsung dari metode pelayanan terhadap tingkat kepuasan atau loyalitas pelanggan secara statistik.