

**LAMPIRAN  
LAMPIRAN A  
TRANSKIP WAWANCARA**

INFORMAN 1: AD

1. Q: Pak, strategi CRM yang digunakan oleh PT. Raja Sakti dalam meningkatkan loyalitas konsumennya mengambil background dari mana ya pak?

Iya, jadi kami tentu memiliki bahan acuan ya dalam melakukan segala kegiatan dilingkungan perusahaan ini. Untuk kegiatan customer relation sendiri kami mengacu pada bagaimana cara membina hubungan baik dengan konsumen. Caranya ya dengan mengidentifikasi siapa konsumen kita, apa hal yang kita lakukan untuk menarik konsumen yang berkenaan dengan produk-produk yang dimiliki, pelayanan apa yang akan kita berikan juga berpengaruh ya.

2. Q : Oooo jadi sebenarnya kalau dari data yang saya dapat mengenai strategi crm, hal-hal yang bapak sampaikan sebenarnya bisa dimasukkan dalam dimensi-dimensi CRM ya pak?

Iya betul sekali tika.

3. Q: Kalau begitu, saya klasifikasikan satu persatu ya pak, pada bagian customer identification itu divisi CR di RST melakukan apa saja ya pak?

Ya kalau di bagian ini, kami menggali secara mendalam segala informasi yang berkaitan sama konsumen kami. Secara kasarnya ya kami cari korek-korek terus tentang profil dari konsumen ya. Kami melakukan beberapa tahap dalam identifikasi tersebut. Bentuknya ya kami lakukan direct approach dengan mendekati secara langsung. Biasanya kita ajak konsumen untuk ketemu langsung jadi lebih enak juga untuk mencari tahu, apasih kebutuh mereka, mereka ini butuh produk yang kayak mana yang bisa jadi solusi ya gitu. Tika sendiri kan sudah mulai paham ya bahwa saat ini RST sedang gencar dengan target konsumennya itu kabupaten didaerah Sumatra sana ya, jadi ada tim kami disana yang bertugas untuk melakukan hubungan pertemuan dengan

konsumen. Biasa kami memang sudah memiliki channel ya disetiap bidang keuangan disana nah beliau biasanya bisa membantu kami untuk jadi informan.

4. Q: Setelah itu bagaimana lagi pak?

A; Terkait misalnya target yang mau kita tawarkan produk itu sudah menggunakan produk kami sebelumnya, kami melakukan follow-up. Pertama untuk mem-follow up apakah aplikasi pengelolaan keuangan daerah yang telah dibeli dari Raja Sakti menemui kendala atau tidak, bilapun ada, kita sambungkan langsung dengan programmer yang bersangkutan.

5. Q: Kalau sudah selesai dengan follow-up, apalagi pak yang dilakukan?

A; Jadi sebelum menawarkan produk baru kepada klien kami, pertama kami menganalisa dahulu apa kebutuhan pemerintah daerah tersebut seperti apa, kemudian kita mengkomunikasikan apa permasalahannya, dan memberikan solusi berupa penawaran aplikasi pengelola keuangan daerah yang cocok guna untuk mempermudah proses pengelolaan keuangan daerah sebelum aplikasi tersebut dijalankan. Kalau mereka sudah approve untuk menggunakan produk kami, untuk menarik klien, kami juga akan menawarkan pelatihan terkait aplikasi software yang akan digunakan nantinya. Biasanya kami menawarkan workshop atau bimbingan teknis ya.

6. Q: Sebelum mengantongi kata approve, apa yang dilakukan perusahaan pak?

A:Ya tentu tidak semudah membalik telapak tangan ya untuk mendapat persetujuan klien untuk membeli dan menggunakan produk. Kami memberikan penawaran yang tentunya akan menarik minat klien. Biasanya kami akan memberikan kesempatan free trial ya kepada pelanggan. Dan selama jangka waktu percobaan, kami memantau apabila klien mengalami kendala mengenai produk kami, langsung kami turunkan programmer kami untuk menanganinya.

7. Q: Lalu workshop atau bimbingan teknologi itu apa ya pak lebih jelasnya? A: Tentunya kami menawarkan penyelenggaraan workshop atau bimtek itu ya

berlandaskan kerja dari public relation sendiri ya. Kami menawarkan penyelenggaraan workshop atau bimbingan teknologi itu terkait dengan pelatihan penggunaan aplikasi software kelola keuangan ya.

8. Q: Contoh acara yang sudah diselenggarakan oleh RST kira-kira apa ya pak?  
A: Baru-baru ini kami sudah berhasil menyelenggarakan acara bimbingan teknis dan konsolidasi laporan keuangan pemerintah daerah Kabupaten Sarolangun, kemarin ya tanggal 12 Oktober 2109. Tempatnya sendiri kami laksanakan di Bandung ya. Hanya saja acara bimtek kemarin tidak sepenuhnya berisi pelatihan ya. Berdasarkan request dari klien, kemarin klien minta untuk disusun acara yang ada gatheringnya karena mereka ingin melekatkan dan meningkatkan kerja sama antar aparaturnya.
9. Q: Apa yang special dari acara tersebut pak?  
A: Jadi kami itu sebelum menawarkan penyelenggaraan acara kepada klien kami menyusun konsepnya dulu ya. Kira kira berdasarkan research kami, acara apa yang cocok untuk klien kami. Lalu kami mempresentasikan gagasan-gagasan konsep acara kami kepada klien. Kalau klien setuju, acara tersebut dapat dijalankan. Jadi acara yang kami selenggarakan itu mengikuti kebutuhan dari klien sendiri ya
10. Q: Boleh diceritakan sedikit pak mengenai event bimtek Sarolangun tersebut?  
A: Boleh. Kami menyusung konsep bimtek dan gathering ya tik untuk sarolangun kemarin. Konsep tersebut memang kami susun sesuai permintaan dari Ibu Kepala Bagian dari Sarolangun ya. Beliau menginginkan pelatihan bagaimana menyusun laporan keuangan yang baik dan benar sesuai dengan regulasi peraturan pemerintah yang berlaku saat ini. Namun di beberapa kali pertemuan yang telah dilakukan, beliau sedikit curhat ya mengenai kinerja dari aparaturnya. Intinya mah kurang saling bekerja sama begitu ya. Oleh sebab itu kami menyusun konsep dengan gaya semi-formal. Jadi acara tersebut kami selenggarakan selama 3 hari. Dimana pada hari pertama kami fokuskan untuk memberikan pelatihan terkait penyusunan laporan keuangan. Hari kedua untuk sesi bonding kebersamaan dan kerja sama team dengan mengadakan sesi aoubound. Sementara pada hari terakhir

kami berikan fasilitas city tour ketempat wisata dibandung sebagai bentuk refreshing begitu ya.

11. Q: Apa kaitan penyelenggaraan acara tersebut dengan *customer attraction* pak?

A: Tentu saja banyak ya. Dengan terselenggaranya event, maka akan menambah portofolio dari RST ya, lalu nanti akan dipublikasikan melalui media sosial, tak jarang media elektronik juga mengangkat berita mengenai event yang kami selenggarakan. Hal tersebut tentu akan menimbulkan daya tarik sendiri bagi klien-klien kami.

12. Q: Masuk pada dimensi mempertahankan konsumen, fasilitas apa yang diberikan RST pada pelanggan?

Kami memberikan reward pada konsumen kami. Reward tersebut berdasarkan tingkat loyalitas pelanggan. Pelanggan dengan loyalitas tinggi serta pembelian produk yang berulang akan dikategorikan pada Platinum Customer, sedangkan pada pelanggan baru dikategorikan pada Silver Customer. Pelayanan yang diberikan dibedakan sesuai dengan kategori.

12. Q: bagaimana penerapan fasilitas pelayan dari pengkategorian level customer tersebut?

- a. Sebenarnya fasilitas pelayanan yang kami berikan akan sangat dirasakan oleh customer pada saat berlangsungnya event ya. Jadi kami itu kemarin mengadakan event selama 3 hari 2 malam kami memaksimalkan seluruh kegiatan customer relationship justru pada saat berlangsungnya event tersebut ya. Pada saat berlangsungnya event itu adalah kesempatan emas kami dalam melakukan hubungan komunikasi dengan customer kami ya.

13. Q: Ada tidak sih pak standar yang ditentukan oleh RST dalam memberikan fasilitas bagi pelanggan?

- a. Tentunya ada. Kami menerapkan standar minimal harus memiliki predikat bintang 4 untuk tempat penginapan, ball room dengan kapasitas minimal 150 orang, serta standar makanan pun kita ada semua.

14. Q: Fasilitas lain yang RST berikan untuk mempertahankan pelanggan?

- a. Kita selalu menempatkan kenyamanan customer pada tingkatan paling utama ya. Kami selalu berusaha cepat tanggap dalam menangani keluhan-keluhan customer misalnya tentang aplikasi software yang tiba-tiba error, programmer kami disini selalu stand by untuk menanganinya.

15. Q: Fasilitas yang selalu menjadi keunggulan RST sebagai bentuk mempertahankan pelanggan?

Saat ini keunggulan fasilitas yang kami tawarkan pada customer kami adalah pelayanan bersifat excellent. Kami memberikan kemudahan untuk semua customer kami. Misalnya mulai dari akomodasi, materi pelatihan, ball room untuk pelatihan yang berkelas, serta narasumber untuk setiap pelatihan kami memang sudah terakreditasi dan memang paham betul akan semua regulasi peraturan pemerintah. Sehingga kami benar-benar mengutamakan kepuasan customer kami.

16. Q: Fasilitas lain yang diberikan oleh RST apalagi pak selain itu?

Kami memberlakukan sistem DP ya, jadi boleh DP 50% sebelum event diselenggarakan, sisanya boleh dilunasi setelah event selesai.

17. Q: Untuk mengetahui apakah sudah maksimal fasilitas atau event yang berikan, RST melihatnya dari sisi mana ya pak?

- a. Pada saat acara berlangsung kami memberikan angket berupa kuisisioner atas kenyamanan dan kepuasan pelanggan, setelah itu kami lakukan evaluasi setelah event selesai. Kemudian untuk selanjutnya kami rutin melakukan follow up kepada customer atau klien kami apakah ada keluhan atau tidak, itu sudah otomatis terekam dan kami catat pada history call kami. Selanjutnya kami lakukan evaluasi disetiap meeting yang rutin kami adakan mingguan ya.

18. Q: Apa yang dilakukan RST dalam mengembangkan pelanggan

- a. Sebenarnya kami tetap memprioritaskan kenyamanan dan kepuasan dari klien kami. Menurut saya sendiri, kenyamanan dan kepuasan yang dirasakan oleh klien otomatis menjadi pencapaian bagi kami. Dan ruang lingkup dari aparaturnya juga kan tidak sempit ya, saya rasa cukup luas. Sesuai dengan prinsip komunikasi saja, pesan dapat menyebar dari mulut ke mulut.

19. Q: Selain kepuasan dan kenyamanan apa yang harus dilakukan untuk mengembangkan pelanggan?

- a. Kami selalu mengasah sumber daya yang kami miliki. Kami tentu selalu berusaha melakukan inovasi. Kami mengikuti perkembangan kebutuhan konsumen, kami selalu memperbaharui informasi aplikasi software terkait regulasi peraturan pemerintah. Karena aplikasi software yang kami ciptakan itu beroperasi sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku ya.

20. Q: Dalam mengembangkan pelanggan itu kami lakukan dengan membantu konsumen kami mendapat penghargaan atas pengerjaan laporan keuangannya. Sebagai contohnya kami memberikan pelayanan yang sangat teliti dalam membantu bengkalis dalam menyusun laporan keuangan daerah. Lalu bengkalis mendapat predikat WTP dari BPK. Otomatis Pemkab lain akan mencari informasi kepada aparaturnya keuangan daerah bengkalis bagaimana membuat laporan keuangan secara kredibel, terpercaya, dan transparan sehingga memperoleh predikat WTP dari BPK.

21. Q: Bagaimana cara bapak mengetahui perkembangan di setiap birokrasi keuangan, tentunya untuk memperoleh penghargaan tidak semudah itu kan pak?

A: Iya tentu, kami selalu membuat agenda untuk pertemuan rutin ya dengan customer kami, lalu di pertemuan itu tidak hanya sekedar ngopi-ngopi santai ya, tapi kami bertukar berita informasi, lalu menanyakan bagaimana prospek dari penggunaan aplikasi software kami apa ada kendala atau tidak. Hanya saja pertemuan itu kami kemas dengan istilah yang tidak formal ya, dan

keuntungannya biasanya akan menambah rekanan juga untuk kami sehingga dapat menarik konsumen baru.

## INFORMAN 2: NJ

1. Q: Sebenarnya melengkapi pertanyaan sebelumnya aja ya Kak, sebagai divisi customer relation, apa yang dilakukan dalam mengidentifikasi pelanggan kak?
  - a. Baik tik, jadi tugas kami sebagai divisi yang berhubungan langsung dengan pelanggan yang ada di daerah-daerah, jika memang tidak memungkinkan untuk bertemu secara langsung kami gunakan cara lain untuk tetap menjalin komunikasi ya dengan customer kami. Adalah melakukan cell calls, maksudnya supaya kita tidak langsung menawarkan produk tapi kita juga menganalisa dulu, apakah aplikasi itu sudah berjalan dengan baik atau tidak.
2. Q: Bagaimana tindakan yang dilakukan perusahaan untuk mengetahui masalah si klien tersebut kak?
  - a. Oh jelas kami bisa tahu, kami kan konsultan, jasa yang kami jual itu ya layanan konsultasi kan, dimana kami harus menghadirkan solusi atas setiap masalah yang ada. Kami selalu melakukan sesi konsultasi terlebih dahulu dengan pemkab ya, mereka itu ada masalah apa, solusinya apa.
3. Q: Kalau sudah dapat solusi, diidentifikasi pelanggan ini CRnya ngapain aja lagi kak?
  - a. Wahhh masih panjang tik, jadi kami kan sudah ada data terkait si klien, kami terus2an follow-up, kami terus2an berkomunikasi entah lewat media sosial, entah kita ada pertemuan-pertemuan kecil, atau kadang kita pakai email ya. Kita minta review terus gimana produknya. Pokoknya disini kami itu menggali teruslah informasi terkait klien kami. Kami biasanya juga mempelajari keadaan dari klien kami itu lewat medsos. Karena kan ya tika pun sebagai generasi milenial kadang menggunakan medsos untuk mengeluh mengenai kerjaan ya, jadi pasti

kan kami juga menjalin kedekatan kerja dengan pejabat ya, biasanya pejabat suka ngeluh, secara tidak langsung itu menjadi informasi pula bagi kami tik mengenai kendala atau masalah yang dihadapi pada bidang dari pejabat tersebut.

4. Q: Loh, kok bisa sampai tahu medsos dari klien kak?
  - a. Tentu bisa tik, itulah gunanya kami itu sebagai customer relation dan front liner, kami tu melakukan pendekatan secara langsung ya. Begini tik, kan klien kami itu pemkab ya, pejabat daerah, kami itu tetap menjalin hubungan dengan pejabat ini meskipun dalam luar kerjaan ya. Hubungan yang dimaksud bukan hubungan tanda kutip ya, tapi hubungan pertemanan lah gitu.
5. Q: Biasanya kak, medsos apa yang paling sering digunakan pejabat-pejabat itu kak?
  - a. Oh iya, kalau dari saya ya, saya tau banyak informasi itu biasanya dari media sosial whatsapp ya. Kan di whatsapp ada fitur untuk posting status ya, biasanya kalau klien kami itu ibu-ibu, sering kali memposting keluhan-keluhannya terkait banyak hal sih ya di status. Dari situ kami juga secara tidak langsung melakukan pendekatan ya tik. Kami respon, ya basa basil lah istilah kasarnya ya.
6. Q: menyangkut basa basi kak, cara CR melakukannya gimana kak?
  - a. Hmm, jangan berpikir sempit tentang basa-basi ya tik, jadi sebagai CR, kan memang tugasnya menjaga hubungan dengan relasi ya, mitra kerja, engh klien makasud saya. Kami bukan basa-basi dalam makna negative ya, kami memang memberikan perhatian dan pelayanan kepada klien kami, terkait kerjaan ya, hal-hal kecil tentang hal pribadi juga punya pengaruh besar loh tik. Jadi kalau dari kita memberikan perhatian, maka klien kita juga akan punya simpati sama kita, karena merasa dipedulikan, akibatnya mereka akan lebih terbuka kepada kita dalam memberikan informasi. Dengan sifat terbuka dari klien atau pelanggan dalam memberikan informasi, keuntungannya adalah kami mampu memilih cara mana yang tepat untuk menarik pelanggan. Kalau



memang sudah tertarik, pelanggan akan semakin kepo untuk mengetahui produk kami yang lain, tentang jasa apa yang perusahaan mampu berikan dan akan lebih tertarik dengan perusahaan kami. Jadi kami menggali informasi sedalam mungkin mengenai klien, menetapkan cara apa untuk menarik klien, maka klien akan merasa ingin tahu juga lebih banyak tentang produk dan perusahaan kami. Sebenarnya pada era sekarang ini, kami banyak memanfaatkan media sosial kami untuk memberikan informasi kepada konsumen kami. Medsos punya pengaruh besar. Contoh kecilnya, kalo kamu mau beli barang, pasti yang buru-buru kamu cari sekarang kan media sosialnya kan? Pasti kamu cari informasi tentang barang yang mau kamu beli lewat medsos kan? Akun yang jualnya gimana, udah banyak yang beli belum, udah terverif belum akunya? Abal ngk barang yang dibeli? Sama dengan kami tik. Klien biasanya akan melihat-lihat akun media sosial kami, mereka ingin tahu apa keunggulan kami, produk yang diciptakan apa aja sih? Prestasinya apa sih? Nah disitulah salah satu tempat kami untuk pajang seluruh keunggulan produk kami. Kalau banyak unggulnya, konsumen pasti akan tertarik.

7. Q: Iya sih kak. Selain lewat medsos, pakai cara apalagi kak untuk menarik pelanggan?
  - a. RST kan nggak perusahaan yang jual produk aja ya, kami juga jual jasa. Jasa yang kami jual itu berupa event organizer. Jadi kami itu menawarkan penyelenggaraan event juga.
8. Q: Event yang seperti apa kak maksudnya?
  - a. Event yang kami selenggarakan itu tetap berkaitan dengan perusahaan, produk dan event yang lain-lainnya juga banyak ya.
9. Q: Kak boleh dijelasin secara rinci nggak kak mengenai event yang biasanya diselenggarakan oleh RST?

Baik tik, mungkin sebenarnya tika sendiri sudah ikut terjun kelapangan ya. Jadi kami menggunakan strategi penggabungan antara promosi produk dan yaaa untuk menjaga relasi dengan customer kita saja sih tik. Biasanya event yang

kami selenggarakan itu workshop, bimbingan teknologi, dan gathering. Untuk workshop biasanya tujuan utamanya hanya untuk promosi saja tik. Kalau sudah bimtek (bimbingan teknologi) itu kami sudah menerapkan konsep yang berbeda lagi. Jadi kalau untuk event bimtek itu kami benar-benar memfokuskan acara pada sesi pelatihan penggunaan aplikasi software ya. Karena kan memang produk kami itu produk aplikasi kelola keuangan kan memang. Kalau untuk gathering sendiri itu biasanya memang ada permintaan khusus dari klien yang memang minta dibantu untuk penyelenggaraannya menggunakan jasa kami.

10. Q: Apa kunci yang membuat penyelenggaraan event RST selalu berhasil dalam menarik dan menjaga loyalitas konsumen kak?

A: Kami tidak pernah main-main dalam menyusun konsep untuk event yang ingin kami tawarkan kepada klien tik. Jadi sebelum kami mengajukan konsep acara, kami sudah lebih dahulu melakukan research kepada klien kami. Apakah SDMnya sudah mumpuni dalam menggunakan aplikasi kami, apakah ada sesuatu yang diharapkan dari penggunaan aplikasi kami. Jadi kami memang betul-betul serius dalam menyusun konsep. Sesuatu yang dilakukan dengan serius, akan menghasilkan kesuksesan.

11. Q: Seperti yang diketahui, pelanggan dari RST adalah pejabat daerah, apa event yang dibuat selalu formal kak?

A: Tidak tik. Meskipun klien kami berasal dari kalangan pejabat pemda, kami selalu menyusun acara secara semi-formal. karena kalau acara formal saya rasa hanya untuk acara kenegaraan, tapi kalau diacara yang kita buat itu semi formal tapi tidak juga melulu soal belajar aplikasi ataupun regulasi, tapi kita bisa juga melaksanakan gathering-gathering yang diminta oleh pemerintah kabupaten tersebut. Penyelenggaraan event yang bervariasi dan tidak bersifat monoton kegiatannya akan menarik customer.”

12. Q: Apa yang unik dari event yang diselenggarakan oleh RST kak?

A: Agar peserta event tidak merasa bosan, kami selalu menyisipkan sesi motivasi dan ice breaking untuk mencairkan suasana. Jadi mereka tidak melulu belajar, karena pasti bosan juga ya kalau seharian penuh isinya hanya belajar.

Pasti akan timbul rasa jenuh. .maka dari itu kami selalu menyisipkan sesi ice breaking saat suasana mulai kaku.

13. Q: Masuk pada sesi mempertahankan konsumen, apa strategi dari RST kak?

A: Jadi kami membagi menjadi 2 level customer, yaitu platinum customer dan juga silver customer. Tentunya fasilitas yang diberikan berbeda. Pada loyal customer atau level

platinum ada fasilitas khusus yang lebih banyak kita berikan daripada yang silver, dan itu pasti membuat mereka merasa nyaman untuk bekerja sama dengan kita sehingga akhirnya menjadi loyal dan tidak mau berpindah hati."

14. Q: Bagaimana fasilitas yang berikan RST kepada pelanggan dapat dilihat jika memang sudah maksimal dan efektif?

A: Pada saat event berlangsung, kami memiliki banyak waktu untuk melakukan pendekatan secara langsung dengan klien kami. Kami memanfaatkan kegiatan tersebut untuk memberikan kenyamanan untuk klien kami. Biasanya kami pun memberikan fasilitas khusus untuk aparatur daerah yang memang memiliki jabatan tinggi pada bidang tersebut. Kita benar-benar memastikan kenyamanan dari peserta event ya, bukan hanya pejabat yang memiliki jabatan tinggi saja ya. Kenapa kami katakan lebih efektif, karena pelanggan kami yang merupakan peserta dari event yang kami selenggarakan merasakan dengan langsung bagaimana treatment pelayanan kami untuk mereka. Kami selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk customer kami.

15. Q: Cara tahu itu benar2 sudah melayani dengan baik dilihat dari mana ya kak?

A: Jadi, setiap sesi belajar, saat akhir pemberian materi kami menyebarkan angket yang berisi kuisioner mengenai kepuasan dan kenyamanan dari peserta ya tik. Nah nanti kami akan minta dikembalikan angket tersebut lalu kami akan mengevaluasi jika masih terdapat poin bernilai kurang tentang pelayanan maupun fasilitas kami.

16. Q: Lalu kalau memang ada kekurangan atau keluhan dari peserta, apa yang dilakukan kak?

A: Kalau memang ada kekurangan misalnya dari fasilitas gitu ya, kami langsung memperbaiki, kan angket itu dibagikan saat hari pertama ya, dan minimal event kita itu berlangsung selama 2 hari, jadi kami masih mempunyai

waktu untuk membuktikan perbaikan kami. Jadi implementasi perbaikan kami memang langsung ada dan langsung memberikan efek untuk customer begitu.

17. Q: Terus untuk menindak lanjuti ketika ada kekurangan itu bagaimana kak?

A: Jadi setelah event selesai pun, kami tetap rutin menjaga hubungan baik dengan customer ya, kami selalu melakukan survey kepuasan kepada customer ya, kami melakukannya via telfon ya, karena sudah tersambung dengan sistem, jadi kami dapat merekam semua pembicaraan, baik keluhan atau kepuasan, untuk kemudian history call tersebut kami jadikan materi pada meeting rutin yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga dapat menjadi bahan evaluasi untuk kami.

18. Q: Apa perbedaan dari 2 level tersebut kak?

A: Jadi beda pada fasilitas yang kami berikan. Kami memberikan fasilitas bagi

pelanggan platinum dengan memberikan fasilitas city tour ya misalnya.

Lalu kapasitas kamar pada tempat penginapan, serta tempat pelaksanaannya.

19. Q: Selain perbedaan dalam level tersebut, fasilitas apa kak yang diberikan RST untuk mempertahankan pelanggan?

A: Kami memberikan fasilitas garansi ya bagi pelanggan setia kami sehingga customer kami tidak akan mengalami kerugian atas pembelian produk kami ya.

20. Q: Apa yang dilakukan RST dalam mengembangkan pelanggan kak?

A: Yang dilakukan RST dalam mengembangkan pelanggan adalah dengan memanfaatkan media sosial ya. Jadi kan setelah event yang kita selenggarakan, kita selalu menyempatkan untuk melakukan publikasi terkait dengan pelaksanaan event ya. Kemudian kami publikasikan melalui media sosial akan informasi tentang event tersebut berkembang dan menyebar. Kami juga selalu meminta testimony atas kegiatan atau event yang telah dilakukan kepada peserta ya. Jadi hal tersebut akan menarik pelanggan baru.

21. Q: Bagaimana testimoni dari konsumen mampu mengembangkan pelanggan?

A: Begini tik, dengan kita membuat sebuah testimoni, otomatis akan menimbulkan sebuah rasa trust dari calon pelanggan. Testimoni juga berguna untuk membangun inovasi baru. Jadi dari testimoni yang ada, bisa kita jadikan acuan untuk menciptakan produk yang lebih inovatif, meningkatkan

pelayanan, dan sebagainya. Intinya testimoni itu bisa membangun kepercayaan dari calon pelanggan.

22. Q: Strategi komunikasi yang dilakukan untuk mengembangkan pelanggan, implementasinya seperti apa kak?

A: Mengembangkan pelanggan berarti menarik pelanggan baru kan tik, jadi begini kami sebagai customer relation itu membangun banyak relasi. Kami tidak pernah menutup diri akan masuknya hal-hal baru. Kami benar-benar menjaga hubungan, terkait pelanggan kami berasal dari kalangan pejabat daerah, pejabat tersebut tentu memiliki relasi lain. Kalau hubungan kita dengan pelanggan kita baik, tentu pelanggan tersebut akan mengajak relasinya untuk ikut membeli produk atau menggunakan jasa dari perusahaan kita.

23. Q: Apa hanya itu kak yang dilakukan?

A: Tidak tik, kami juga selalu mengupdate juga ya untuk perkembangan hubungan dengan customer kami. Kami secara rutin mengadakan pertemuan dengan customer, pertemuannya memang ya tidak seformal untuk meeting atau apa, hanya saja pertemuan itu kami lakukan untuk tetap menjaga kelengketan hubungan dengan pelanggan ya. Biasanya dipertemuan itu, customer kami membawa rekanan mereka yang memang berada dibidang yang sama ya, itu kami jadikan ajang juga untuk menarik customer baru. Tentunya itu juga menguntungkan untuk customer lama kami, karena dengan adanya pertemuan tersebut, customer kami merasa diperhatikan ya.

**LAMPIRAN B**  
**KODING**

Dimensi CRM	Kode	Dialog
<p style="text-align: center;"><i>Customer Identification</i> (Identifikasi Pelanggan)</p>	1a	<p>Informan 1:</p> <p><i>“Ya kalau di bagian ini, kami menggali secara mendalam segala informasi yang berkaitan sama konsumen kami. Secara kasarnya ya kami cari korek-korek terus tentang profil dari konsumen ya. Kami melakukan beberapa tahap dalam identifikasi tersebut. Bentuknya ya kami lakukan direct approach dengan mendekati secara langsung. Biasanya kita ajak konsumen untuk ketemu langsung jadi lebih enak juga untuk mencari tahu, apasih kebutuh mereka, mereka ini butuh produk yang kayak mana yang bisa jadi solusi ya gitu. Tika sendiri kan sudah mulai paham ya bahwa saat ini RST sedang gencar dengan target konsumen nya itu kabupaten didaerah Sumatra sana ya, jadi ada tim kami disana yang bertugas untuk melakukan hubungan pertemuan dengan konsumen. Biasa kami memang sudah memiliki channel ya disetiap bidang keuangan disana nah beliau biasanya bisa membantu kami untuk jadi informan”. (1a)</i></p> <p><i>“Terkait misalnya target yang mau kita tawarkan produk itu sudah menggunakan produk kami sebelumnya, kami melakukan follow-up. Pertama untuk mem-follow up apakah aplikasipengelolaan</i></p>

	<p><i>keuangan daerah yang telah dibeli dari Raja Sakti menemui kendala atau tidak, bilapun ada, kita sambungkan langsung dengan programmer yang bersangkutan". (1a)</i></p> <p><i>"Jadi sebelum menawarkan produk baru kepada klien kami, pertama kami menganalisa dahulu apa kebutuhan pemerintah daerah tersebut seperti apa, kemudian kita mengkomunikasikan apa permasalahannya, dan memberikan solusi berupa penawaran aplikasi pengelola keuangan daerah yang cocok guna untuk mempermudah proses pengelolaan keuangan daerah sebelum aplikasi tersebut dijalankan". (1a)</i></p> <p><b>Informan 2:</b></p> <p><i>"Baik tik, jadi tugas kami sebagai divisi yang berhubungan langsung dengan pelanggan yang ada di daerah-daerah, jika memang tidak memungkinkan untuk bertemu secara langsung kami gunakan cara lain untuk tetap menjalin komunikasi ya dengan customer kami. Adalah melakukan cell calls, maksudnya supaya kita tidak langsung menawarkan produk tapi kita juga menganalisa dulu, apakah aplikasi itu sudah berjalan dengan baik atau tidak." (1a)</i></p> <p><i>"Oh jelas kami bisa tahu, kami kan konsultan, jasa yang kami jual itu ya layanan konsultasi kan, dimana kami harus menghadirkan solusi atas setiap masalah yang ada. Kami selalu melakukan sesi konsultasi terlebih dahulu dengan pemkab</i></p>
--	--

	<p>ya, mereka itu ada masalah apa, solusinya apa.”</p> <p>(1a)</p> <p>“Wahhh masih panjang tik, jadi kami kan sudah ada data terkait si klien, kami terus2an follow-up, kami terus2an berkomunikasi entah lewat media sosial, entah kita ada pertemuan-pertemuan kecil, atau kadang kita pakai email ya. Kita minta review terus gimana produknya. Pokoknya disini kami itu menggali teruslah informasi terkait klien kami. Kami biasanya juga mempelajari keadaan dari klien kami itu lewat medsos. Karena kan ya tika pun sebagai generasi milenial kadang menggunakan medsos untuk mengeluh mengenai kerjaan ya, jadi pasti kan kami juga menjalin kedekatan kerja dengan pejabat ya, biasanya pejabat suka ngeluh, secara tidak langsung itu menjadi informasi pula bagi kami tik mengenai kendala atau masalah yang dihadapi pada bidang dari pejabat tersebut.” (1a)</p> <p>“Tentu bisa tik, itulah gunanya kami itu sebagai customer relation dan front liner, kami tu melakukan pendekatan secara langsung ya. Begini tik, kan klien kami itu pemkab ya, pejabat daerah, kami itu tetap menjalin hubungan dengan pejabat ini meskipun dalam luar kerjaan ya. Hubungan yang dimaksud bukan hubungan tanda kutip ya, tapi hubungan pertemanan lah gitu.”</p> <p>(1a)</p> <p>“Oh iya, kalau dari saya ya, saya tau banyak informasi itu biasanya dari media sosial whatsapp ya. Kan di whatsapp ada fitur untuk</p>
--	--



	<p><i>posting status ya, biasanya kalau klien kami itu ibu-ibu, sering kali memposting keluhan-keluhannya terkait banyak hal sih ya di status. Dari situ kami juga secara tidak langsung melakukan pendekatan ya tik. Kami respon, ya basa basil lah istilah kasarnya ya.” (1a)</i></p> <p><i>“Tentu bisa tik, itulah gunanya kami itu sebagai customer relation dan front liner, kami tu melakukan pendekatan secara langsung ya. Begini tik, kan klien kami itu pemkab ya, pejabat daerah, kami itu tetap menjalin hubungan dengan pejabat ini meskipun dalam luar kerjaan ya. Hubungan yang dimaksud bukan hubungan tanda kutip ya, tapi hubungan pertemanan lah gitu.” (1a)</i></p> <p><i>“Hmmm, jangan berpikir sempit tentang basa-basi ya tik, jadi sebagai CR, kan memang tugasnya menjaga hubungan dengan relasi ya, mitra kerja, engh klien makasud saya. Kami bukan basa-basi dalam makna negative ya, kami memang memberikan perhatian dan pelayanan kepada klien kami, terkait kerjaan ya, hal-hal kecil tentang hal pribaaadi juga punya pengaruh besar loh tik. Jadi kalau dari kita memberikan perhatian, maka klien kita juga akan punya simpati sama kita, karena merasa dipedulikan, akibatnya mereka akan lebih terbuka kepada kita dalam memberikan informasi.” (1a)</i></p>
--	---

Customer Attraction	2b	<p><b>Informan 1:</b></p> <p><i>"Iya, jadi kami tentu memiliki bahan acuan ya dalam melakukan segala kegiatan dilingkungan perusahaan ini. Untuk kegiatan customer relation sendiri kami mengacu pada bagaimana cara membina hubungan baik dengan konsumen. Caranya ya dengan mengidentifikasi siapa konsumen kita, apa hal yang kita lakukan untuk menarik konsumen yang berkenaan dengan produk-produk yang dimiliki, pelayanan apa yang akan kita berikan juga berpengaruh ya."</i></p> <p><i>(2b)</i></p> <p><i>"Kalau mereka sudah approve untuk menggunakan produk kami, untuk menarik klien, kami juga akan menawarkan pelatihan terkait aplikasi software yang akan digunakan nantinya. Biasanya kami menawarkan workshop atau bimbingan teknis ya."</i> <i>(2b)</i></p> <p><i>"Ya tentu tidak semudah membalik telapak tangan ya untuk mendapat persetujuan klien untuk membeli dan menggunakan produk. Kami memberikan penawaran yang tentunya akan menarik minat klien. Biasanya kami akan memberikan kesempatan free trial ya kepada pelanggan. Dan selama jangka waktu percobaan, kami memantau apabila klien mengalami kendala mengenai produk kami, langsung kami turunkan programmer kami untuk menanganinya."</i> <i>(2b)</i></p>
---------------------	----	--

	<p><i>"Tentunya kami menawarkan penyelenggaraan workshop atau bimtek itu ya berlandaskan kerja dari public relation sendiri ya. Kami menawarkan penyelenggaraan workshop atau bimbingan teknologi itu terkait dengan pelatihan penggunaan aplikasi software kelola keuangan ya." (2b)</i></p> <p><i>"Baru-baru ini kami sudah berhasil menyelenggarakan acara bimbingan teknis dan konsolidasi laporan keuangan pemerintah daerah Kabupaten Sarolangun, kemarin ya tanggal 12 Oktober 2109. Tempatnya sendiri kami laksanakan di Bandung ya. Hanya saja acara bimtek kemarin tidak sepenuhnya berisi pelatihan ya. Berdasarkan request dari klien, kemarin klien minta untuk disusun acara yang ada gatheringnya karena mereka ingin melekatkan dan meningkatkan kerja sama antar aparatur ya." (2b)</i></p> <p><i>"Jadi kami itu sebelum menawarkan penyelenggaraan acara kepada klien kami menyusun konsepnya dulu ya. Kira kira berdasarkan research kami, acara apa yang cocok untuk klien kami. Lalu kami mempresentasikan gagasan-gagasan konsep acara kami kepada klien. Kalau klien setuju, acara tersebut dapat dijalankan. Jadi acara yang kami selenggarakan itu mengikuti kebutuhan dari klien sendiri ya." (2b)</i></p> <p><i>"Boleh. Kami menyusung konsep bimtek dan gathering ya tik untuk sarolangun kemarin."</i></p>
--	---

	<p><i>Konsep tersebut memang kami susun sesuai permintaan dari Ibu Kepala Bagian dari Sarolangun ya. Beliau menginginkan pelatihan bagaimana menyusun laporan keuangan yang baik dan benar sesuai dengan regulasi peraturan pemerintah yang berlaku saat ini. Namun dibebberapa kali pertemuan yang telah dilakukan, beliau sedikit curhat ya mengenai kinerja dari aparaturnya. Intinya mah kurang saling bekerja sama begitu ya. Oleh sebab itu kami menyusun konsep dengan gaya semi-formal. Jadi acara tersebut kami selenggarakan salaam 3 hari. Dimana pada hari pertama kami fokuskan untuk memberikan pelatihan terkait penyusunan laporan keuangan. Hari kedua untuk sesi bonding kebersamaan dan kerja sama team dengan mengadakan sesi aoubound. Sementara pada hari terakhir kami berikan fasilitas city tour ketempat wisata dibandung sebagai bentuk refreshing begitu ya." (2b)</i></p> <p><i>"Tentu saja banyak ya. Dengan terselenggaranya event, maka akan menambah portofolio dari RST ya, lalu nanti akan dipublikasikan melalui media sosial, tak jarang media elektronik juga mengangkat berita mengenai event yang kami selenggarakan. Hal tersebut tentu akan menimbulkan daya tarik sendiri bagi klien-klien kami." (2b)</i></p> <p><b>Informan 2:</b></p>
--	---

	<p><i>"Dengan sifat terbuka dari klien atau pelanggan dalam memberikan informasi, keuntungannya adalah kami mampu memilih cara mana yang tepat untuk menarik pelanggan. Kalau memang sudah tertarik, pelanggan akan semakin kepo untuk mengetahui produk kami yang lain, tentang jasa apa yang perusahaan mampu berikan dan akan lebih tertarik dengan perusahaan kami. Jadi kami menggali informasi sedalam mungkin mengenai klien, menetapkan cara apa untuk menarik klien, maka klien akan merasa ingin tahu juga lebih banyak tentang produk dan perusahaan kami." (2b)</i></p> <p><i>"Sebenarnya pada era sekarang ini, kami banyak memanfaatkan media sosial kami untuk memberikan informasi kepada konsumen kami. Medsos punya pengaruh besar. Contoh kecilnya, kalo kamu mau beli barang, pasti yang buru-buru kamu cari sekarang kan media sosialnya kan? Pasti kamu cari informasi tentang barang yang mau kamu beli lewat medsos kan? Akun yang jualnya gimana, udah banyak yang beli belum, udah terverif belum akunnya? Abal ngk barang yang dibeli? Sama dengan kami tik. Klien biasanya akan melihat-lihat akun media sosial kami, mereka ingin tahu apa keunggulan kami, produk yang diciptakan apa aja sih? Prestasinya apa sih? Nah disitulah salah satu tempat kami untuk pajang seluruh keunggulan produk kami. Kalau banyak unggulnya, konsumen pasti akan tertarik." (2b)</i></p>
--	---

	<p><i>"RST kan nggak perusahaan yang jual produk aja ya, kami juga jual jasa. Jasa yang kami jual itu berupa event organizer. Jadi kami itu menawarkan penyelenggaraan event juga." (2b)</i></p> <p><i>"Event yang kami selenggarakan itu tetap berkaitan dengan perusahaan, produk dan enggak yang lain-lainnya juga banyak ya." (2b)</i></p> <p><i>"Baik tik, mungkin sebenarnya tika sendiri sudah ikut terjun kelapangan ya. Jadi kami menggunakan strategi penggabungan antara promosi produk dan yaaa untuk menjaga relasi dengan customer kita saja sih tik. Biasanya event yang kami selenggarakan itu workshop, bimbingan teknologi, dan gathering. Untuk workshop biasanya tujuan utamanya hanya untuk promosi saja tik. Kalau sudah bimtek (bimbingan teknologi) itu kami sudah menerapkan konsep yang berbeda lagi. Jadi kalau untuk event bimtek itu kami benar-benar memfokuskan acara pada sesi pelatihan penggunaan aplikasi software ya. Karena kan memang produk kami itu produk aplikasi kelola keuangan kan memang. Kalau untuk gathering sendiri itu biasanya memang ada permintaan khusus dari klien yang memang minta dibantu untuk penyelenggarannya menggunakan jasa kami." (2b)</i></p> <p><i>"Kami tidak pernah main-main dalam menyusun konsep untuk event yang ingin kami tawarkan kepada klien tik. Jadi sebelum kami mengajukan konsep acara, kami sudah lebih dahulu</i></p>
--	--

		<p>melakukan <i>research</i> kepada klien kami. Apakah SDMnya sudah mumpuni dalam menggunakan aplikasi kami, apakah ada sesuatu yang diharapkan dari penggunaan aplikasi kami. Jadi kami memang betul-betul serius dalam menyusun konsep. Sesuatu yang dilakukan dengan serius, akan menghasilkan kesuksesan.” (2b)</p> <p>“Tidak tik. Meskipun klien kami berasal dari kalangan pejabat pemda, kami selalu menyusun acara secara semi-formal. karena kalau acara formal saya rasa hanya untuk acara kenegaraan, tapi kalau diacara yang kita buat itu semi formal tapi tidak juga melulu soal belajar aplikasi ataupun regulasi, tapi kita bisa juga melaksanakan <i>gathering-gathering</i> yang diminta oleh pemerintah kabupaten tersebut. Penyelenggaraan event yang bervariasi dan tidak bersifat monoton kegiatannya akan menarik customer.” (2b)</p> <p>“Agar peserta event tidak merasa bosan, kami selalu menyisipkan sesi motivasi dan <i>ice breaking</i> untuk mencairkan suasana. Jadi mereka tidak melulu belajar, karena pasti bosan juga ya kalau seharian penuh isinya hanya belajar. Pasti akan timbul rasa jenuh. maka dari itu kami selalu menyisipkan sesi <i>ice breaking</i> saat suasanya mulai kaku.” (2b)</p>
<p>Customer Retention (Mengembangkan Pelanggan)</p>	<p>3c</p>	<p><b>Informan 1:</b></p> <p>“Kami memberikan reward pada konsumen kami. Reward tersebut berdasarkan tingkat loyalitas</p>

	<p><i>pelanggan. Pelanggan dengan loyalitas tinggi serta pembelian produk yang berulang akan dikategorikan pada Platinum Customer, sedangkan pada pelanggan baru dikategorikan pada Silver Customer. Pelayanan yang diberikan dibedakan sesuai dengan kategori.” (3c)</i></p> <p><i>“Sebenarnya fasilitas pelayanan yang kami berikan akan sangat dirasakan oleh customer pada saat berlangsungnya event ya. Jadi kami itu kemarin mengadakan event selama 3 hari 2 malam kami memaksimalkan seluruh kegiatan customer relationship justru pada saat berlangsungnya event tersebut ya. Pada saat berlangsungnya event itu adalah kesempatan emas kami dalam melakukan hubungan komunikasi dengan customer kami ya.” (3c)</i></p> <p><i>“Tentunya ada. Kami menerapkan standar minimal harus memiliki predikat bintang 4 untuk tempat penginapan, ball room dengan kapasitas minimal 150 orang, serta standar makanan pun kita ada semua.” (3c)</i></p> <p><i>“Kita selalu menempatkan kenyamanan customer pada tingkatan paling utama ya. Kami selalu berusaha cepat tanggap dalam menangani keluhan-keluhan customer misalnya tentang aplikasi software yang tiba-tiba error, programmer kami disini selalu stand by untuk menanganinya.” (3c)</i></p> <p><i>“Saat ini keunggulan fasilitas yang kami tawarkan pada customer kami adalah pelayanan bersifat excellent. Kami memberikan kemudahan</i></p>
--	---



	<p>untuk semua customer kami. Misalnya mulai dari akomodasi, materi pelatihan, ball room untuk pelatihan yang berkelas, serta narasumber untuk setiap pelatihan kami memang sudah terakreditasi dan memang paham betul akan semua regulasi peraturan pemerintah. Sehingga kami benar-benar mengutamakan kepuasan customer kami.” (3c)</p> <p>“Kami memberlakukan sistem DP ya, jadi boleh DP 50% sebelum event diselenggarakan, sisanya boleh dilunasi setelah event selesai.” (3c)</p> <p>“Pada saat acara berlangsung kan kami memberikan angket berupa kuisisioner atas kenyamanan dan kepuasan pelanggan, setelah itu kami lakukan evaluasi setelah event selesai. Kemudian untuk selanjutnya kami rutin melakukan follow up kepada customer atau klien kami apakah ada keluhan atau tidak, itu sudah otomatis terekam dan kami catat pada history call kami. Selanjutnya kami lakukan evaluasi disetiap meeting yang rutin kami adakan mingguan ya.” (3c)</p> <p>Informan 2:</p> <p>“Jadi kami membagi menjadi 2 level customer, yaitu platinum customer dan juga silver customer. Tentunya fasilitas yang diberikan berbeda. Pada loyal customer atau level platinum ada fasilitas khusus yang lebih banyak kita berikan daripada yang silver, dan itu pasti membuat mereka</p>
--	---

	<p><i>merasa nyaman untuk bekerja sama dengan kita sehingga akhirnya menjadi loyal dan tidak mau berpindah hati.” (3c)</i></p> <p><i>“Pada saat event berlangsung, kami memiliki banyak waktu untuk melakukan pendekatan secara langsung dengan klien kami. Kami memanfaatkan kegiatan tersebut untuk memberikan kenyamanan untuk klien kami. Biasanya kami pun memberikan fasilitas khusus untuk aparatur daerah yang memang memiliki jabatan tinggi pada bidang tersebut. Kita benar-benar memastikan kenyamanan dari peserta event ya, bukan hanya pejabat yang memiliki jabatan tinggi saja ya. Kenapa kami katakan lebih efektif, karena pelanggan kami yang merupakan peserta dari event yang kami selenggarakan merasakan dengan langsung bagaimana treatment pelayanan kami untuk mereka. Kami selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk customer kami.” (3c)</i></p> <p><i>“Jadi, setiap sesi belajar, saat akhir pemberian materi kami menyebarkan angket yang berisi kuisisioner mengenai kepuasan dan kenyamanan dari peserta ya tik. Nah nanti kami akan minta dikembalikan angket tersebut lalu kami akan mengevaluasi jika masih terdapat poin bernilai kurang tentang pelayanan maupun fasilitas kami.” (3c)</i></p> <p><i>“Kalau memang ada kekurangan misalnya dari fasilitas gitu ya, kami langsung memperbaiki, kan angket itu dibagikan saat hari pertama ya, dan</i></p>
--	--

		<p><i>minimal event kita itu berlangsung selama 2 hari, jadi kami masih mempunyai waktu untuk membuktikan perbaikan kami. Jadi implementasi perbaikan kami memang langsung ada dan langsung memberikan efek untuk customer begitu.” (3c)</i></p> <p><i>“Jadi setelah event selesai pun, kami tetap rutin menjaga hubungan baik dengan customer ya, kami selalu melakukan survey kepuasan kepada customer ya, kami melakukannya via telfon ya, karena sudah tersambung dengan sistem, jadi kami dapat merekam semua pembicaraan, baik keluhan atau kepuasan, untuk kemudian history call tersebut kami jadikan materi pada meeting rutin yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga dapat menjadi bahan evaluasi untuk kami.” (3c)</i></p> <p><i>“Jadi beda pada fasilitas yang kami berikan. Kami memberikan fasilitas bagi pelanggan platinum dengan memberikan fasilitas city tour ya misalnya. Lalu kapasitas kamar pada tempat penginapan, serta tempat pelaksanaannya.” (3c)</i></p> <p><i>“Kami memberikan fasilitas garansi ya bagi pelanggan setia kami sehingga customer kami tidak akan mengalami kerugian atas pembelian produk kami ya.” (3c)</i></p>
<p><i>Customer Development</i> (Mengembangkan pelanggan)</p>	<p>4D</p>	<p>Informan 1:</p> <p><i>“Sebenarnya kami tetap memprioritaskan kenyamanan dan kepuasan dari klien kami.</i></p>

	<p><i>Memurut saya sendiri, kenyamanan dan kepuasan yang dirasakan oleh klien otomatis menjadi pencapaian bagi kami. Dan ruang lingkup dari aparatur daerah juga kan tidak sempit ya, saya rasa cukup luas. Sesuai dengan prinsip komunikasi saja, pesan dapat menyebar dari mulut ke mulut.” (4d)</i></p> <p><i>“Kami selalu mengasah sumber daya yang kami miliki. Kami tentu selalu berusaha melakukan inovasi. Kami mengikuti perkembangan kebutuhan konsumen, kami selalu memperbaharui informasi aplikasi software terkait regulasi peraturan pemerintah. Karena aplikasi software yang kami ciptakan itu beroperasi sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku ya.” (4d)</i></p> <p><i>“Dalam mengembangkan pelanggan itu kami lakukan dengan membantu konsumen kami mendapat penghargaan atas pengerjaan laporan keuangannya. Sebagai contohnya kami memberikan pelayanan yang sangat teliti dalam membantu bengkalis dalam menyusun laporan keuangan daerah. Lalu bengkalis mendapat predikat WTP dari BPK. Otomatis pemkab lain akan mencari informasi kepada aparatur keuangan daerah bengkalis bagaimana membuat laporan keuangan secara kredibel, terpercaya, dan transparah sehingga memperoleh predikat WTP dari BPK.” (4d)</i></p> <p><i>“Iya tentu, kami selalu membuat agenda untuk pertemuan rutin ya dengan customer kami, lalu</i></p>
--	--

	<p><i>dipertemuan itu tidak hanya sekedar ngopi-ngopi santai ya, tapi kami bertukar berita informasi, lalu menanyakan bagaimana prospek dari penggunaan aplikasi software kami apa ada kendala atau tidak . Hanya saja pertemuan itu kami kemas dengan istilah yang tidak formal ya, dan keuntungannya biasanya akan menambah rekanan juga untuk kami sehingga dapat menarik konsumen baru.” (4d)</i></p> <p><b>Informan 2:</b></p> <p><i>“Yang dilakukan RST dalam mengembangkan pelanggan adalah dengan memanfaatkan media sosial ya. Jadi kan setelah event yang kita selenggarakan, kita selalu menyempatkan untuk melakukan publikasi terkait dengan pelaksanaan event ya. Kemudian kami publikasikan melalui media sosial akan informasi tentang event tersebut berkembang dan menyebar. Kami juga selalu meminta testimony atas kegiatan atau event yang telah dilakukan kepada peserta ya. Jadi hal tersebut akan menarik pelanggan baru.” (4d)</i></p> <p><i>“Begini tik, dengan kita membuat sebuah testimony, otomatis akan menimbulkan sebuah rasa trust dari calon pelanggan. Testimoni juga berguna untuk membangun inovasi baru. Jadi dari testimony yang ada, bisa kita jadikan acuan untuk menciptakan produk yang lebih inovatif, meningkatkan pelayanan, dan sebagainya.</i></p>
--	---

	<p><i>Intinya testimoni itu bisa membangun kepercayaan dari calon pelanggan.” (4d)</i></p> <p><i>“Mengembangkan pelanggan berarti menarik pelanggan baru kan tik, jadi begini kami sebagai customer relation itu membangun banyak relasi. Kami tidak pernah menutup diri akan masuknya hal-hal baru. Kami benar-benar menjaga hubungan, terkait pelanggan kami berasal dari kalangan pejabat daerah, pejabat tersebut tentu memiliki relasi lain. Kalau hubungan kita dengan pelanggan kita baik, tentu pelanggan tersebut akan mengajak relasinya untuk ikut membeli produk atau menggunakan jasa dari perusahaan kita.” (4d)</i></p> <p><i>“Tidak tik, kami juga selalu mengupdate juga ya untuk perkembangan hubungan dengan customer kami. Kami secara rutin mengadakan pertemuan dengan customer, pertemuannya memang ya tidak seformal untuk meeting atau apa, hanya saja pertemuan itu kami lakukan untuk tetap menjaga kelengketan hubungan dengan pelanggan ya. Biasanya dipertemuan itu, customer kami membawa rekanan mereka yang memang berada dibidang yang sama ya, itu kami jadikan ajang juga untuk menarik customer baru. Tentunya itu juga menguntungkan untuk customer lama kami, karena dengan adanya pertemuan tersebut, customer kami merasa diperhatikan ya.” (4d)</i></p>
--	---

## LAMPIRAN C

### HASIL CEK TURNITIN

