



Di sisi lain sistem manajemen hubungan pelanggan di Alfafa juga didukung oleh semua lini. Mulai dari *frontliner* hingga manajemen puncak mendukung dalam pelaksanaan manajemen hubungan pelanggan. Pelanggan juga menyebutkan bahwa adanya kenyamanan yang ditawarkan oleh pihak Alfafa membuat mereka menaruh kepercayaan kepada Alfafa dalam bidang perawatan *from head to toe*. Pelayanan yang ramah, terapis wanita, staff wanita, dan *office girl* merupakan bentuk dukungan dalam memberikan kenyamanan bagi pelanggan.

Upaya tersebut dapat membantu Alfafa dalam mempertahankan pelanggan yang keseluruhan merupakan wanita muslimah. Citra personalitas merek Alfafa dapat diwujudkan melalui pelayanan yang reaktif dan menyenangkan melalui manajemen hubungan pelanggan yang telah dibangun sejak berdirinya Alfafa. Mushalla, wi-fi, ruangan yang harum dan bersih merupakan salah satu bentuk kenyamanan secara fisik bagi pelanggan di Alfafa. Seperti yang dipaparkan pada penyajian data sebelumnya, bahwa mushalla juga dapat dikatakan sebagai fasilitas penunjang di Alfafa bagi pelanggan.

Kepuasan pelanggan di Alfafa merupakan refleksi dari kepuasan kinerja dan layanan yang telah diberikan. Alfafa memang tidak bisa menghindari keluhan dari pelanggan karena bergerak dibidang jasa yang bersentuhan secara langsung dengan pelanggan secara menyeluruh. Adanya manajemen hubungan pelanggan yang diterapkan merupakan

suatu alternatif evaluasi bagi *supervisor treatment* agar mengetahui kelemahan Alfafa.

Manajemen hubungan pelanggan yang didasari dengan teknologi informasi sebagai media dalam menjembatani antara pelanggan dan perusahaan ini membuka peluang bagi Alfafa dalam melakukan komunikasi dua arah. Manfaat yang diperoleh Alfafa dalam penerapan sistem manajemen hubungan pelanggan ini dapat membantu manajer operasional dalam mempertahankan kesetiaan pelanggan tahun demi tahun. Berdasarkan data yang diperoleh tentang jumlah pelanggan per hari di Alfafa dapat diketahui mencapai 5 hingga 7 pelanggan.

Hal tersebut berkaitan dengan dampak penerapan manajemen hubungan pelanggan ini bagi Alfafa. Manajemen hubungan pelanggan akan mendorong Alfafa untuk menjalankan visi misi mereka sehingga dapat membantu dalam *manage* pelanggannya. Pelanggan yang puas akan menguntungkan Alfafa dari segi citra merek. Dilihat dari referensi pelanggan yang datang bahwa mereka datang ke Alfafa berdasarkan saran dari teman. Hal tersebut merupakan keuntungan bagi Alfafa dalam memasarkan bisnis tersebut. Data tersebut diperkuat di *resume* jumlah *customer* yang mencapai 1284 diakhir tahun 2016. Meskipun dari jumlah 1384 konsumen yang mendaftar sebagai calon pelanggan hanya 100 orang yang tidak ingin menjadi *member* tetap di Alfafa. Salah satu faktor yang enggan dilakukan oleh calon pelanggan tidak ingin memiliki *member card* Alfafa adalah biaya pendaftaran tambahan untuk membuat *member*

