

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab kesimpulan membahas kesimpulan dari penelitian yang dilakukan di perusahaan CV Mulia Grafika. Selain itu pada bab ini juga akan membahas mengenai saran yang dapat diberikan.

VI.1 Kesimpulan

Berikut ini merupakan kesimpulan yang didapatkan dari penelitian yang dilakukan di perusahaan CV Mulia Grafika dengan topik penelitian sistem CRM:

1. Saat ini perusahaan CV Mulia Grafika belum memikirkan hubungannya dengan konsumen. Dalam hal ini perusahaan CV Mulia Grafika hanya melakukan penjualan untuk mendapatkan keuntungan tanpa memikirkan konsumen. Dalam hal ini dapat dilihat dari:

- a. *Market Offering*

Perusahaan CV Mulia Grafika kesulitan melakukan penjualan terhadap produk yang memiliki *margin revenue* yang kecil. Hal ini disebabkan karena perusahaan CV Mulia Grafika belum membangun komunikasi dengan para konsumennya sehingga perusahaan CV Mulia Grafika sulit meyakinkan konsumen bahwa kualitas produk yang baik memiliki nilai yang lebih

- b. *Customer Segments*

Perusahaan CV Mulia Grafika masih belum menyadari segmentasi pasar yang dimilikinya. Dalam melakukan penjualan perusahaan CV Mulia Grafika masih menjual secara *mass market*. Karena hal ini perusahaan CV Mulia Grafika tidak mengetahui karakteristik dari para konsumennya. Sehingga dalam melakukan penjualan perusahaan CV Mulia Grafika masih menyamaratakan.

- c. *Touch Point*

Touch point yang dimiliki perusahaan CV Mulia Grafika adalah *e-mail* dan *direct interaction*. Dalam *touch point* ini masih terdapat masalah

yaitu lamanya konfirmasi *order*, lamanya konfirmasi kedatangan produk, dan *sales* yang tidak datang ketika janji dengan konsumen.

d. Proses bisnis

Dalam proses bisnis penjualan yang dilakukan oleh perusahaan CV Mulia Grafika masih terdapat masalah. Dalam hal ini terdapat pembagian kerja yang tidak jelas antara Divisi *Marketing* dan Divisi *Sales*. Penjualan yang dilakukan oleh perusahaan CV Mulia Grafika diurus oleh dua divisi tersebut yang seharusnya dilakukan oleh Divisi *Sales*.

2. Pembagian kerja yang tidak jelas antara Divisi *Marketing* dan Divisi *Sales* karena proses penjualan yang dilakukan oleh perusahaan CV Mulia Grafika diurus oleh dua bagian tersebut. Dalam hal ini seharusnya Divisi *Sales* yang mengurus segala sesuatu tentang penjualan yang dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu diberikan usulan pembagian kerja yang lebih jelas antara Divisi *Marketing* dan Divisi *Sales*
3. Pada perancangan sistem CRM dilakukan perancangan terhadap segmentasi pasar untuk perusahaan CV Mulia Grafika. Dalam hal ini segmentasi pasar yang dimiliki oleh perusahaan CV Mulia Grafika sebanyak 18 buah. Selain itu dilakukan perancangan alat bantu pada *touch point* untuk mendukung *sales* dalam melakukan pekerjaannya. Sistem CRM yang diusulkan di perusahaan CV Mulia Grafika adalah aplikasi berbasis *web-based*.

V.2 Saran

Selain itu dilakukannya penelitian dan membuat kesimpulan maka terdapat saran yang dapat diberikan kepada perusahaan CV Mulia Grafika yaitu perusahaan CV Mulia Grafika dapat menerapkan sistem CRM yang telah diusulkan dengan tujuan membangun hubungan dengan konsumen dengan cara memberikan *customer experience* yang baik

DAFTAR PUSTAKA

- American Marketing Association (2008). *The American Marketing Association Releases New Definition for Marketing.* , from: <https://archive.ama.org/archive/AboutAMA/Documents/American%20Marketing%20Association%20Releases%20New%20Definition%20for%20Marketing.pdf>
- American Marketing Association. (2017). *Dictionary American Marketing Association* , from: <https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx>
- Baran, Roger, Robert J.Galka, and Daniel P.Strunk. (2008). *Principle of Customer Relationship Managent (5th Edition)*. Thompson Higher Education.
- Buttle, Francis. (2004). *Customer Relationship Management : Concept and Tools* (Edisi satu). Elsevier Ltd.
- Buttle, Francis & Maklan, Stan. (2015). *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies*. (3rd Edition). UK: Florence Production Ltd.
- Dwyer, Robert dan Tanner, John. (2002). *Business Marketing : Connecting Strategy, Relationship, and Learning (2nd Edition)*. New York: McGraw-Hill.
- Ingram, Thomas., & LaForge, Raymond. (1989). *Sales Management : Analysis And Decision Making*. Florida: The Dryden Press.
- Kumar, V.,Reinartz, Werner. (2012). *Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools (2nd Edition)*.London: Springer-Verlag Berlin Heldelberg
- Sandy, Igantius.A., (2009). *Metoda Perancangan Basis Data DDA (Disain Database berdasarkan Aktivitas)*. 58-62