

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan menjabarkan kesimpulan dan saran terhadap perancangan usulan sistem *customer relationship management* yang telah dilakukan pada perusahaan Herp Cult (Ex Deus Reptile). Kesimpulan menjelaskan hasil dari penelitian dan menjawab tujuan dari penelitian yang dilakukan. Selanjutnya, saran yang dapat dijadikan suatu masukan untuk pihak perusahaan Herp Cult dan kegiatan penelitian yang serupa dengan topik penelitian ini.

#### **VI.1 Kesimpulan**

Pada subbab ini dilakukan pemaparan mengenai kesimpulan. Kesimpulan dibuat untuk menjawab hasil dari tujuan penelitian perancangan ulang sistem *customer relationship management* pada perusahaan Herp Cult. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut merupakan beberapa kesimpulan dari penelitian ini.

1. Kondisi saat ini pada perusahaan Herp Cult (Ex Deus Reptile) belum memiliki suatu pemikiran untuk menjalin sistem *CRM* yang baik dengan pelanggan. Perusahaan hanya memikirkan *sales* penjualan namun tidak banyak memperlakukan pelanggan semaksimal mungkin untuk dapat mencari retensi pembelian ulang.
2. Kondisi saat ini perusahaan belum memiliki tujuan upaya peningkatan penjualan dan retensi pembelian ulang melalui penggunaan *touchpoints*, inovasi pada *market offering*, dan masih mengabaikan target pasar sesuai dengan produk yang ditawarkan.
3. Pembagian fungsi bisnis seperti *sales*, *marketing*, dan *customer service* pada kondisi aktual atau saat ini pada perusahaan belum menciptakan suatu proses bisnis yang maksimal dan terfokus pada kepentingan masing-masing fungsi bisnis yang ada.
4. Perancangan sistem usulan *CRM* pada Herp Cult dilakukan sesuai dengan permasalahan yang ada dengan memaksimalkan setiap penggunaan baik *touchpoints*, *market offering*, proses bisnis, dan

segmentasi pasar yang jelas dan terstruktur. Sehingga upaya peningkatan penjualan dan hubungan pelanggan dapat terjalin oleh perusahaan.

5. Perancangan sistem *CRM* usulan pada perusahaan dilakukan suatu pembuatan *website* dengan tujuan dapat mengintegrasikan setiap kegiatan bisnis pada perusahaan sehingga permasalahan pada penyimpanan histori interaksi dapat tersimpan dan terkoneksi dengan setiap sosial media yang digunakan oleh perusahaan sesuai dengan *touchpoints* yang telah dilakukan perancangan ulang.
6. Perancangan sistem usulan mengupayakan kegiatan fungsi ketiga *front office* agar dapat bekerja semaksimal mungkin dengan mengefisienkan proses bisnis dan menambah proses bisnis yang diperlukan sesuai dengan tujuan perusahaan sehingga diharapkan menghasilkan suatu kenaikan penjualan dan hubungan pelanggan yang lebih baik.

## **VI.2 Saran**

Setelah penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa masukan baik diberikan kepada perusahaan Herp Cult maupun kepada penelitian yang serupa ataupun penelitian yang dapat diteruskan dan dikembangkan lebih lanjut. Berikut merupakan saran yang dapat diberikan.

1. Penelitian yang dilakukan hanya bergerak dan terfokus pada tahap ke empat atau usulan saja. Tahap selanjutnya berkaitan dengan implementasi dan evaluasi perancangan *CRM* yang sebaiknya dilanjutkan untuk melihat kelebihan dan kekurangan sehingga dapat di evaluasi ulang untuk usulan selanjutnya.
2. Perancangan sistem *CRM* yang telah dilakukan sebaiknya dapat implementasikan dan dievaluasi berdasarkan parameter yang telah ditentukan untuk melihat kebutuhan perusahaan dan tujuan yang diinginkan. Sehingga perusahaan dapat meningkatkan performa untuk peningkatan penjualan dan hubungan pelanggan sesuai dengan kemampuan dan kapasitas perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Buttle, F., dan Maklan, S. (2015). *Customer Relationship Management: concepts and technologies*, New York: Routledge.
- Fornell, C. (1992). *A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience*. *Journal of Marketing*, 56.
- Griffin, J. (2003). *Customer loyalty : How to Earn It, How to Keep It*. Terjemahan oleh Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan oleh Hendra Teguh dan Ronny Antonius. Edisi Bahasa Indonesia Jilid 1. Jakarta: PT.Prenhallindo.
- Kumar, V., dan Reinartz, W. J. (2006). *Customer Relationship Management. Concept, Strategy, and Tools*. 3<sup>rd</sup> Edition. Berlin: Wiley.
- Lupiyoadi (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Salemba Empat, Jakarta.