

Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini akan dijelaskan bahwa rancang sistem yang di usulkan telah didiskusikan oleh pemilik. Kesimpulan yang di peroleh dari tanggapan pemilik untuk menjawab pertanyaan penelitian dan juga saran yang di peroleh dapat menjadi masukan untuk mengembangkan rancangan sistem yang di usulkan ini.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Rancangan CRM untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan pelanggan berdasarkan Customer Preference di New Sasak Gym, didapatkan 3 poin kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian untuk membantu menjawab 3 pertanyaan penelitian di bab 1, berikut ini penjelasan tentang kesimpulan tersebut :

1. Perlunya cognitive school untuk dapat menjalin hubungan yang personal dengan pelanggan berdasarkan analisa preferensi pelanggan

Kesimpulan ini adalah untuk membantu menjawab pertanyaan penelitian nomor 1 tentang perubahan proses bisnis yang harus dilakukan New Sasak Gym, di lihat berdasarkan MIT 90's Framework dikarenakan dilihat adanya perubahan sosial ekonomi yang terjadi di luar perusahaan, perubahan sosial ekonomi tersebut berdampak pada perubahan yang terjadi di dalam perusahaan. Perubahan sosial ekonomi tersebut seperti adanya persaingan Gym di kota Cianjur, perkembangan penduduk di Indonesia, perkembangan Gym di luar kota Cianjur, karakteristik pelanggan fitness, macam-macam kelas fitness, jenis konsultasi fitness dan perkembangan pengguna internet dan smartpone, hal tersebut berguna untuk

membantu perubahan-perubahan yang terjadi di dalam perusahaan. Maka dari itu strategi perusahaan harus mencakup cognitive school seperti menawarkan kelas dan paket latihan yang sesuai kebutuhan pelanggan, topik komunikasi yang sesuai dengan pelanggan dan customer care system berdasarkan customer preference. Maka dari itu ketika adanya perubahan strategi di dalam perusahaan tersebut harus adanya peran-peran baru untuk masing-masing jabatan pekerjaan di New Sasak Gym seperti misalnya manajer yang semula hanya mengelola perusahaan kini perannya untuk membantu mengelompokkan pelanggan, menganalisa pelanggan, membuat kelas dan paket latihan, menawarkan kelas dan paket latihan dan menerima umpan balik dari pelanggan, yang dibantu oleh struktur yang menunjang pekerjaan baru tersebut berdasarkan yang sudah dibuat di MIT 90's Framework. Dengan demikian adanya peran dan struktur baru tersebut berdampak adanya pekerjaan manajerial yang baru, yang akan didukung oleh teknologi yang sesuai dengan strategi maupun management process yang ada di perusahaan seperti fitness center manager system, customer portofolio management, marketing automation dan service automation setelah menganalisa external technology yang ada di luar perusahaan seperti fitness center manager system, adventure works 2012 & visual studio 2012, services cloud, dan marketing cloud lighting.

2. Proses proses yang harus dilakukan agar dapat mencapai tujuan dari poin pertama

Kesimpulan ini adalah untuk membantu menjawab pertanyaan penelitian nomor 2 yaitu rancangan CRM (Customer Relationship Management) yang cocok diterapkan di New Sasak Gym agar dapat meningkatkan penjualan dan

mempertahankan pelanggan berdasarkan customer preference, maka dari itu proses-proses yang dilakukan pada tahap ini adalah dengan melihat tujuan dari perusahaan beserta faktor-faktor yang membantu mencapainya tujuan perusahaan menggunakan Business Challenge Bundle (BCB), dimana BCB ini berisi tentang tujuan perusahaan yaitu meningkatkan penjualan, memuaskan dan mempertahankan pelanggan berdasarkan preferensi pelanggan yang akan dibantu oleh beberapa faktor-faktor untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut, sehingga setelah diketahui faktor-faktor dan tujuan perusahaan tersebut akan dilakukan pencarian sebab akibat menggunakan MIT 90's Framework untuk melihat perubahan dari sisi lingkungan perusahaan baik eksternal maupun internal.

Sehingga setelah dilakukan analisa tersebut dihasilkan rancangan sistem berdasarkan teknologi yang dipakai yang menghasilkan modul – modul seperti modul yang mampu menganalisa pelanggan, mampu melakukan pengelompokan pelanggan, mampu mengelompokkan kelas dan paket latihan, mampu membuat pendekatan pemasaran, mampu membantu pemasaran, mampu memantau pasar, mampu membuat strategi pemasaran, mampu melaksanakan strategi pemasaran, mampu membantu dalam aktivitas sales order, mampu mempermudah pemesanan kelas dan paket latihan, mampu membantu service planning, mampu membantu mempersiapkan untuk pelatihan di kelas dan paket latihan serta mampu membantu dalam aktivitas service delivery. Maka dari itu rancangan sistem yang baru ini akan digambarkan secara rinci di BPMN untuk memperjelas kegunaan dari modul-modul tersebut yang berguna untuk membantu perusahaan.

3. Tanggapan dari pemilik tentang rancangan sistem yang diusulkan

Kesimpulan yang terakhir adalah untuk menjawab pertanyaan penelitian nomor 3 yaitu tanggapan pemilik New Sasak Gym terhadap rancangan sistem CRM (Customer Relationship Management) yang diusulkan, maka dari itu tanggapan pemilik New Sasak Gym tentang modul yang dihasilkan dan digambarkan di BPMN adalah untuk poin tanggapan 1 dan 3 sampai poin 13 pemilik setuju dengan rancangan modul yang diusulkan oleh peneliti. Namun pada poin 2 pemilik kurang setuju dengan modul maka dari itu revisi yang sebaiknya dilakukan adalah untuk membantu mengatasi poin no 2 yang tidak disetujui pemilik adalah dengan cara untuk menambah pengelompokkan pelanggan berdasarkan kelompok pelanggan aktif dan kelompok pelanggan tidak aktif sehingga dapat dilakukan pengontakan terhadap kelompok pelanggan tidak aktif maupun aktif untuk membantu memperat hubungan dengan pelanggan. Sehingga pelanggan dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama karena adanya perhatian dari pihak perusahaan.

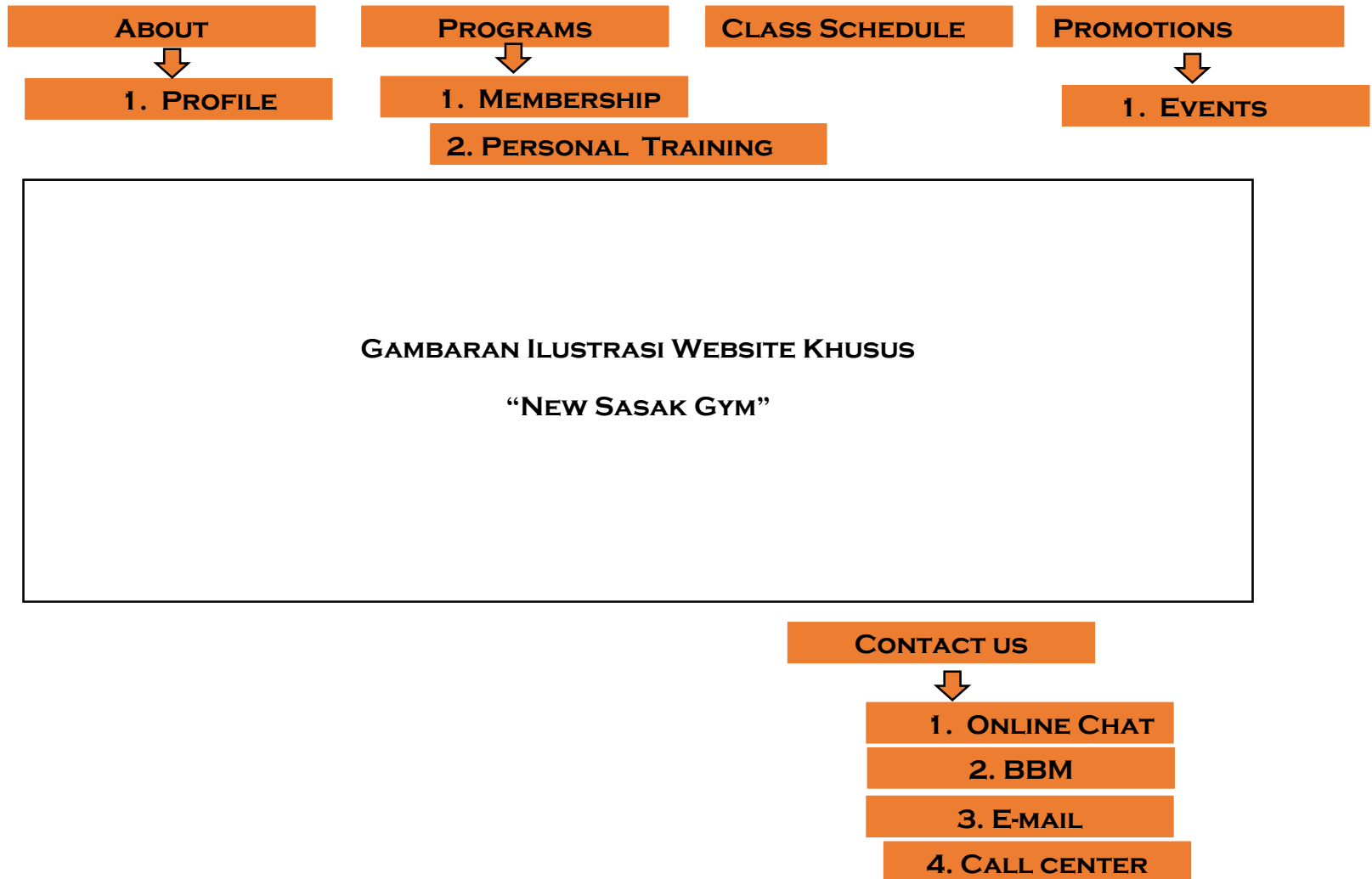
6.2 Saran

Berdasarkan hasil diskusi dari kesimpulan dan penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan mengenai sistem informasi adalah sebagai berikut :

1. Membuat Website Khusus untuk New Sasak Gym

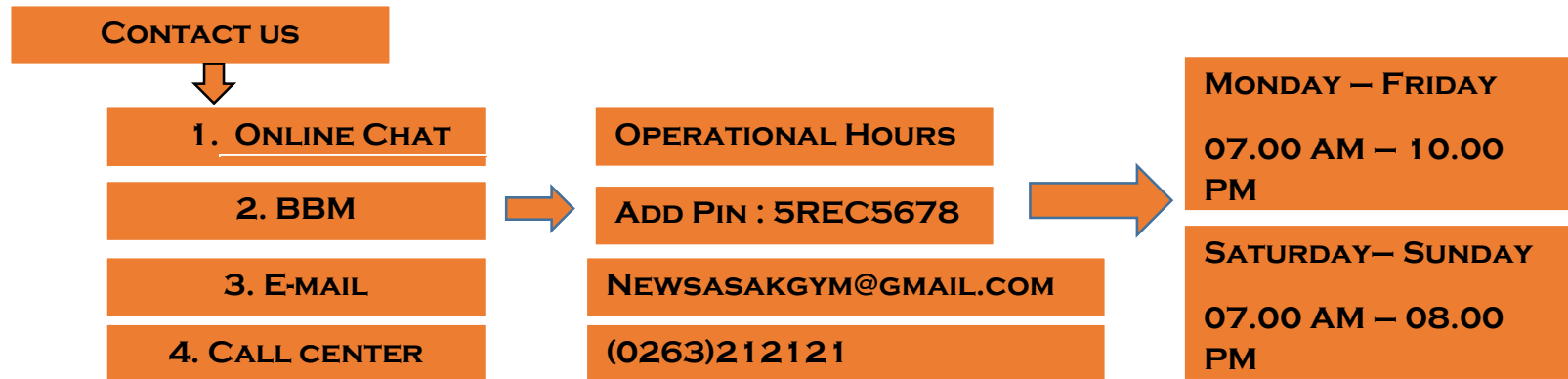
Tujuan dari saran ini adalah untuk membantu dalam hal pemasaran di New Sasak Gym, karena sebagian besar industri jasa terutama industri pusat kebugaran sudah memiliki website nya sendiri, di dalam website ini juga untuk mempermudah dalam hal proses konsultasi kelas dan paket latihan dapat ditambahkan proses

konsultasi yaitu secara online. Karena jaman yang sedang dihadapi juga berhubungan langsung dengan teknologi yang sudah serba otomatis dan dapat di akses dimanapun dan kapanpun maka dari itu pengenalan kelas dan paket latihan di New Sasak Gym juga dapat selalu di update di dalam website tersebut. Berikut ini adalah contoh gambaran untuk website tersebut :



Gambar 6.1 Ilustrasi Website New Sasak Gym

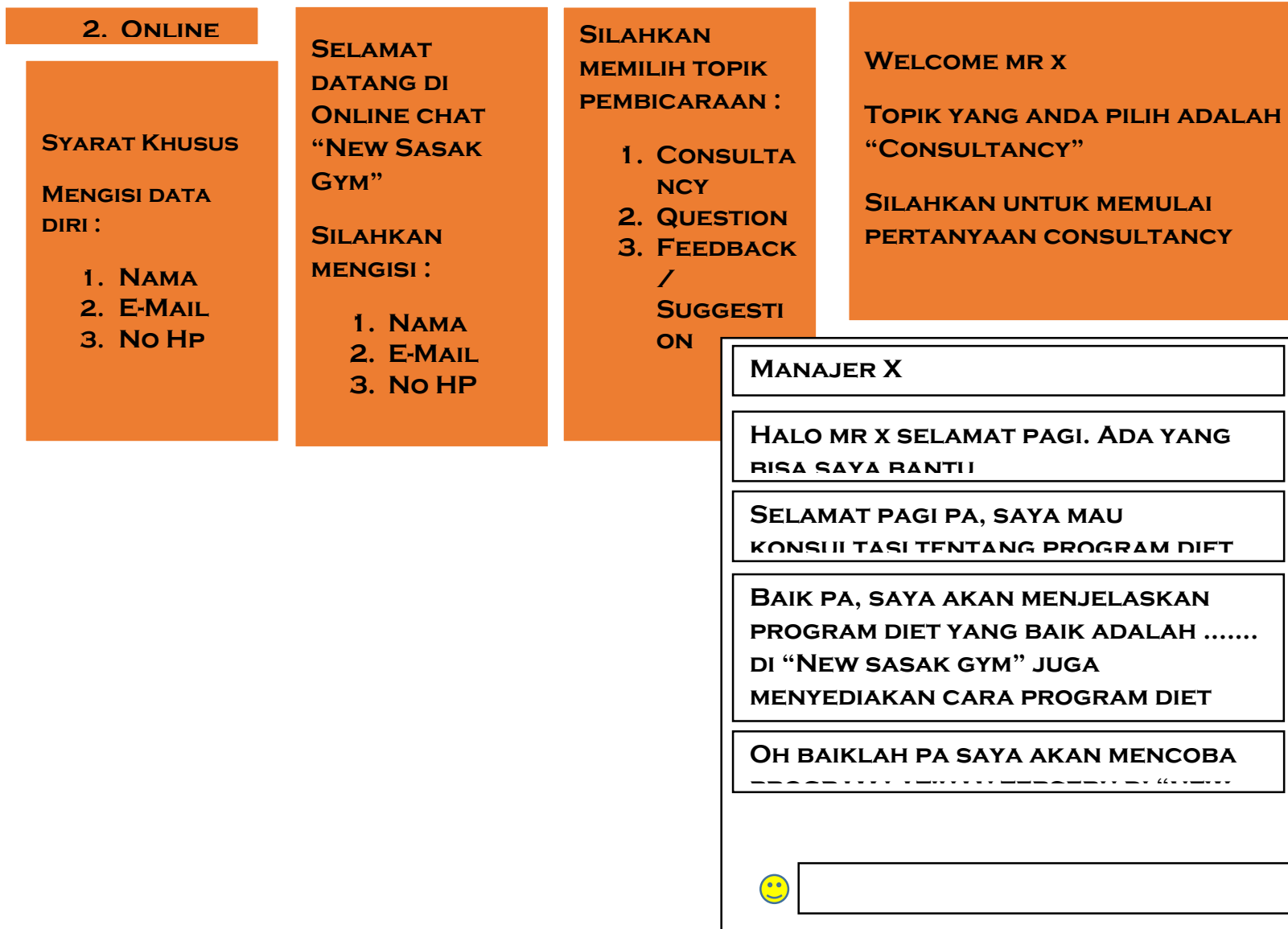
Sumber : Ilustrasi Data



**GAMBARAN ILUSTRASI UNTUK CONTACT US
“NEW SASAK GYM”**

Gambar 6.2 Ilustrasi Contact Us New Sasak Gym

Sumber : Ilustrasi Data



Gambar 6.3 Ilustrasi Chat Online , Sumber : Ilustrasi Data

2. Penambahan Personal Trainer

Karena di New Sasak Gym, masih sedikit personal trainer. Terutama apabila hendak menambahkan kelas dan baru hendaklah manajer menambahkan personal trainer baru yang sesuai dengan bidangnya terutama yang sesuai dengan kelas dan paket latihan yang dibuat sesuai dengan pelanggan.

3. SOP penjadwalan di bagian personal trainer

Pada saat mencatat aktivitas pelanggan dan mengontak pelanggan dengan tujuan mendapatkan umpan balik hendaklah dibuat SOP terutama dibagian penjadwalan karena dengan adanya penjadwalan tersebut waktu yang digunakan dapat dibagi-bagi dan tidak membuat semua personal trainer hanya terfokus ke bagian mencatat aktivitas pelanggan dan mengontak pelanggan untuk mendapatkan umpan balik saja.

4. Mengadakan pelatihan atau briefing

Apabila di adakan penambahan kelas dan paket latihan baru hendaklah dilakukan pelatihan atau briefing terlebih dahulu antara sesama personal trainer melalui rapat yang di adakan oleh manajer agar semua kondisi diketahui oleh masing-masing personal trainer agar tidak terjadi miss komunikasi.

5. Mengadakan Seminar Kesehatan

Untuk membantu mempertahankan pelanggan, New Sasak Gym juga disarankan untuk membuat seminar tentang pentingnya kesehatan dimana dalam seminar itu dapat terjadi kedekatan antara personal trainer yang menyampaikan

materi dengan para pelanggan New Sasak Gym maupun pelanggan di luar New Sasak Gym. Selain hal tersebut juga seminar ini berguna untuk menunjukkan citra New Sasak Gym yang peduli kepada kesehatan dan juga untuk membuat baik tamu maupun pelanggan New Sasak Gym mengerti pentingnya berolahraga demi mendapatkan kesehatan.

6. Perusahaan harus mencoba melakukan tes sistem

Untuk membantu mengetahui rancangan ini berjalan atau tidak perusahaan harus melakukan tes sistem sendiri karena peneliti hanya membuat rancangan sistem saja dan tidak mencoba untuk melakukan tes sistem.

Daftar Pustaka

- Adi Saputra, N. B. (2015). Pembuatan Aplikasi Sistem Pakar untuk Membantu Menentukan Pola dan Teknik Latihan Fitness. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol. 4 No.2 (2015)*.
- Adriana, L. Y., & HC, F. S. (2013). Analisa Manfaat Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan di Pondok TJandra Indah Sports Club Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa Vol 2, No 1*.
- Amirin, T. M. (2009). *Penelitian Eksploratori (Eksploratif)*.
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Mei-Agus 2010, hal 114-126 Volume 17, Nomor 2*.
- Bacaterus. (2016, Oktober 4). *Bacaterus*. Diambil kembali dari Bacaterus: <http://bacaterus.com/tempat-fitness-di-bandung/>
- Beritagar. (2016, September 12). *Fitness, citra tubuh, dan identitas*. Diambil kembali dari Beritagar.id: <https://beritagar.id/artikel/gaya-hidup/fitness-citra-tubuh-dan-identitas>
- Buttle, F. (2009). *Customer Relationship Management Concepts and Technologies Second Edition*. Hungary: Elsevier Ltd.
- Catalan-Matamoros, D. (2012). *Advances In Customer Relationship Management*. InTech.
- Damayanti, P., & Handrito, R. P. (2014). Pengaruh Servicescape dan Efektivitas Komunikasi Interpersonal Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Fitness Center di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Vol 3, No 1*.
- Drs. Kuntjojo, M. L. (2009). Metodologi Penelitian. Dalam M. L. Drs. Kuntjojo, *Metodologi Penelitian*. Kediri.
- Dwityanti, E. (2008). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri. *Studi Kasus pada Karyawan Departemen Pekerjaan Umum Jakarta*.
- Finger, L., & Dutta, S. (2014). *Ask, Measure, Learn*. United States of America: O'Reilly Media, Inc., 1005 Gravenstein Highway North, Sebastopol, CA 95472.
- Francis Buttle, S. M. (2015). *Customer Relationship Management Concepts and Technologies Third Edition*. New York: Routledge.

- Frank R. Kardes, M. L., Noel, H., & Jane Priest, S. C. (2008; 2009; 2013). *Consumer Behavior; Consumer Behaviour; Consumer Behaviour*. South-Western CENGAGE Learning; AVA Publishing SA; Edinburgh Business School.
- Gerhard Raab, R. A. (2008). *Customer Relationship Management A Global Perspective*. Gower Publishing Limited.
- Gunawan, A. (2012). Information access for SME's in Indonesia. *Leading To Information Access*, 25-42.
- Hartanto, E. (2013). Pengelolaan dan Pengembangan Bisnis Jasa Kebugaran pada Artharaga Fitness Center. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Bisnis*, Agora Vol.1, No. 3.
- Hatane Samuel, N. W. (2009). Service Quality, Perceive Value, Satisfaction, Trust, dan Loyalty pada PT. Kereta Api Indonesia menurut Penilaian Pelanggan Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 4, No. 1, April 2009: 23-37.
- Herdiansyah, H. (2013). *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups*. Jakarta: Kharisma Putra Utama Offset.
- Hoots, M., Nguyen, B., & Lyndon, S. (2004; 2013). Customer Relationship Management for Facility Managers; The Dark Side of CRM : Advantaged and Disadvantaged Customers. *Journal of Facilities Management Vol 3 Iss 4 pp. 346-361; Journal of Consumer Marketing Vol 30 Iss 1 pp. 17-30*.
- Ibnu Mastur, L. H. (2005). Implementasi Jaringan Syaraf Tiruan Untuk Mengidentifikasi Pola Desain Produk berdasarkan Preferensi Pelanggan menggunakan Kansei Engineering System. *Jurnal Teknoin Vol. 10, No. 3 (2005)*.
- Jiuping Xu, J. A. (2014). *Proceedings of the Seventh International Conference on Management Science and Engineering Management Focused on Electrical and Information Technology Volume 1*. Springer.
- Joe Peppard, P. R. (1994). *The Essence of Business Process Reengineering*. Dalam Andi. Yogyakarta.
- Macredie, P. A. (2012). *Modelling for Added Value*.
- Macredie, P. A., & Jiuping Xu, J. A. (2012; 2014). *Modelling for Added Value; Proceedings of the Seventh International Conference on Management Science and Engineering Management Focused on Electrical and Information Technology Volume 1*. ;Springer.
- Maharditha, G. (2011, Oktober 23). *Sistem Informasi Berbasis Komputer (CBIS)*. Diambil kembali dari Gilang Maharditha: <http://gilang->

maharditha.blogspot.co.id/2011/10/sistem-informasi-berbasis-komputer-cbis.html

- Melisa Stevani, T. G. (2014). Analisis Pengaruh Kemampuan Komunikasi Dan Kemampuan Beradaptasi Karyawan Di Celebrity Fitness Galaxy Mall. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa Vol 1 (2014)*.
- Melisa Stevani, T. G. (2014). Analisis Pengaruh Kemampuan Komunikasi dan Kemampuan Beradaptasi terhadap Kinerja Karyawan di Celebrity Fitness Galaxy Mall. *Jurnal Hospitality dan Manajemen jasa Vol. 1 (2014)*.
- Michael Dixon, S. E., & Rohit, V. (2009). Hospitality Administration and Management Commons. *Customer Preferences for Restaurant Technology*, 10 - 12.
- Musanto, T. (2004). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan : Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol 6, No. 2 (2004)*.
- Nasution, M. (2014, Desember 15). *Pengertian dan Sub Sistem CBIS*. Diambil kembali dari Pengertian dan Sub Sistem CBIS:
<https://milalanasution.wordpress.com/2014/12/15/pengertian-dan-sub-sistem-cbis/>
- Pedia, Z. (2013, November 01). *Pengertian Data dan Jenis Data*. Diambil kembali dari Pengertian Ahli : Kumpulan Pengertian Menurut para Ahli:
<http://www.pengertianahli.com/2013/11/pengertian-data-dan-jenis-data.html>
- Powell, M. L. (2005). Strategies for Growth in SMEs. Dalam M. L. Powell, *Strategies for Growth in SMEs*. United Kingdom: Elsevier.
- Rachmat, N. (2013, Januari 1). *Gym*. Diambil kembali dari Naufal Blog:
<http://naufalrachmats.blogspot.co.id/2013/01/pengertian-cara-melakukan.html>
- Raharjo, S. (2013, April 13). *www.konsistensi.com*. Dipetik April 14, 2016, dari Wawancara Sebagai Metode Pengumpulan Data:
<http://www.konsistensi.com/2013/04/wawancara-sebagai-metode-pengumpulan.html>
- Rai Fitness. (2016, Oktober 4). *Rai Fitness*. Diambil kembali dari Rai Fitness:
<http://www.raifitness.co.id/>
- Remco Dijkman, J. H. (2011). Business Process Model and Notation. Dalam J. H. Remco Dijkman, *Business Process Model and Notation*. London: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

- Rizka Septian Arifiansyah, T. S. (2012). Rancang Bangun Visualisasi Panduan Fitness Berbasis Mobile (Studi Kasus : Atlas Sport Club Surabaya). *Jurnal JSIKA*.
- Robert C. Blattberg, B.-D. K. (2008). *Database Marketing Analyzing and Managing Customers*. Springer.
- Roberts-Phelps, Graham, & Catalan-Matamoros, D. (2008; 2012). *Customer Relationship Management - How To Turn A Good Business Into A Great One; Advances In Customer Relationship Management*. ; Croatia: Thorogood Publishing Ltd; InTech.
- Santiko, I. (2013). Analisis Customer Relationship Management di PT. JC Indonesia Yogyakarta. *Jurnal Pro Bisnis Vol. 6 No.2 (Agustus 2013)*.
- SehatRaga. (2014, January 25). *Tren Pusat Kebugaran dan Fakta Kesehatan*. Diambil kembali dari SehatRaga.com: <http://www.sehatraga.com/tren-pusat-kebugaran-dan-fakta-kesehatan/>
- sindo. (2007, Desember 16). *Gym, Tren Gaya Hidup Sehat*. Diambil kembali dari okezone.com: <http://lifestyle.okezone.com/read/2007/12/16/29/68589/gym-tren-gaya-hidup-sehat>
- Sindotrijaya FM. (2014, Maret 13). *Pertama Dan Terbesar Di Indonesia, Fitness & Health (Ifex 2014) Digelar Di Jakarta*. Dipetik Maret 20, 2016, dari Sindotrijaya 104.6 FM Jakarta: <http://www.sindotrijaya.com/news/detail/6103/pertama-dan-terbesar-di-indonesia-fitness-health-ifex-2014#.Vvksi0eLlqN>
- Stephen A. White, D. M. (2008). *BPMN Modelling And Reference Guide*. Future Strategies Inc., Book.
- Stiehl, V. (2014). *Process-Driven Applications with BPMN*. Springer.
- Tama, B. A. (2010). Penetapan Strategi Penjualan Menggunakan Association Rules dalam Konteks CRM. *Jurnal Generic Vol.5 No 1 (Januari 2010)*.
- Tan, L. E. (2013). Sikap Pelanggan Mengenai Program CRM “Return Guest Program” Di Surabaya Plaza Hotel. *Jurnal E-Komunikasi*.
- TokoFitnes. (2014, 02 16). *Memulai Usaha Tempat Fitness*. Diambil kembali dari TokoFitnes.Com: <http://www.tokofitnes.com/Memulai-usaha-tempat-fitness>
- V. Kumar, W. R. (2012). *Customer Relationship Management Concept, Strategy, and Tools*. Springer.
- Widiawan, K. (2004). Pemetaan Preferensi Konsumen Supermarket dengan Metode Kano berdasarkan Dimensi Servqual. *Jurnal Teknik Industri Vol. 6, No. 1 (2004)*.

Wubben, M., V, F., Wangenheim, & Silvia Agustin, A. R. (2008; 2014). Instant Customer Base Analysis: Managerial Heuristics Often "Get It Right"; Analisis Dan Perancangan Customer Relationship Management Untuk Peningkatan Kualitas Hubungan Konsumen Pada Siklus Pendapatan Dan Penerimaan Travel "X" Di Surabaya. *Journal of Marketing Vol . 72 (May 2008), 82-93; Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.3 No.1.*

Yin, R. K. (2011). *Qualitative Research from Start to Finish*. London: The Guilford Press.