

## **Bab 6**

### **Kesimpulan dan Saran**

Pada bab ini akan dijelaskan bahwa rancangan sistem yang diusulkan telah didiskusikan dengan pemilik. Kesimpulan yang diperoleh dari tanggapan pemilik dan saran yang diperoleh dari pihak lain dapat menjadi masukan untuk mengembangkan sistem yang diusulkan ini. Berikut ini adalah tabel penjabaran informasi yang dihasilkan, nilai tambah yang didapat perusahaan, juga respon dan saran pemilik *Muscle Food Catering* mengenai usulan rancangan sistem yang diajukan oleh peneliti

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai rancangan CRM untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan *customer* pada *muscle food catering*, didapatkan beberapa point kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian untuk membantu menjawab pertanyaan penelitian di Bab 1

- 1. Perlunya penerapan *Cognitive School* untuk dapat meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan sehingga dapat menjalin hubungan secara personal dengan pelanggan berdasarkan *customer preference*.**

Kesimpulan ini adalah untuk membantu menjawab pertanyaan penelitian no 1 tentang proses bisnis yang terjadi pada perusahaan. Dilihat berdasarkan faktor-faktor yang ada pada teori MIT 90's Framework seperti perubahan sosial ekonomi yang berdampak pada perusahaan seperti adanya persaingan dengan industri lain yang sejenis, perkembangan penduduk di Indonesia, karakteristik pelanggan, dan perkembangan pengguna media sosial di Indonesia. Hal ini berguna untuk membantu perusahaan dalam menghadapi perubahan yang terjadi. Oleh karena itu perusahaan harus menerapkan strategi *cognitive school* untuk mendukung tujuan perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan pelanggan dari kompetitor. Hal utama yang mendasari apakah perusahaan dapat bertahan melawan perubahan yang terjadi adalah mengutamakan faktor pelayanan terhadap pelanggan. Jika pelayanan tersebut dapat dimaksimalkan, sudah pasti pelanggan akan setia pada perusahaan bahkan jika pelayanan memuaskan bukan tidak mungkin akan mendatangkan keuntungan lain untuk perusahaan seperti promosi dari mulut ke mulut tanpa sepengetahuan dan keinginan perusahaan. Pelayanan yang terpusat pada *customer-centric* tentunya akan mendatangkan banyak keuntungan dibandingkan terpusat pada *product-centric*. Selain itu perusahaan juga harus menambah pekerja yang bertugas mengolah data baik itu data penjualan, pengeluaran, maupun data pelanggan. Hal ini diharuskan untuk dilakukan karena dapat membantu meningkatkan pelayanan. Meskipun

harus melakukan penambahan biaya ekstra dalam mempekerjakan pegawai baru, tapi hal tersebut akan membantu perusahaan dalam mengelompokkan pelanggan berdasarkan *customer preference*.

## **2. Langkah-langkah yang dilakukan untuk mewujudkan kesimpulan 1**

Untuk menjawab pertanyaan no 2 diperlukan langkah-langkah untuk mewujudkan tujuan perusahaan yaitu dengan menggunakan BCB. *Business Challenge Bundle* berisi tujuan perusahaan untuk meningkatkan penjualan, mempertahankan customer berdasarkan *customer preference* dan memuaskan pelanggan yang dibantu oleh beberapa faktor pendukung untuk mencapai tujuan tersebut. Setelah faktor pendukung tersebut diketahui maka dilakukan pencarian sebab akibat dengan menggunakan MIT90's Framework untuk melihat perubahan dari internal maupun eksternal perusahaan. Setelah dilakukan analisa maka menghasilkan data-data yang dapat diolah dan dikembangkan menggunakan BPMN. Pada BPMN rancangan sistem yang baru akan digambarkan secara rinci sehingga dapat dengan jelas diketahui modul apa saja yang berguna untuk membantu perusahaan.

## **3. Tanggapan dari pemilik tentang rancangan yang diusulkan**

Kesimpulan terakhir untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu mengenai tanggapan pemilik *muscle food catering* terhadap rancangan CRM yang diusulkan sudah ditanggapi oleh pemilik yang mana tanggapan pemilik ada di Bab 5 sub bab 2.3. pada tanggapan tersebut terdapat 2 tanggapan yang tidak disetujui oleh pemilik yaitu point nomor 3 dan 8. Selain nomor tersebut disetujui oleh pemilik. Hal tersebut dikarenakan pada perusahaan *muscle food catering* masing kekurangan pegawai di sektor pengolahan data sehingga untuk merealisasikan hal tersebut masih sulit dikarenakan keterbatasan pegawai dan untuk mempekerjakan pegawai tambahan pun memerlukan biaya ekstra sehingga solusi yang dilakukan lebih ke memaksimalkan pegawai yang ada dan pemilik lebih memaksimalkan dengan cara sederhana meskipun menambah pekerjaan tapi biaya yang dikeluarkan dapat diminimalisir. Solusi yang dilakukan berkaitan ketidaksetujuan pemilik yaitu dilakukan sendiri oleh pemilik untuk menekan biaya yang dikeluarkan.

## **6.2 Saran**

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

### **1. Memperluas media internet yang dipakai**

Tujuan dari saran ini yaitu untuk membantu dalam hal pemasaran karena saat ini dengan perkembangan jaman yang serba smartphone dan praktis, media sosial seperti BBM sudah mulai ditinggalkan oleh masyarakat. Sebaiknya beralih ke whatsapp atau line karena media sosial tersebut lebih banyak dipakai orang daripada BBM. Selain itu, daripada membuat website khusus, penulis menyarankan kepada pemilik dengan memperluas promosi menggunakan instagram, path dan snapchat. Hal ini karena banyak masyarakat yang menggunakan media sosial tersebut sehingga bisa menjadi faktor yang dapat mengembangkan penjualan produk pada *muscle food catering*.

### **2. Penambahan Admin**

Menurut hasil pengamatan yang dilakukan, pengolahan pemesanan dilakukan sendiri oleh pemilik. Begitu juga pencatatan penjualan dan pengeluaran dilakukan sendiri oleh pemilik. Seharusnya pemilik mempekerjakan pegawai baru yang dikhususkan untuk mengelola data yang masuk dan pemilik bisa berbagi tugas untuk meringankan beban pekerjaan dan dapat lebih efisien dan teliti karena lebih terfokus.

### **3. Pembuatan SOP untuk driver**

Pada saat driver mengantar pesanan ke pelanggan seharusnya diberikan SOP dan juga topik yang dapat dibicarakan dengan pelanggan setelah pengamatan interaksi dengan pelanggan. Hal ini akan membuat terjadi kedekatan antara driver dengan pelanggan sehingga pelayanan untuk pelanggan dapat lebih maksimal dan pelanggan terpuaskan dengan apa yang dilakukan oleh driver.

### **4. Pencatatan data secara komputerisasi**

Saran selanjutnya yang dianjurkan oleh penulis adalah penggunaan komputer pada pencatatan data baik itu pemesanan, penjualan, maupun pembelian bahan baku. Hal ini untuk meminimalisir kesalahan pencatatan dan juga mengefisienkan kerja dari pemilik sehingga lebih terkomputerisasi.

## Daftar Pustaka

- Adelia dan Setiawan J. 2011. Implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* pada Sistem Reservasi Hotel berbasis Website dan Desktop dalam Jurnal Sistem Informasi Vol.6
- Andreani, Fransisca. 2007. Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran). Jurnal Manajemen Pemasaran, Volume 2 No 1. Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Creswell, J. 2007. *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*, 2nd ed. California : Sage Publication.
- Djaslim Saladin. 2004. Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian. Edisi Ketiga. Bandung : CV. Linda Karya
- Engel, James F., et al., 2005. Perilaku Konsumen, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Francis Buttle. 2004. *Customer Relationship Management business challenges bundle*
- Frank R. Kardes, Maria L. Cronley, dan Thomas W. Cline. 2011. [Consumer behavior : science and practice.](#)
- Gunawan, A. 2010. *Business Challenge Bundle*.
- Hayden, Noel. 2009. Consumer Behaviour. Switzerland: Ava Publishing SA
- Indrajit, Richardus Eko dan Djokopranoto. 2003. Konsep Manajemen Supply Chain : Strategi Mengelola Manajemen Rantai Pasokan Bagi Perusahaan Modern di Indonesia, PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Kalakota, Ravi, Marcia Robinson .1999. *E-Business: Roadmap for Success*. Addison-Wesley
- Kotler, P, 2002, Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.
- Kotler. P., Bowen, J., & Makens, J. 2003. *Marketing for Hospitality and Tourism*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2006. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta.
- Laudon, Kenneth. C. ,2000. *Management Information Systems. 6th edition*. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc.

Laudon, Kenneth C. dan Laudon, Jane P. 2008. Sistem Informasi Manajemen. Terjemahan Chriswan Sungkono dan Machmudin Eka P. Edisi 10. Jakarta : Salemba Empat.

Laudon, Kenneth. C. 2010. *Manajemen Information System : Managing the Digital Firm*. New Jersey: Prentice-Hall..

Laudon, Kenneth. C dan C. G. Traver, E-commerce 2014: Business, Technology, Society, Tenth Edition, 3rd penyunt., New Jersey: Prentice Hall, 2014.

Michael S. Scott Morton. 2015. *Managementmania*

Nazir, Moh. 2005. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.

O'Brien, James. A. and George M. Marakas. 2002. *Introduction to Information Systems: Essential for E-Business Enterprise*. 11th edition. Mc Graw Hill. Boston

Rainer Jr, C. 2013. *Business process*.

Schiffman, L.G. dan Kanuk, L.L. 2004. Perilaku Konsumen. Edisi ketujuh. Prentice Hall International.

Sekaran. 2006. Metodologi Penelitian Bisnis

Sudarminto. 2002. Kiat Meningkatkan Naluri Menjual Jasa, Teori & Praktek, Jakarta

Sutabri, Tata .2005. Sistem Informasi Manajemen. Jakarta.

Tafri D. Muhyuzir. 2001. Analisa Sistem Informasi. Jakarta: Salemba.

Yamit, Zulian . 2005. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Ed. 1, Cet. 4. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta.

Yin. 2011. *Qualitative Research From Start to Finish*. London : The Guilford Press.

Zikmund, William G. et.al. 2003. *Customer Relationship Management: Integrating Marketing Strategy and Information Technology*. New Jersey: John Wiley and Sons.

<http://tentangretail.blogspot.com/2012/06/10-karakteristik-konsumen-indonesia-2.html>