

BAB 6

KESIMPULAN

Setelah melakukan perancangan sistem dan penelitian yang dilakukan pada *Cafe Old Ben's* untuk menciptakan *customer intimacy*, maka didapatkan kesimpulan dan saran sebagai berikut.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, penulis memiliki beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam menciptakan kedekatan dengan pelanggan (*customer intimacy*), *Cafe Old Ben's* dapat menggunakan strategi *cognitive school* dengan melibatkan aspek kognitif pelanggan seperti perasaan senang, perasaan diperhatikan. *Cafe Old Ben's* akan mengalami beberapa perubahan proses bisnis dalam menjalankan strategi *cognitive school* dan *customer intimacy*, diantaranya adalah perubahan proses bisnis pemesanan oleh pelanggan, proses bisnis pegawai menawarkan pembuatan membership, dan perubahan proses bisnis ketika pelanggan datang dan memilih tempat duduk. Perubahan pada proses bisnis mengakibatkan adanya beberapa penambahan *job description* baru pada pegawai tertentu. Proses bisnis mengalami perubahan karena pegawai mengusulkan pembuatan *membership*, penawaran makanan dan tempat duduk preferensi pelanggan, penawaran menu rekomendasi *Cafe*, dan memberikan ucapan dan kue ketika pelanggan berulang tahun dengan

bantuan sistem. Tanpa bantuan sistem CRM, pegawai tidak mampu memberikan interaksi yang tepat kepada pelanggan.

2. Rancangan sistem CRM yang sesuai bagi *Cafe Old Ben's* dalam mempertahankan pelanggannya adalah sistem CRM yang memiliki kemampuan sebagai berikut:

- Sistem CRM yang mampu menampilkan data pelanggan berupa nama panggilan, ulang tahun. Dengan informasi tersebut, maka pegawai dapat menyapa pelanggan secara langsung, khususnya bagian kasir yang akan melayani transaksi dan pemesanan pelanggan pada *Cafe Old Ben's*.
- Sistem CRM yang menampilkan DSS pelanggan berupa tanggal ulang tahun pelanggan secara otomatis. Sistem CRM ini membantu pegawai untuk mengetahui ketika pelanggan berulang tahun, kemudian pegawai dapat mengecek kelompok pelanggan tersebut.
- Sistem CRM yang mampu mengusulkan menu rekomendasi kafe, preferensi menu pelanggan. Tampilan DSS menu rekomendasi kafe membantu pegawai ketika terdapat konsumen baru yang tidak mengetahui untuk memesan apa. Sedangkan tampilan usulan preferensi pelanggan membantu pegawai untuk memberikan usulan menu yang tepat kepada pelanggan berdasarkan historinya.
- Sistem CRM yang menampilkan DSS usulan tempat duduk bagi pelanggan. DSS ini membantu pegawai untuk lebih mengenal karakteristik pelanggan serta membantu pegawai dalam mengusulkan tempat duduk yang tepat bagi pelanggan.

3. Tanggapan pemilik *Cafe Old Ben's* terhadap rancangan sistem CRM menjadi masukan bagi penulis dalam merancang usulan sistem CRM. Sebagian besar usulan rancangan sistem CRM disetujui oleh pemilik, namun terdapat masukan yang berguna dalam meningkatkan dan memperbaiki usulan rancangan sistem CRM seperti tampilan *prototipe* yang kurang ramah pengguna sehingga menyulitkan pegawai untuk memasukan data.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan tanggapan dari pemilik maupun untuk penelitian selanjutnya, terdapat beberapa saran untuk mendukung aktivitas CRM pada perusahaan, diantaranya adalah:

1. Sistem CRM yang diusulkan saat ini belum membuat penggolongan pelanggan, sehingga pada penelitian selanjutnya diharapkan mampu menciptakan CRM yang dilengkapi dengan penggolongan pelanggan.
2. *Cafe Old Ben's* sebaiknya menerapkan sistem CRM, karena *Cafe Old Ben's* memiliki jumlah pelanggan yang cukup banyak, sehingga sebaiknya pelanggan tersebut dipertahankan demi *profitabilitas* dan kelangsungan bisnis jangka panjang *Cafe Old Ben's*.
3. Investasi *Cafe Old Ben's* untuk mengembangkan sistem aplikasi CRM yang ramah pengguna dapat dilakukan untuk mempermudah proses CRM, khususnya dalam proses input data dan pembacaan informasi.
4. Sebaiknya *Cafe Old Ben's* mengkhususkan satu atau dua orang sebagai pramusaji yang bertugas untuk membukakan pintu, menginput data

pelanggan, mengantarkan pesanan, karena saat ini *job description* barista merangkap juga sebagai pramusaji.

DAFTAR PUSTAKA

- A., H., khomam, A., Jahanbazi, Q., & Alipoor, H. (2013). The Role of Management Information System (MIS) in Decision Making and Problems of Its Implementation. *Universal Journal of Management and Social Science*, 78-89.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2018, Mei 9). *Badan Pusat Statistik Kota Bandung*. Dipetik Juli 22, 2018, dari bandungkota.bps.go.id:https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2017/08/29/121/-jumlah-restoran-rumah-makan-di-kota-bandung-2016.html
- Bandung, B. P. (2018, April 20). *Badan Pusat Statistik Kota Bandung*. Dipetik Juni 5, 2018, dari <https://bandungkota.bps.go.id:https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2017/08/29/104/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kota-bandung-2016-.html>
- Baran, R. J., Galka, R. J., & Strunk, D. P. (2008). *Principles of Customer Relationship Management*. Mason: Thomson Higher Education.
- Buttle, F. (2009). *Customer Relationship Management Concepts and Technologies*. Burlington: Elsevier Ltd.
- Felsberger, A., Oberegger, B., & Reiner, G. (2016). A Review Of Decision Support System for Manufacturing Systems. 2.
- Gunawan, A. (2012). Information access for SME's in Indonesia. *A study on the business performance of garment manufactures*, 5.
- Harrison, J. P. (2010). *Essentials of Strategic Planning in Healthcare*. Chicago, Washington DC: Health Administration Press.
- Iriana, R., & Buttle, F. (2006). Strategic, Operational, and Analytical Customer Relationship Management Attributes and Measures. *Journal of Relationship Marketing*, 24.
- Kotler, P., & Gary, A. (2012). *Principles of Marketing*. Kendallville, United States of America: Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2014). *Management Information Systems* (13 ed.). Edinburgh: Pearson Education Limited.
- McLeod, R., & Schell, G. (2001). *Management Information Systems*. London: Prentice Hall International .

- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2001). *Strategy Safari: A Guided Tour Through The Wilds of Strategic Management*. New York: The Free Press.
- Owen, M., & Raj, J. (2003). BPMN and Business Process Management. *Introduction to the New Business Process Modeling Standard*, 4.
- Peter, J., Oison, J. C., Sihombing, D., & Pasia, P. R. (2000). *Consumer Behaviour: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Porter, M. (2008). *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Jakarta: Erlangga.
- Rahmatian, S. (2003). *Encyclopedia of Information System*. Fresno: Elsevier Science.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Method for Business: A Skill Building Approach* (7th ed.). Sussex: John Wiley & Sons, Inc.
- Sheikh, K. (2003). *Manufacturing Resource Planning (MRP II) With an introduction to ERP, SCM and CRM*. New York: McGraw-Hill.
- Sugiarto, I. E. (1996). *Pengantar Akomodasi dan Restoran*. Dalam I. E. Sugiarto, *Pengantar Akomodasi dan Restoran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono, P. D. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2009). *Business Research Methods* (8 th ed.). South-Western College Pub.