

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab 5, maka kondisi dan rancangan sistem CRM restoran X :

1. Dengan tingkat persaingan yang tinggi, restoran harus menemukan cara untuk mempertahankan bisnisnya. Bila dengan mencari konsumen baru, restoran akan mengeluarkan biaya yang lebih besar daripada mempertahankan pelanggan. Sehingga restoran akan lebih mempertahankan pelanggannya. Mempertahankan pelanggan membutuhkan rasa loyalitas pelanggan terhadap restoran yang bisa didapatkan dengan mengelola hubungan dengan pelanggan. Mengelola hubungan pelanggan membutuhkan informasi yang akan diolah sistem CRM dan akan menghasilkan suatu strategi atau perlakuan untuk setiap pelanggan dalam restoran X.
2. Didalam sistem CRM terdapat 2 jenis sistem :
 - Tampilan pengguna akan membantu pengguna dalam menginput data ke dalam sistem dan sebagai *output* dari sistem untuk dijalankan oleh pengguna. Terdapat 5 tampilan untuk pengguna dalam sistem ini :
 - *Form* untuk menginput baik transaksi pelanggan ataupun respon pelanggan yang informasinya akan diolah di dalam sistem.
 - *Progress reminder* untuk mengetahui perkembangan *to – do list* yang diberikan restoran kepada para pelanggannya.

- *Calender reminder* sebagai *output* yang diberikan restoran kepada karyawan untuk mengingatkan konsumen siapa saja yang harus dihubungi pada hari itu.
 - *To-do list* sebagai *output* yang diberikan restoran untuk memberitahukan kepada karyawan setiap perlakuan yang diberikan untuk setiap pelanggannya.
 - Profil pelanggan sebagai *output* yang akan digunakan restoran dalam menentukan *to-do list* untuk setiap pelanggan.
- Sistem informasi manajemen yang akan digunakan restoran untuk mengolah informasi yang didapatkan dari tampilan pengguna dan menghasilkan sebuah informasi lain yang akan ditampilkan dalam tampilan pengguna. Sistem informasi dalam sistem ini :
- Menghitung pertumbuhan penjualan dan profit dari restoran X selama 3 bulan
 - Menghitung kontribusi margin atau kontribusi *profit* dari setiap pelanggan yang ada di restoran X dan mengelompokkan pelanggan tersebut. Menghitung kontribusi margin ini berdasarkan perhitungan data profit setiap pelanggan di restoran X.
 - Membuat profil pelanggan yang berisikan pola preferensi, pola waktu, dan bentuk komunikasi untuk setiap pelanggan. Profil ini dianalisa dengan melihat data transaksi setiap pelanggan di restoran X.

DAFTAR PUSTAKA

- Alaydrus , H. (2019, February 6). *Konsumsi Rumah Tangga Topang Pertumbuhan Ekonomi 2018*. Retrieved from Bisnis.com: <https://ekonomi.bisnis.com>
- BAI, Y. (2018). The Application of Customer Relationship Management. *Management & Engineering*, 1838-5745. doi:10.5503/J.ME.2018.31.004
- Buttle, F. (2007). *Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan) Concepts and Tools*. Jakarta: Bayumedua Publishing.
- Chen, M. (2016). *Foodservice Profile*. Canada: Minister of Agriculture and Agri - Food Canada.
- College of Physics and Engineering, Chengdu Normal University. (2018). The Applications of Customer Realtionship Management and Data Mining in Chinese Insurance Companies. *Management & Engineering*, 1838 - 5745.
- Curtis, G., & Cobham, D. (2005). *Business Information Systems Analysis, Design, and Practice Fifth Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management : Concepts and Cases 13th Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia. (1999, April 20). *UU Republik Indonesia No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*. Retrieved from ylki: <http://ylki.or.id>
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat. (2018, March 23). *Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat*. Retrieved from Jumlah

- Restoran/Rumah Makan Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat, 2013-2016: <https://jabar.bps.go.id/statictable/2018/03/23/472/jumlah-restoran-rumah-makan-menurut-kabupaten-kota-.html>
- Dobbs, M. E. (2014). Guidelines for applying Porter's five forces framework: a set of industry analysis templates . *Competitiveness Review* , 24(1), 32-45. doi: 10.1108/CR-06-2013-0059
- Fletcher, T. (2013). Customer Relationship Management at the Base of the Pyramid : Myth or Reality? *Journal of Customer Marketing*, 295 - 309.
- Fred, R. D., & Forest, R. D. (2017). *Strategic Management Concepts and Cases : A Competitive Advantage Approach Global Edition*. Edinburgh: Pearson Education, Inc.
- Google. (2018, Juli 6). *Tingkat Pertumbuhan Penduduk*. Retrieved from Google: <https://www.google.com>
- Hutasoit, E. M. (2017). *Rancangan Sistem Customer Realtionship Management Restoran Warung Talaga*. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.
- Indonesia Investments. (2018, Oktober 11). *Outlook on the Food Service Industry in Indonesia*. Retrieved from Indonesia Investments: <https://www.indonesia-investments.com>
- Internet Center for Management and Business Administration, Inc. (2010). *Porter's Five Forces A Model for Industry Analysis*. Retrieved from QuickMBA Knowledge to Power Your Business: <http://www.quickmba.com>

- Jogiyanto. (2003). *Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (2016). *Perkembangan Jumlah Unit Usaha Industri Besar dan Sedang*. Jakarta: Kementrian Perindustrian Republik Indonesia.
- Kepala Badan Pusat Statistik. (2016). *Statistik Restoran/ Rumah Makan 2015*. Jakarta: Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Kotler, P., & Armstrog, G. (2008). *Prinsip - Prinsip Pemasaran Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing Global Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Lazuardi, M., & Triady, M. S. (2015). *Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015 - 2019*. Jakarta: PT. Republik Solusi.
- Makasi, A., & Saruchera, F. (2014, November). The Impact of Operational Customer Relationship Management on Customer Loyalty. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(23), 2039-2117. doi:10.5901/mjss.2014.v5n23p291
- Moleong, L. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nazir, M. (1988). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Noor, J. (2012). *Metode Penelitian*. Jakarta: Perdana Media Grup.

- Pemerintah Republik Indonesia. (1997). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah*. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.
- Pemerintahan Provinsi Jawa Barat. (2018, January 12). *Indeks Pariwisata Kota Bandung Salah Satu Tertinggi di Indonesia*. Retrieved from Website Resmi Pemerintahan Jawa Barat: <https://jabarprov.go.id>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- RAICU, I., & Cătălina, M. (2014). ORGANIZATIONAL PERFORMANCE IMPROVEMENT BY IMPLEMENTING. *Knowledge Horizons - Economics*, 6, 84–86.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods For Business A Skill-Building Approach (4th edition)*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Sigalas, C. (2015). Competitive Advantage : The Known Unknown Concept. *Management Decision*, 2004-2016.
- Stiehl, V. (2013). *Process-Driven Applications BPMN*. Switzerland: Springer International.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyitno. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif : Konsep, Prinsip dan Operasionalinya*. Tulungagung: Akademia Pustaka.

Toker, U. (2012). The Effect of Customer Relationship Management Adoption in Business-to-Business Markets. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 497-507.

Walker, J. R. (2011). *The Restaurant from Concept to Operation*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.

Wuryasti, F. (2019, February 7). *Gaya Hidup Ubah Pola Konsumsi*. Retrieved from Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com>