

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan bertujuan untuk memberikan intisari dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya. MASA adalah perusahaan yang sedang tumbuh, pertumbuhan tersebut terlihat pada peningkatan penjualan produk perusahaan. Menurut MASA peningkatan penjualan tersebut terjadi untuk jangka pendek saja, sedangkan untuk jangka panjang penjualan tersebut akan kembali ke posisi semula.

MASA untuk penjualan jangka panjang, perusahaan tidak terlalu yakin dapat mempertahankan tingkat penjualan, karena keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh MASA secara mudah dapat diadaptasi oleh perusahaan pesaing lainnya dalam industri. Sehingga MASA terus melakukan investasi dalam diferensiasi produk melalui penerapan strategi CRM yang efektif. Diferensiasi produk tersebut bertujuan untuk mempertahankan tingkat penjualan dan meningkatkan pangsa pasar.

Diferensiasi produk dilaksanakan melalui hasil analisis dari CRM modern. CRM modern memberikan solusi untuk perusahaan dalam memahami mayoritas konsumen. Kebutuhan mayoritas konsumen dapat dipahami melalui analisis-analisis dari aplikasi CRM modern.

Analisis CRM modern secara tidak langsung memberikan pengaruh kepada peningkatan pangsa pasar dan pendapatan sehingga perusahaan dapat bertahan dalam industri. Karena analisis CRM modern memberikan rekomendasi kepada perusahaan untuk memahami kebutuhan konsumen. Pemahaman konsumen tersebut menjadi bagian penting untuk perusahaan dapat bertahan dalam industri yang menuju persaingan global.

Pada siklus pemenuhan kebutuhan konsumen, pendapatan perusahaan berasal dari loyalitas konsumen, loyalitas konsumen berasal dari kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berasal kinerja dari pelayanan, produk dan karyawan MASA.

Pengembangan CRM MASA didasarkan pada matriks implementasi CRM maka pengembangan CRM MASA berada pada dimensi konsumen yang menurun. Kondisi menurun tersebut dijelaskan pada analisis industri yang semakin bersaing. Sedangkan CRM MASA untuk pada saat ini berada pada dimensi konsumen yang

sedang tumbuh. Pengembangan CRM modern pada MASA akan berpengaruh positif, hal tersebut ditunjukkan dengan sistem dinamik, yang menghasilkan keadaan positif.

5.2. Saran

Saran bertujuan untuk memberikan rekomendasi perbaikan penerapan CRM dengan memperhatikan beberapa faktor-faktor lainnya. karena saran bertujuan untuk meningkatkan keberhasilan penerapan aplikasi CRM.

Dalam penerapan sistem informasi membutuhkan tiga aspek yaitu: perangkat lunak, perangkat keras dan pengembang. Ketiga aspek tersebut menjadi penting untuk tersedia, karena ketiga aspek tersebut akan saling membutuhkan.

Pada aplikasi CRM modern membutuhkan perangkat lunak, perangkat keras dan pengembang. Kebutuhan perangkat lunak meliputi DBMS (*Database Management systems*), *database server*, sistem operasi dan perangkat lunak pendukung lainnya. Kebutuhan perangkat keras meliputi komputer *server*, komputer *client*, jaringan komputer dan perangkat keras pendukung lainnya. Dan kebutuhan pengembang meliputi analis sistem informasi dan pemrogram. Ketiga aspek tersebut dapat dievaluasi untuk mendapatkan investasi yang minimal namun tetap memiliki kinerja yang baik.

Sehingga untuk menghasilkan CRM modern membutuhkan ketiga aspek tersebut dan membutuhkan analis pemasaran. Analis pemasaran untuk memahami kebutuhan konsumen melalui analisis *data mining* dan analisis sistem dinamik. Analisis tersebut bertujuan untuk meminimalkan kegagalan dalam tahap penerapan strategi.

Kemandirian pada pengembangan aplikasi CRM berpengaruh positif pada rekayasa modifikasi analisis. Modifikasi analisis dibutuhkan ketika aplikasi yang dikembangkan sebelumnya tidak dapat memenuhi kebutuhan pada saat tertentu.