

BAB 4

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Penerapan *customer relationship management* akan semakin banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan karena disebabkan semakin ketatnya persaingan yang timbul diantara perusahaan, serta adanya tuntutan konsumen yang semakin tinggi.
2. Dengan menerapkan *customer relationship management*, maka diharapkan agar para pelaku bisnis dapat mengetahui bagaimana langkah-langkah atau cara-cara melayani konsumen, sehingga dapat meningkatkan kesetiaan konsumen dan memaksimalkan keuntungan perusahaan, mengingat ketatnya persaingan bisnis ritel.
3. Untuk mengembangkan dan menerapkan *customer relationship management* diperlukan rangkaian proses yang memungkinkan dilakukannya analisis pelanggan, sehingga perusahaan dapat mengenali pelanggan secara individual. Perusahaan tahu pelanggan mana yang berpotensi memberikan keuntungan besar dan mana yang merugikan, *treatment* macam apa yang harus diberikan ke setiap pelanggan secara berbeda sehingga *value* yang diberikan lebih baik dari pesaing.

4. *Customer relationship management* melalui program *member card* akan dapat bermanfaat jika perusahaan ritel mengimplementasikan dengan optimal, sehingga perubahan dan keuntungan yang diperoleh perusahaan akan semakin optimal juga.
5. Untuk mengimplementasikan sebuah *customer relationship management*, diperlukan tiga faktor kunci yaitu orang-orang yang profesional, proses yang didesain dengan baik, dan teknologi yang memadai. Tenaga yang profesional tidak saja mengerti bagaimana menghadapi pelanggan tetapi juga mengerti cara menggunakan teknologi (untuk *customer relationship management*).
6. Menerapkan *customer relationship management* menjadi suatu strategi yang digunakan oleh perusahaan-perusahaan untuk meningkatkan keunggulan bersaing jangka panjang dalam perusahaan ritel.
7. Untuk mengimplementasikan *customer relationship management* tentu memerlukan biaya (*cost*) yang cukup besar tetapi hal ini akan seimbang dengan keuntungan yang diperoleh perusahaan setelah mengimplementasikan *customer relationship management* melalui program *member card*.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- A Syahdan, Syamsul. **Implementasi Aplikasi Customer Relationship Management (CRM) pada Sistem Informasi Perhotelan.**
- Barnes, James.G, 2000, *Secrets of Customer Relationship Management* Terjemahan oleh Andreas Winardi, SPd. 2003, Yogyakarta: ANDI.
- Buttle, Francis. 2004. *Customer Relationship Management* (Manajemen Hubungan Pelanggan) Terjemahan oleh Arief Subiyanto, 2007, Bayumedia.
- Foster, Bob. 2008. **Manajemen Ritel.** Bandung: Alfabeta.
- L. Joan, Anderson., 2007, *Customer Relationship Management in Retailing: A Content Analysis of Retail Trade Journals.* *Journal of Retailing and Consumer Services* 14 (2007) 394-399.
- Utami, C. Whidya., 2006, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, Jakarta: Salemba Empat.
- Wijaya, Serli dan Sienny. **Implementasi Membership Card dan Pengaruhnya dalam Meningkatkan Loyalitas Pengunjung Restoran di Surabaya.**
- www.google.com, Danardatu, Aloysius Heru, **Apa Itu Customer Relationship Management (CRM)**, <http://elizer.web.id/knowledge-sharing/apa-itu-customer-relationship-management-crm.html>, diakses 7 Juni, 2010
- www.google.com, eBizzAsia, **CRM & Strategi Bersaing** Volume III No 29-Agustus-September, diakses 5 Juni, 2010

www.google.com, Nugroho, Adi. **VIP Card**, <http://www.n-adhi.com/?paged=6> diakses 7 Juni, 2010

