

## **BAB 5**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dalam bab ini akan diberikan kesimpulan dari analisis dan pembahasan yang mengacu pada bab sebelumnya, bahwa setelah dilakukan berbagai kegiatan pemasaran, dapat disimpulkan bahwa CRM merupakan hal baru yang perlu diterapkan secara terus-menerus oleh CV Sekar Sari Florist karena CRM merupakan salah satu alternatif strategi untuk memperoleh profit melalui manajemen hubungannya dengan pelanggan.

Manajemen hubungan pelanggan sebenarnya meliputi berbagai hal seperti memperoleh pelanggan baru, meningkatkan pelayanan, dan mempertahankan pelanggan lama.

Proses yang diperlukan dalam menerapkan CRM adalah: menganalisa pelanggan sehingga perusahaan dapat mengenali dan memahami pelanggan secara personal agar dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Hasil yang diharapkan dengan diterapkannya CRM ini adalah manajemen hubungan yang lebih baik, meliputi pelanggan baru yang meningkat, pelanggan lama yang tetap bahkan lebih sering melakukan transaksi, dan tercapainya pelayanan pelanggan yang lebih baik dalam arti semakin berkurangnya *complain* karena CV Sekar Sari Florist makin mampu memenuhi kebutuhan konsumen dan menjawab semua keinginan pelanggan, dengan begitu pelanggan akan makin betah melakukan transaksi dengan CV Sekar Sari Florist karena dirasa mampu mengerti apa yang konsumen atau pelanggan butuhkan dan inginkan.

Kesimpulan yang dapat diambil dari pelaksanaan Kuliah Praktik Bisnis ini adalah:

- a. Pelaksanaan CRM di CV Sekar Sari Florist apabila dilakukan secara terus-menerus, dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan, dan mampu menaikkan keuntungan jangka panjang.
- b. Dengan dilaksanakannya CRM, maka pelanggan memiliki hubungan yang lebih mendalam dan lebih personal dengan perusahaan, sehingga pelanggan tidak beralih ke *competitor* atau pesaing.
- c. Lama-kelamaan penerapan kegiatan CRM akan dapat meningkatkan profit perusahaan, karena hubungan yang terjalin dengan pelanggan, mampu membuat pelanggan untuk bertahan dan tetap mempercayai CV Sekar Sari Florist dalam pengerjaan dan pengiriman karangan bunga.

## 5.2 Keterbatasan Pelaksanaan Kuliah Praktik Bisnis

Keterbatasan dalam penerapan *Customer Relationship Management* disebabkan oleh berbagai hal yaitu:

- a. Tidak adanya orang yang merasa bertanggung jawab untuk menerapkan CRM kepada pelanggan. Hal ini disebabkan tidak adanya *job description* yang jelas untuk setiap karyawan. Bagian administrasi melakukan berbagai macam pekerjaan dalam waktu yang bersamaan.
- b. Tidak adanya waktu khusus dalam menerapkan CRM, perusahaan seharusnya menerapkan CRM secara konsisten. Menyediakan waktu yang khusus atau hari tertentu untuk menerapkan CRM, atau melakukan kegiatan CRM setiap selesai transaksi atau pelunasan.

- c. Dalam menerapkan CRM, diperlukan biaya tambahan yang sebenarnya tidak cukup besar, namun berarti. Perusahaan kecil dan UMKM kebanyakan belum mengerti apa pentingnya CRM sehingga meniadakan kegiatan tersebut.

### 5.3 Saran

Sebagai penutup, akan diberikan saran kepada CV Sekar Sari Florist dalam mengimplementasikan CRM. Saran yang dapat diberikan dalam penulisan ini adalah:

- a. Menjalin hubungan dengan pelanggan akan sangat efektif bila dilakukan oleh orang yang sama, tidak berganti-ganti sehingga pelanggan mudah mengingat dan hubungan yang terjalin menjadi semakin dalam. Kegiatan CRM ini dilakukan oleh pegawai yang dapat bertemu dan berinteraksi dengan pelanggan.
- b. Dalam menerapkan CRM, dibutuhkan waktu yang lebih daripada biasanya. Kegiatan ini dapat dilakukan saat pelunasan atau di hari khusus lainnya untuk menjalin hubungan dengan pelanggan.
- c. Perusahaan disarankan mengalokasikan dana tambahan untuk keperluan CRM, seperti biaya untuk membuat *Thank you Letter*, dan ucapan selamat ulang tahun di hari jadi melalui media sosial, dan bonus lain yang dapat membuat pelanggan menjadi senang dan mau melakukan *repeated buying*.

**DAFTAR KEPUSTAKAAN**

- Ahlimanajemenpemasaran.com/2011/08/tahapan-dalam-implementasi-sistem-crm/ Tanggal Akses 1 Oktober 2012
- Arofata, Mustafid. 2011. *Penerapan Strategi Customer Relationship Management Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Suatu Perusahaan*. Yogyakarta.
- Barnes, James G., 2003. *Secrets of Customer Relationship Management*. Yogyakarta: Andi
- Bayu96ekonomos.wordpress.com/modul-sim/bank-lembaga-keuangan-lain/ Tanggal Akses 25 November 2012
- Buttle, Francis. 2007. *Customer Relationship Management*. Bayumedia publishing.
- Doowee12.wordpress.com/2010/10/13/crm-customer-relationship-management-manajemen-hubungan-pelanggan/ Tanggal Akses 16 Oktober 2012
- Id.wikipedia.org/wiki/Manajemen\_hubungan\_pelanggan. Tanggal Akses 16 Desember 2012
- Id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran\_Internet. Tanggal Akses 15 Oktober 2012
- Jokosusilo.com/2010/03/22/5-cara-langkah-membangun-pemasaran-internet-yang-sukses/ Tanggal Akses 16 oktober 2012
- Kartajaya, Hermawan. 2010. *Sales Operation*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mudjiarahardjo.uin-malang.ac.id/materi-kuliah/208-desain-dan-contoh-proses-penelitian-kualitatif.html. Tanggal Akses 16 Oktober 2012

- Noviandhi, Amanda. 2010. Penerapan CRM dalam Pemasaran Interaktif. <http://hijalemon.blogspot.com/2010/05/penerapan-crm-dalam-pemasaran.html>. Tanggal Akses 20 Oktober 2012
- Triyadi. 2008. *Penerapan CRM (Customer Relationship Management) Pada Pemasaran Tanaman Anggrek*. Bogor.
- [Ukmindonesiasukses.blogspot.com/p/definisi-ukm.html](http://Ukmindonesiasukses.blogspot.com/p/definisi-ukm.html). Tanggal Akses 14 Desember 2012
- [Varendy.wordpress.com/2008/04/08/crm-costumer-relation-management/](http://Varendy.wordpress.com/2008/04/08/crm-costumer-relation-management/)
- [Wartapedia.com/bisnis/ukm/6025-bps--umkm-serap-9940-juta-tenaga-kerja-di-tahun-2010.html](http://Wartapedia.com/bisnis/ukm/6025-bps--umkm-serap-9940-juta-tenaga-kerja-di-tahun-2010.html). Tanggal Akses 27 November 2012
- Wirawan, Adhicipta Raharja. 2010. *Penerapan Customer Relationship Management Di Dalam Perusahaan Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen*. Surabaya.
- Zarkasyi. 2012. Jurnal: Pengaruh *Customer Relationship Management (CRM)* dalam Meningkatkan loyalitas Pelanggan.