

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil dari pembahasan yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Perancangan aplikasi CRM Analitik dan Operasional pada penyedia jasa percetakan online “Masprint!” dimulai dengan perancangan Data Flow Diagram (DFD), lalu dilanjutkan dengan perancangan Entity Relationship Diagram (ERD), dan perancangan antarmuka website yang akan dibangun.
2. Pembangunan sistem yang telah dilakukan, menghasilkan website yang dapat digunakan oleh pelanggan dan admin penyedia jasa percetakan “Masprint!.” Dengan website ini pelanggan dapat mengirimkan dokumen yang ingin dicetak, mengetahui harga secara langsung dan mengetahui status dari dokumen yang mereka cetak tanpa harus datang ke tempat penyedia jasa percetakan maupun menanyakan hal tersebut kepada admin. Dengan website ini juga penyedia jasa juga dapat membuat strategi bisnis yang tepat berdasarkan perilaku pelanggan dengan cara menganalisis transaksi dengan menggunakan metode RFM dan juga penyedia jasa dapat mengetahui total transaksi pertahunnya, total jumlah transaksi berdasarkan kertas yang dipesan oleh pelanggan dan total jumlah transaksi berdasarkan jam pengantaran.
3. Dari segmentasi pelanggan yang telah dilakukan, setiap segmen pelanggan mendapatkan strategi bisnis yang, berikut diantaranya:

- a. Segmen Superstars dengan strategi bisnis memberikan hadiah 1 eksklusif jika pelanggan sudah melakukan 20 transaksi pertahunnya.
  - b. Segmen Golden Customer dengan strategi bisnis memberikan voucher potongan harga dan potongan ongkos kirim setiap 5 kali transaksi.
  - c. Segmen Typical Customer dengan strategi bisnis memberikan 5 voucher gratis ongkos kirim sebesar 2000 rupiah setiap 3 bulan dan memberikan informasi mengenai promo-promo yang sedang berjalan dan layanan terbaru.
  - d. Segmen “Exceptional Occasion” Customer dengan strategi bisnis memberikan 5 voucher potongan harga setiap 3 bulan dan memberikan informasi mengenai promo-promo yang sedang berjalan dan layanan terbaru.
  - e. Segmen Everyday Shopper dengan strategi bisnis memberikan diskon 10% harga transaksi dengan minimal transaksi Rp. 30.000 dan memberikan informasi mengenai promo-promo yang sedang berjalan dan layanan terbaru.
  - f. Dormant Customer dengan strategi bisnis memberikan informasi mengenai promo-promo yang sedang berjalan dan layanan terbaru.
4. Sedangkan, analisis total transaksi pertahun, total transaksi berdasarkan kertas, dan total transaksi berdasarkan jam pengantaran, dapat memberikan strategi bisnis lainnya, seperti strategi bisnis agar transaksi pertahun dapat meningkat, kertas apa yang harus memiliki stok lebih banyak, pada jam berapa kurir harus ditambah dan sebagainya.

### 3.2 Saran

Saran yang diberikan agar supaya penelitian skripsi ini dapat dikembangkan lebih lanjut adalah sebagai berikut:

1. Untuk halaman pemesanan, alamat pengantaran dapat dikembangkan lebih lanjut. Sistem dapat menghitung ongkos kirim sesuai alamat yang dimasukkan oleh pelanggan.
2. Untuk pembayaran, dapat ditambahkan metode pembayaran seperti menggunakan *e-money* (OVO, GoPay, Dana, dll) dan *Virtual Account Billing*.
3. Untuk halaman admin, dapat ditambahkan jenis analisis yang lain seperti analisis area pengantaran, analisis jumlah total transaksi berdasarkan hari, analisis transaksi berdasarkan universitas pelanggan, dll. Agar strategi bisnis yang dibuat semakin banyak.