

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan bab-bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Operasional CRM berbasis web meliputi kelola data pelanggan, kelola data transaksi, kelola kontak, *website company* CV Tita Jaya, dan kelola jadwal pertemuan dengan *client*.
2. Analitik CRM berdasarkan hasil analisis RFM, terbentuk 6 cluster dengan kelas pelanggan *dormant customer*, *typical customer*, *superstar*, *everyday shopper*, *golden customer*, *occasional customer*. Penjelasan dari setiap *cluster* adalah sebagai berikut:
 - a. *Cluster 1* atau kelas pelanggan *dormant customer* berjumlah 105 anggota. Berdasarkan karakteristik pelanggan *dormant customer*, cluster 1 menghasilkan strategi bisnis antara lain pemberitahuan produk baru dan memberikan kuesioner untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan.
 - b. *Cluster 2* atau kelas pelanggan *typical customer* berjumlah 7 anggota. Berdasarkan karakteristik pelanggan *typical customer*, cluster 2 menghasilkan strategi bisnis antara lain dengan menaikkan nilai F (frequency) dengan cara memberikan potongan 15% pada transaksi kedua
 - c. *Cluster 3* atau kelas *superstar* berjumlah 3 anggota. Berdasarkan karakteristik pelanggan *superstar*, cluster 3 menghasilkan strategi bisnis antara lain memberikan reward berupa gratis biaya pemasangan setiap

melakukan tiga kali transaksi, memasarkan produk import, dan penawaran eksklusif berupa menawarkan produk-produk limited edition.

- d. *Cluster 4* atau kelas *everyday shopper* berjumlah 18 anggota. Berdasarkan karakteristik pelanggan *everyday shopper*, cluster 3 menghasilkan strategi bisnis antara lain dengan menaikkan nilai M (monetary) dan menurunkan nilai R (recency) dengan cara mendapatkan potongan 10% sebanyak 2 kali dengan minimal transaksi Rp. 10.000.000.
- e. *Cluster 5* atau kelas *golden customer* berjumlah 2 anggota. Berdasarkan karakteristik pelanggan *golden customer*, cluster 3 menghasilkan strategi bisnis antara lain dengan memasarkan produk import dan menawarkan produk yang termahal.
- f. *Cluster 6* atau kelas *occasional customer* berjumlah 56 anggota. Berdasarkan karakteristik pelanggan *occasional customer*, cluster 3 menghasilkan strategi bisnis antara lain memberikan pemberitahuan produk terbaru dan e-mail marketing.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan untuk pengembangan skripsi ini lebih lanjut adalah sebagai berikut:

1. Pada fitur Operasional CRM pada website diharapkan untuk menambahkan fitur-fitur operasional, misalnya pelanggan dapat melakukan pembelian secara langsung melalui *website*.
2. Pada proses kustomisasi informasi untuk pelanggan, diharapkan untuk menambahkan fitur login sebagai pelanggan, dan sistem dapat menampilkan informasi sesuai dengan masing-masing kelas pelanggan

3. Pada analitik CRM diharapkan kedepannya script yang dijalankan pada phyton dapat dijalankan melalui website dan data hasil *clustering* dapat langsung tersimpan pada basis data.