

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Kunci keberhasilan perusahaan bukan semata-mata terletak pada kualitas produk/jasa, tetapi seberapa jauh upaya perusahaan memuaskan kebutuhan para pelanggannya kemudian memberikan pelayanan yang baik dan menyenangkan mereka untuk memastikan agar mereka menjadi pelanggan yang setia. Salah satu solusi yang muncul dari permasalahan di atas adalah dengan menerapkan CRM (*Customer Relationship Management*) dan bahkan saat ini, penerapan CRM juga bisa melalui teknologi internet yang disebut e-CRM. e-CRM merupakan software yang memungkinkan pelanggan untuk berinteraksi dengan web yang menggunakan jaringan internet.

Berdasarkan penjelasan yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan dari "Pengembangan Sistem Pemasaran dan Penjualan Unique Pangcraft sebagai Media Peningkatan Citra Berbasis Website", secara umum dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : Dengan sistem e-CRM Unique Pangcraft ini mampu lebih mengenal pelanggannya dan lebih memusatkan penjualan produk, serta peningkatan pelayanan kepada pelanggan yang menguntungkan.

5.2. Saran

Setelah melakukan analisis dan perancangan website CRM, penulis memberikan saran untuk penyempurnaan dan pengembangan lebih terhadap sistem penjualan ini. Saran yang ingin disampaikan sebagai berikut :

- 1 Dalam pembuatan website CRM unique pangcraft, belum diketahui dasar pasti penentuan besar kecilnya biaya penjualan barang yang dimodifikasi, dalam penghitungan otomatis.
- 2 Dalam pembuatan website CRM unique pangcraft, penghitungan biaya pembayaran dan tagihan bisa ditambahkan dengan sistem penghitungan otomatis.
- 3 Dalam pembuatan website CRM unique pangcraft, pemberitahuan / alert pada sistem masih kurang lengkap.
- 4 Dalam pembuatan website CRM unique pangcraft, konsultasi dilakukan melalui fitur konsultasi tidak bisa menggunakan live chat.
- 5 Dalam pengembangannya sebaiknya diberikan fitur - fitur yang dapat memudahkan pelanggan lagi, seperti halnya menggunakan autentikasi email, pembayaran didukung dengan internet banking, perhitungan ongkos kirim secara otomatis, penggalan informasi lebih dalam tentang minat dan kebutuhan pelanggan tentang sebuah produk (*wishlist*).
- 6 Terus memanfaatkan layanan TI yang mendukung perusahaan untuk memenuhi strategi CRM.
- 7 Selalu membuat inovasi-inovasi baru dalam penerapan CRM, sehingga loyalitas pelanggan akan selalu dapat dipertahankan.

Penulisan skripsi ini tentunya terdapat banyak kekurangan, yang mungkin dapat dicari lagi pada penelitian-penelitian selanjutnya. Akhir kata, semoga penyusunan laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

