Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian melalui *indepth interview* mengenai strategi *Customer Relationship Management* yang dilakukan oleh GO-JEK melalui *loyalty program* GO-POINTS, peneliti mendapatkan hasil bahwa pihak GO-POINTS telah melakukan serangkaian strategi sesuai dengan model *Value Chain* dari Buttle.

Sesuai dengan tahapan *primary stages* dari *value chain model*, GO-POINTS telah menerapkan kegiatan *costumer portofolio analysis* guna mengidentifikasi jenis *customer* yang dimilikinya. Dengan mengandalkan *database customer*, pihak GO-POINTS dapat menentukan segmen dan demografi pelanggannya yang banyak menggunakan GO-POINTS. Di mana data tersebut dapat digunakan sebagai acuan pihak GO-POINTS untuk menjalankan tahap *customer intimacy* guna dapat memfasilitasi dan dapat semakin *engage* dengan seluruh *customer*-nya baik *partners* maupun *user*, sekaligus membangun jaringan yang kuat dengan mereka. Hal tersebut bertujuan untuk dapat menciptakan pengalaman yang positif kepada *customer* melalui pengembangan proposisi nilai pelanggan dan pada tahap akhir perusahaan dapat mengakuisisi pelanggan baru, serta yang terpenting menjaga retensi pelanggan. Pada faktor *supporting conditions*, perusahaan mengedepankan tiga nilai utama perusahaan untuk bisa terus

Strategi Customer Relationship..., RACHEL LIA ADE PUTRI HITO, FIKOM UMN, 2018

diterapkan kedalam budaya dan lingkungan kerja. Memanfaatkan secara maksimal perkembangan teknologi informasi dan sumber daya manusia untuk menjalankan seluruh proses kegiatan *Customer Relationship Management* seperti penggunaan *database*, *in-apps survey* serta strategi komunikasi dua arah yang dapat menjangkau dan mudah dijangkau oleh *customer*.

Dalam upaya peningkatan *loyal customer*, perusahaan mengadakan program undian GO-POINTS GO-LUCKY. Selain sebagai langkah untuk menarik perhatian *customer* agar menggunakan poinnya secara berulang, juga sebagai cara dalam memancing *word of mouth* untuk meningkatkan *awareness* di kalangan masyarakat.

Kekurangan yang terdapat dalam kegiatan *Customer Relationship Management* GO-POINTS ini adalah kurang mengandalkannya pihak external mitra GO-JEK yakni *driver* GO-JEK untuk membantu memperkenalkan GO-POINTS kepada *customer*. Pihak GO-POINTS masih lebih banyak mengandalkan pihak internal seperti *employee* dan juga *merchants*/*partners*.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian secara kualitatif mengenai strategi *Customer Relationship Management* yang dilakukan GO-JEK melalui program GO-POINTS, penulis mendapati celah untuk dilakukan penelitian

Strategi Customer Relationship..., RACHEL LIA ADE PUTRI HITO, FIKOM UMN, 2018

secara kuantitatif untuk mengukur pengaruh *loyalty program* GO-POINTS terhadap tingkat transaksi *service* GO-JEK.

5.2.2. Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengemukakan beberapa saran yang dapat menjadi masukan bagi perusahaan. Sehubungan merencanakan serta melakukan berbagai kegiatan *Customer Relationship Management* (CRM) yang tepat untuk diterapkan pada GO-POINTS, penting untuk dilakukan evaluasi secara berkala. Beberapa kegiatan evaluasi yang dapat dilakukan diantaranya yakni, dengan memantau tingkat transaksi dan penggunaan *service* GO-JEK pada *customer*, hingga melihat perkembangan jumlah *redeem* GO-POINTS yang dilakukan oleh *customer* sebelum dan sesudah *campaign* berlangsung. Hal ini guna memberikan gambaran mengenai efektif atau tidaknya berbagai strategi yang telah disusun dan dijalankan oleh GO-POINTS.

Terkait dengan peningkatan loyalitas pelanggan, pihak GO-POINTS dapat mengandalkan potensi sumber daya manusia yang ada secara maksimal. Mengerahkan mitra GO-JEK dalam tahap edukasi GO-POINTS dan juga memancing *customer* untuk melakukan transaksi yang lebih banyak lagi dengan keuntungan yang beragam melalui GO-POINTS.

Untuk semakin memicu *customer* GO-POINTS loyal menggunakan poin mereka, bisa dilakukan dengan membuat serta

Strategi Customer Relationship..., RACHEL LIA ADE PUTRI HITO, FIKOM UMN, 2018

menampilkan *tiering*/*level* loyalitas pelanggan pada aplikasi GO-JEK. Hal ini guna membuat *customer* menjadi lebih terpacu untuk meningkatkan *tiering*/*level* loyalitas GO-POINTS dan dapat berdampak pada peningkatan penggunaan *service* GO-JEK.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Strategi Customer Relationship..., RACHEL LIA ADE PUTRI HITO, FIKOM UMN, 2018