



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 yang peneliti telah dapatkan dan peneliti analisis, peneliti dapat menarik kesimpulan dari penelitian yang berjudul “Strategi *Customer Relationship Management* Tupperware Indonesia Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Program Member Card Tupperware (Studi Kasus Pada Business Leader Husnul Aurora)”. Penelitian ini menggunakan konsep IDIC (*Identifying, Differentiating, Interacting, dan Customizing*) menurut Peppers dan Rogers.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana program *Customer Relationship Management* Tupperware Indonesia dalam meningkatkan loyalitas pelanggan melalui program member card Tupperware. Dalam penelitian maka dapat peneliti simpulkan bahwa:

1. Business Leader Husnul Aurora mulai mengembangkan cara baru dalam transaksi pembelian produk Tupperware, yaitu dengan menggunakan sistem online. Dengan sistem online ini para member dapat melakukan transaksi secara online dan dapat mempermudah para ibu rumah tangga dalam menjalankan bisnisnya, dan juga

membantu para ibu rumah tangga untuk dapat menjalankan aktivitasnya yang utama.

2. Berdasarkan pada strategi IDIC menurut Peppers dan Rogers, Tupperware Indonesia melalui Business Leader Husnul Aurora melakukan proses identifikasi pelanggan dan memburnya melalui interaksi langsung dengan para pelanggan melalui kegiatan Pop-up. Kegiatan Pop-up dilakukan dengan mapping terlebih dahulu sesuai dengan lokasi BL berada. Tupperware tidak membatasi siapa saja khalayaknya karena Tupperware menganggap siapa saja yang memiliki Kartu Tanda Pengenal (KTP) dapat menjadi member. Tapi dalam hal ini, yang dikhususkan adalah para wanita yang memang ingin memiliki kehidupan yang lebih baik atau dengan kata lain adalah wanita yang ingin mengikuti jenjang karir.
3. Setelah melakukan identifikasi, Business Leader Husnul Aurora juga melakukan *differentiating* atau pembedaan dan pengelompokkan member sesuai dengan kebutuhan para member. Karena dari pengelompokkan tersebut dilakukan berdasarkan kebutuhan yang berbeda maka BL Husnul Aurora juga memberikan solusi dalam pelayanan sesuai dengan kebutuhan para member. Hal ini dilihat dari peringkat yang dimiliki oleh para member.
4. Kemudian juga perusahaan berinteraksi dengan memburnya melalui beberapa cara, diantaranya adalah melalui aplikasi messenger

berupa group Whatsapp, aplikasi Tupperware, dan juga melalui media sosial Facebook, serta menyediakan layanan call center yang beroperasi selama jam kerja. Dengan adanya interaksi tersebut member akan merasa bahwa perusahaan memperhatikan kebutuhan para member.

5. Selanjutnya adalah perusahaan melakukan *customizing* atau memberikan perlakuan khusus kepada member yang merupakan bagian dari strategi *customer relationship management* yang dilakukan oleh BL Husnul Aurora. Dengan memberikan beberapa potongan harga khusus dan penawaran tertentu untuk para member Tupperware. Selain itu perusahaan juga berhasil melakukan *customizing* dengan cara memanfaatkan “*crowd*” dari para member untuk ikut aktif mendukung kegiatan yang perusahaan lakukan.

6. Dampak dari penerapan konsep IDIC ini, banyak member Tupperware yang semakin loyal dengan adanya pembelian yang berulang secara terus menerus dalam kurun waktu tertentu. Hal tersebut dapat tercapai karena Tupperware Business Leader Husnul Aurora terus berupaya untuk meningkatkan loyalitas dari member dan pelanggan melalui kegiatan Pop-up, *training*, dan juga *event*, memberikan potongan harga dalam setiap transaksi member, memenuhi kebutuhan setiap member, dan juga membangun hubungan yang baik dengan member melalui pelayanan yang baik.

Dalam hal ini fokus utama dari Tupperware Indonesia adalah untuk membantu kehidupan wanita Indonesia menjadi lebih baik lagi.

5.2. Saran

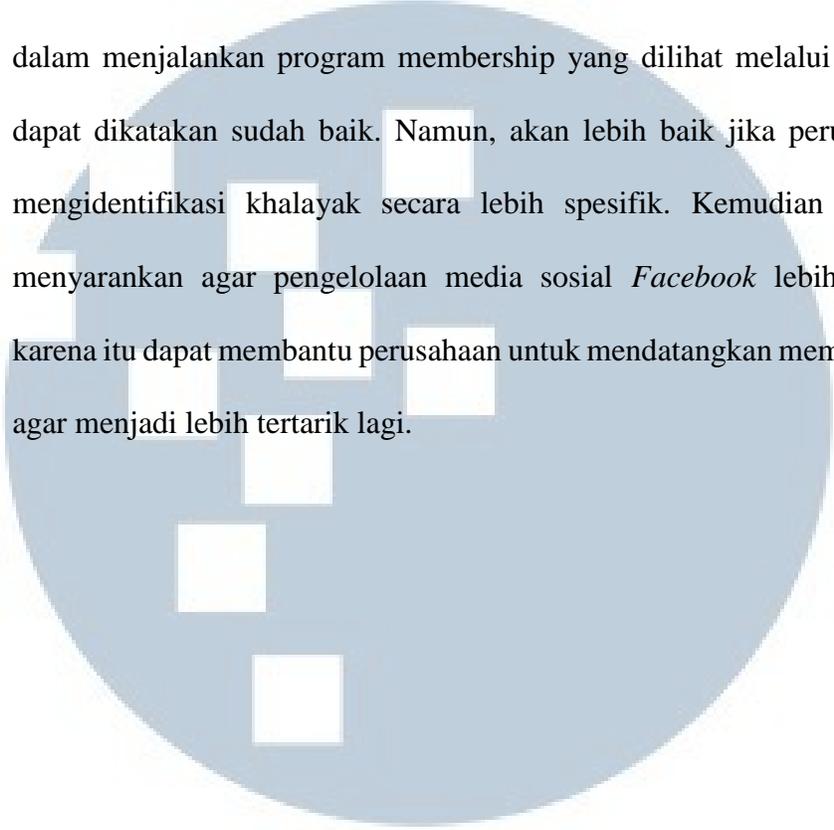
Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang peneliti lakukan, peneliti ingin menyampaikan beberapa saran untuk universitas dan juga untuk perusahaan, diantaranya:

5.2.1. Saran Akademis

Penelitian ini dilakukan untuk melihat dan mengetahui bagaimana implementasi dari strategi *Customer Relationship Management* dalam meningkatkan loyalitas dari pelanggan atau member. Peneliti berharap agar penelitian selanjutnya dapat lebih dalam lagi untuk membahas bagaimana implementasi dari *Customer Relationship Management* yang dilakukan oleh sebuah perusahaan terutama dalam program membership untuk mempertahankan loyalitas dari pelanggan serta member tersebut. Diharapkan juga agar penelitian berikutnya dapat mengupas lebih dalam lagi mengenai strategi IDIC yang digunakan sebagai acuan untuk bisa mengetahui implementasi *Customer Relationship Management*.

5.2.2. Saran Praktis

Untuk program atau strategi *Customer Relationship Management* yang diterapkan oleh Tupperware Indonesia melalui Business Leader Husnul Aurora



dalam menjalankan program membership yang dilihat melalui strategi IDIC dapat dikatakan sudah baik. Namun, akan lebih baik jika perusahaan dapat mengidentifikasi khalayak secara lebih spesifik. Kemudian juga peneliti menyarankan agar pengelolaan media sosial *Facebook* lebih ditingkatkan karena itu dapat membantu perusahaan untuk mendatangkan member yang baru agar menjadi lebih tertarik lagi.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA