

BAB V

SIMPULAN

5.1 Simpulan

PT. XYZ adalah sebuah perusahaan *multi-brand* yang berada pada bidang makanan dan minuman dengan konsep *cloud-kitchen*. Perusahaan memiliki aplikasi PT. XYZ, di mana aplikasi tersebut merupakan salah satu cara perusahaan untuk memperlakukan pelanggan loyalnya secara spesial. Penelitian ini menggunakan strategi *Customer Relationship Management* dengan model teori IDIC.

Pada tahap pertama ada *Identify*, perusahaan mampu mendapatkan data berupa data dasar pelanggan seperti nomor telepon, nama, *e-mail*, dan juga data-data terkait transaksi pelanggan pada setiap merek yang dimiliki oleh perusahaan. Lalu kemudian data-data tersebut yang membantu perusahaan dalam tahap *differentiate*.

Dalam tahap ini, pelanggan dibagi berdasarkan nilai, kebutuhan dan juga kebiasaan atau preferensi pelanggan dengan data-data dari tahap *identify*. Tahap ini dilakukan untuk membagi fokus perusahaan dalam memberi perlakuan yang sesuai dengan setiap kelompok yang perusahaan bagi, baik kepada orang-orang dalam komunitas maupun para pelanggan baru dan juga untuk mengetahui *customer unique* dari PT. XYZ.

Kemudian pada tahap *interact*, setelah membagi pelanggan dalam beberapa kelompok, tidak lupa juga perusahaan menjaga interaksinya dengan pelanggan. Interaksi pelanggan memiliki fokus pada program yang dibuat oleh perusahaan, yakni program PT. XYZ *Care Unit*. Dalam program tersebut, perusahaan menjaga hubungan dengan melayani keluhan pelanggan, sponsor, maupun kerja sama dengan perusahaan lainnya.

Lalu pada tahap akhir ada tahap *customize*, yang mana menjadi tahap perusahaan untuk mengeluarkan ide-ide maupun strategi yang tepat untuk memuaskan pelanggannya menyesuaikan dengan pembagian yang dilakukan pada

tahap *differentiate*. Perusahaan membuat paket-paket menu yang menyesuaikan kebutuhan para pelanggan untuk mendapatkan promosi yang disukai oleh pelanggan, perusahaan juga membuat program loyalitas berupa pengumpulan poin untuk menukarkan poin tersebut yang dikumpulkan dari setruk pembelian produk dengan makanan gratis, dan banyak perlakuan lainnya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memuaskan pelanggannya hingga membuat pelanggan menjadi loyal.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, perusahaan menemukan kekurangan dalam strategi *Customer Relationship Management* PT. XYZ, yakni kurangnya alat yang bisa mengolah data-data yang dikumpulkan perusahaan, dan juga perusahaan masih kesulitan dalam mengumpulkan data pelanggannya. Perusahaan masih terus berusaha mengembangkan cara untuk mengidentifikasi para pelanggan dan juga mengembangkan strategi *Customer Relationship Management* untuk membangun loyalitas pelanggan dan menarik pelanggan baru. Oleh sebab itu, perusahaan diharapkan untuk lebih menggerakkan penggunaan aplikasi melalui iklan promosi dan juga mengadakan paket diskon maupun menu paket spesial yang hanya bisa didapat melalui aplikasi PT. XYZ.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian berikutnya bisa menjadikan penelitian ini sebagai acuan dalam meneliti teori atau konsep lain dari perusahaan *multi-brand* dengan konsep *cloud-kitchen* lainnya.

5.2.2 Saran Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu membantu perusahaan ini untuk mengevaluasi sistem perusahaan dalam proses mengenal pelanggannya, sehingga perusahaan mampu mengidentifikasi pelanggannya dengan lebih spesifik. Kemudian dalam meningkatkan program loyalitas perusahaan, perusahaan juga perlu memperbanyak jalur bagi pelanggan untuk bisa terpicat untuk menggunakan aplikasi perusahaan, sehingga dari sana juga aplikasi perusahaan bisa lebih digunakan secara optimal dan perusahaan bisa selangkah lagi lebih dekat dengan pelanggannya.