

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Pada bab ini akan menyimpulkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai implementasi strategi CRM Shopee member dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Adanya sebuah program CRM pada sebuah perusahaan ternyata sangat penting dalam menjaga pelanggan untuk tetap setia. Program CRM dapat menjadi kunci untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Maka dari itu, Shopee melaksanakan program CRM Shopee member dengan tujuan meningkatkan *traffic* di dalam Shopee dengan cara menawarkan berbagai program yang menarik supaya pelanggan dapat menjadi puas. Jika pelanggan menjadi puas, maka dapat terbentuk loyalitas.

Pada awalnya, Shopee merancang strategi yang tepat dengan memanfaatkan *push-notifications* untuk menyebarkan program CRM Shopee member agar tersampaikan kepada pelanggan dengan baik. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, menyatakan bahwa program CRM Shopee member tidak melakukan kerja sama dengan pihak eksternal dikarenakan masalah efisiensi biaya yang membuat *budget* pemasaran menjadi diminimalisir. Jadi Shopee memanfaatkan sumber daya manusia internal yang dapat dibuktikan bahwa sudah *qualified* dalam bidangnya dan dalam sisi teknologi juga memadai hingga saat ini. Akan tetapi, tidak menutup kemungkinan untuk melakukan perubahan atau menjalin kerja sama dengan pihak eksternal. Tidak menjalin kerja sama dengan pihak eksternal, tidak membuat program CRM Shopee member ini menjadi tidak menarik, karena pihak Shopee memiliki *benefit* lainnya untuk diberikan kepada pelanggan supaya tetap loyal dengan Shopee.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Shopee menjalankan kelima tahap implementasi menurut Buttle & Maklan (2019), mulai dari mengembangkan strategi CRM hingga evaluasi performa. Akan tetapi, Shopee untuk saat ini tidak menjalankan tahap ketiga yaitu pemilihan kebutuhan dan mitra bisnis secara

spesifik dikarenakan melakukan efisiensi dalam hal pembiayaan dan akhirnya memanfaatkan keahlian sumber daya internal Shopee dalam menjalankan program CRM Shopee member.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Dengan hasil penelitian dan pembahasan, menyarankan untuk penelitian selanjutnya adalah meneliti Program CRM Shopee member dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan tujuan meneliti seberapa besar dampak yang ditimbulkan Shopee apabila tidak menggunakan pihak eksternal sebagai taktik pemasarannya. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada pelanggan- pelanggan Shopee yang terdaftar sebagai pelanggan loyal.

5.2.2 Saran Praktis

Pihak Shopee disarankan untuk tidak terlalu menekan *budget* dalam sistem pemasaran karena dapat menghambat proses perkembangan program CRM Shopee member. Selain itu adanya kerja sama dengan pihak eksternal yang tepat juga dapat membantu percepatan proses mendapatkan *profit*, dikarenakan adanya respon positif dari pengguna Shopee member yang lebih banyak dan berpengaruh besar pada keuntungan yang didapatkan.

U
M
N

U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S

M
U
L
T
I
M
E
D
I
A

N
U
S
A
N
T
A
R
A