

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa implementasi program loyalitas pelanggan di PT HIJ sebagai Perusahaan jalan tol memiliki potensi besar dalam menciptakan *revenue stream* Perusahaan. Program loyalitas pelanggan merupakan langkah awal dalam transformasi digital dengan integrasi CRM yang memungkinkan PT HIJ untuk mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan secara lebih efektif, sehingga dapat memberikan layanan yang lebih personal dan responsif. Hasil analisis menunjukkan bahwa implementasi program loyalitas pelanggan berpotensi meningkatkan kinerja perusahaan dengan indikator keuangan yang positif, seperti NPV, IRR, dan ROI yang tinggi, serta waktu pengembalian investasi yang cepat.

Beberapa faktor kunci keberhasilan penerapan program loyalitas pelanggan di PT HIJ meliputi pengelolaan data pelanggan yang terintegrasi dengan baik, pemanfaatan teknologi informasi untuk analisis data, dan strategi komunikasi yang sesuai dengan segmentasi pelanggan. Dengan mengoptimalkan data yang ada, perusahaan dapat mengidentifikasi pola perjalanan dan interaksi transaksi pelanggan, yang kemudian dijadikan dasar untuk pengambilan keputusan dalam meningkatkan layanan.

## **5.2 Limitasi dan Pengembangan Lanjutan Saran**

### **5.2.1 Limitasi atau keterbatasan pengembangan**

Meskipun penelitian ini menunjukkan hasil yang positif, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, data yang digunakan dalam analisis terbatas pada periode tertentu, sehingga mungkin tidak mencerminkan perubahan dinamika pasar yang terjadi secara terus-menerus. Kedua, implementasi CRM memerlukan investasi yang signifikan dalam infrastruktur teknologi dan pelatihan karyawan, yang bisa menjadi tantangan bagi perusahaan dengan sumber daya terbatas. Selain itu, faktor eksternal seperti perubahan kebijakan pemerintah dan kondisi ekonomi makro juga dapat mempengaruhi efektivitas strategi CRM yang diterapkan. Keterbatasan lain termasuk tingkat adopsi teknologi oleh pelanggan yang mungkin bervariasi dan mempengaruhi hasil yang diharapkan.

### **5.2.2 Saran Pengembangan Lanjutan**

Saran yang diberikan untuk pengembangan lebih lanjut meliputi beberapa aspek penting. Pertama, PT HIJ perlu terus meningkatkan kompetensi dan kreativitas dalam penggunaan data pelanggan untuk menciptakan pengalaman digital yang lebih baik. Kedua, perusahaan harus memastikan bahwa teknologi yang digunakan mendukung keseluruhan pengalaman pelanggan, mulai dari pemasaran hingga titik kontak transaksional. Ketiga, untuk meningkatkan penjualan melalui saluran digital, perusahaan dapat memanfaatkan data pelanggan untuk

mendapatkan wawasan tentang sinyal emosional yang mendorong pengalaman pelanggan.

Selain itu, penting bagi PT HIJ untuk terus melakukan evaluasi dan penyesuaian terhadap strategi pengelolaan pelanggan yang diterapkan, mengingat perkembangan lingkungan eksternal seperti perubahan kebijakan pemerintah dan persaingan pasar. Penelitian ini juga menyarankan agar PT HIJ mempertimbangkan pengembangan aplikasi digital yang lebih dikenal dan digunakan secara berkala oleh pelanggan, bukan hanya pada saat menggunakan jalan tol.

Untuk pengembangan teknologi ke depan yang dapat ditingkatkan dari hasil program loyalitas pelanggan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Pemanfaatan Big Data dan AI melalui analitik prediktif untuk memahami pola perilaku pelanggan dan memprediksi kebutuhan mereka di masa depan. Penerapan *chatbot* dan asisten virtual juga dapat dikembangkan untuk memberikan layanan pelanggan 24/7, membantu menjawab pertanyaan, memberikan informasi jalan tol dan menyelesaikan keluhan secara *real-time*.
2. *Value creation* melalui pengelolaan data tren rute pelanggan berdasarkan gerbang asal dan tujuan pelanggan serta waktu perjalanan. Dengan mengembangkan kemitraan strategis dengan pihak penyedia jasa dan layanan pendukung serta penyedia teknologi terkemuka merupakan strategi untuk tetap kompetitif dan meningkatkan *revenue stream* baru.