



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

Pada dasarnya e-CRM memang dibutuhkan oleh perusahaan untuk mengetahui bagaimana pola perilaku setiap pelanggannya dan tetap mengetahui *trend* yang ada di sekitar. Dalam pelaksanaannya e-CRM berguna untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggannya masing-masing. Dengan adanya e-CRM juga, dapat membantu perusahaan memberikan pelayanan yang berbeda-beda bagi setiap pelanggannya.

Hal ini juga berlaku pada e-CRM Tiket.com, dengan menggunakan e-CRM, Tiket.com memprediksi perilaku pelanggan dengan menggunakan data base dan histori dari transaksi pembelian setiap pelanggannya. Dalam pelaksanaannya, Tiket.com menggunakan seluruh komponen e-CRM menurut Parvatiyar & G. Shainesh, namun tidak melakukan semua aktivitas e-CRM menurut Chaffey.

Komponen e-CRM yang digunakan oleh Tiket.com adalah *customer analytic software* yaitu dengan menggunakan sistem Emarsys, selanjutnya *data mining software* yang dilakukan berdasarkan histori dari transaksi pembelian pelanggan, kemudian *campaign management software* yang menggunakan Emarsys untuk mengirimkan *e-mail* kampanye yang

berbeda-beda setiap pelanggannya berdasarkan dengan kategori, lalu *business simulation* yang dapat diakses oleh pelanggan Tiket.com melalui situs web dan juga dengan menggunakan *mobile apps*, e-CRM Tiket.com juga menggunakan *a real time decision engine* namun hanya menggunakan kotak pertanyaan pada situs web yang akan dibalas menggunakan *e-mail* dan daftar pertanyaan yang sering ditanyakan bukan berupa *live chatting*, *chatbot*, maupun *call back* karena *callback* dianggap tidak cocok untuk bisnis *online* seperti Tiket.com.

Selanjutnya untuk mendukung kepuasan pelanggan, maka Tiket.com juga mengirimkan *e-mail* promosi kepada pelanggannya untuk mendapatkan beberapa penawaran menarik dari transaksi pembelian yang sudah mereka lakukan, namun Tiket.com tidak memberikan penawaran kepada pelanggan yang baru melakukan pembelian pertama kali.

Dengan demikian Tiket.com sudah memiliki e-CRM yang dapat memberikan pelayanan yang berbeda kepada pelanggan sehingga pelanggan akan merasa terlayani dengan baik dan secara individual. Hal ini membantu Tiket.com dalam mempertahankan pelanggan mereka sampai saat ini.

5.2 Saran

Berdasarkan dengan penelitian yang telah diberikan, terdapat beberapa hal yang dapat diterapkan pada e-CRM Tiket.com, yaitu dengan

menyediakan *live chatting* yang didukung dengan tersedianya *chatbot* sehingga dapat membantu pelanggan yang kesulitan saat melakukan pemesanan tiket. Dengan adanya *live chatting* maka pelanggan akan lebih mudah berinteraksi secara langsung dengan pihak dari Tiket.com.

