



### **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

Analisis *customer retention* (Zikmund, 2003) Bayu Buana adalah sebagai berikut:

- a. Tahap *welcome strategy* yang dilakukan oleh Bayu Buana adalah pemberian kartu, pemberitahuan lewat SMS, dan promosi khusus pada periode tertentu.
- b. Tahap *reliability* ditunjukkan oleh Bayu Buana melalui pemberian keuntungan-keuntungan bagi anggota serta harga dan reputasi yang baik.
- c. Tahap *responsiveness* ditunjukkan melalui kuesioner untuk mewedahi keluhan pelanggan.
- d. Tahap *recognition* dilakukan melalui *database* BBTC sehingga Bayu Buana dapat mengetahui informasi mengenai pelanggan, seperti informasi ulang tahun atau habisnya masa berlaku paspor pelanggan.
- e. Tahap *personalization* dilakukan melalui pemberian ucapan ulang tahun dan peringatan-peringatan personal serta keuntungan-keuntungan khusus bagi pemilik BBTC Plus.

f. *Access strategy* dilakukan melalui media sosial, surel, WhatsApp, Blackberry Messenger, telepon, *travel consultants*, dan *live chat* pada situs.

*Customer relationship management (CRM)*, khususnya *customer retention*, merupakan satu-satunya program yang bertujuan mempertahankan loyalitas pelanggan. Dengan globalisasi, perkembangan teknologi, dan inovasi berbagai program lainnya, *customer retention* akan tetap terus berpengaruh dalam mempertahankan loyalitas pelanggan apabila kualitas produk, layanan, kepercayaan pelanggan, dan *unique selling proposition* dipelihara dengan baik. Justru, perkembangan teknologi dapat mendukung inovasi *customer retention* seperti adanya sistem yang mengatur data pelanggan dan munculnya saluran-saluran komunikasi yang baru.

Meskipun demikian, banyak jasa agen perjalanan yang tidak memiliki program CRM karena jajaran direksi perusahaan tidak memahami konsep CRM, memiliki pemahaman bahwa promosi merupakan satu-satunya cara untuk mempertahankan loyalitas, dan karena sistem CRM yang mahal.

## 5.2 Saran

Saran teoretis yang dapat diberikan oleh peneliti adalah adanya hubungan antara model *customer relationship management* Peppers dan Rogers dengan konsep

*customer retention* Zikmund. Mengetahui hubungan ini akan memperdalam analisa *customer retention* pada studi kasus.

Beberapa hal yang dapat diterapkan pada program Bayu Buana Travel Club (BBTC) adalah:

- a. Kategorisasi pelanggan pada tahap perencanaan berdasarkan data yang ada sehingga dapat merencanakan tahapan *customer retention* yang lebih sesuai dengan sifat pelanggan.
- b. Implementasi *welcome strategy* yang lebih spesial misalnya pemberian hadiah khusus seperti *travel pack*.
- c. Implementasi tahap *reliability* yang lebih memerhatikan layanan yang optimal.
- d. Implementasi tahap *responsiveness* yang lebih merespon pada keluhan seperti permintaan maaf dan perbaikan pada layanan.
- e. Implementasi tahap *recognition* yang lebih memanfaatkan *database* seperti melihat *buying pattern* pelanggan sehingga dapat mengetahui waktu terbaik untuk menawarkan promosi.
- f. Implementasi tahap *personalization* melalui analisa *database* yang optimal sehingga pelanggan dapat menerima informasi yang lebih dikhususkan pada pelanggan tersebut, seperti pemberian *newsletter* berisi informasi ke tempat-tempat yang belum pernah dikunjungi oleh pelanggan atau undangan pameran yang terdekat dengan rumah pelanggan. *Personalization* dapat dilakukan

melalui pemberian promosi atau program yang khusus diberikan kepada kategori pelanggan yang telah ditentukan pada tahap perencanaan.

- g. Implementasi tahap *access strategy* yang mempertimbangkan cara terbaik untuk menjangkau pelanggan melalui survei.

