BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan perancangan yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- Proses implementasi CRM dilakukan dengan cara mengoptimalkan proses bisnis manual dengan digitalisasi dengan media elektronik sehingga memberikan lebih banyak titik interaksi secara efektif dan efisien dengan nilai keakuratan data yang tinggi.
- Adanya masalah dengan cara BizNet mempertahankan pelanggan yang ada sehingga banyak pelanggan yang menutup kontrak. Walaupun cara yang ditempuh oleh marketing BizNet dalam mencari pelanggan baru cukup baik tetapi tidak dapat mempertahankan pelanggan yang sudah didapat. Dengan mengembangkan aplikasi CRM ini diharapkan dapat lebih meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.
- Berdasarkan analisa Five Competitive Forces, menunjukkan bargaining power of buyers, bargaining power of supplier dan rivalry among existing firms merupakan tekanan yang kuat yang harus diperhatikan oleh BizNet dalam hal meningkatkan posisinya dalam industri ISP ini..

- Faktor integrasi antara aplikasi dan basis data merupakan hal yang sangat penting dalam pengembangan suatu sistem CRM, terutama untuk dapat memberikan pelayanan "One Stop Service".
- Model aplikasi CRM ini berguna sebagai alat untuk membangun competitive advantage karena dalam aplikasi ini terdapat fungsi-fungsi yang sangat berguna bagi staff BizNet, pelanggan dan pelanggan internet lainnya. Fungsi-fungsi tersebut antara lain informasi perusahaan, member center, support, informasi account internet dan lain-lain. Hal ini menjadi sarana yang baik untuk berkomunikasi dengan BizNet dan menggunakan layanan BizNet dalam kegiatan sehari-hari.

5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat penulis gunakan untuk mengembangkan model CRM ini lebih lanjut adalah :

- Melakukan evaluasi terlebih dahulu dari segi nilai ekonomis, investasi yang dilakukan terhadap fasilitas-fasilitas yang akan diberikan kepada pelanggan.
- Berdasarkan analisa disarankan agar BizNet menentukan fokus kepada pelanggan mana yang harus diberikan service yang lebih baik agar mencapai nilai kepuasan pelanggan yang maksimal dan mempunyai loyalitas tinggi.
- Pengembangan fungsi-fungsi inovatif lain dalam CRM agar lebih dapat lebih unggul dari perusahaan ISP lain.