

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diolah dan dianalisis, adapun beberapa kesimpulan yang dapat dirinci yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan perhitungan RFM, pelanggan berdasarkan perilakunya dapat dikelompokkan menjadi 3 klaster:
 - a. Klaster 1 merupakan klaster dengan karakteristik sebagai *Platinum customer* atau pelanggan yang paling menguntungkan bagi perusahaan. Dengan hasil *Customer Lifetime Value* sebesar 1,8748 dan menduduki peringkat tertinggi, yang mana menunjukkan tingkat loyalitas yang lebih tinggi.
 - b. Klaster 2 merupakan klaster dengan karakteristik sebagai *Silver customer* atau pelanggan yang tidak terlalu signifikan bagi perusahaan. Dengan hasil *Customer Lifetime Value* sebesar 1,8647 dan menduduki peringkat kedua, yang mana menunjukkan dirasa belum sepenuhnya loyal namun dapat terus ditingkatkan.
 - c. Klaster 3 merupakan klaster dengan karakteristik sebagai *Lead customer* atau pelanggan yang kurang berharga dan memiliki sifat yang tidak loyal terhadap perusahaan. Dengan hasil *Customer Lifetime Value* sebesar -0,4032 dan menduduki peringkat ketiga, yang mana menunjukkan tingkat loyalitas yang paling rendah
2. Berdasarkan perhitungan COPRAS, prioritas rekomendasi strategi untuk meningkatkan nilai loyalitas pelanggan pada tiap tiap klaster adalah sebagai berikut:
 - a. Klaster 1 adalah *frequency reward program*, *bundling product*, dan *membership program*
 - b. Klaster 2 adalah *frequency reward program*, *bundling product*, dan *content marketing*, serta
 - c. Klaster 3 adalah *frequency reward program*, *bundling product*, dan *content marketing*.

Secara keseluruhan, untuk meningkatkan loyalitas UMKM Juiceyo dapat menggunakan kelima strategi yang sudah dituliskan. Dan strategi *frequency reward program* merupakan strategi yang paling efisien menurut perhitungan COPRAS karena dapat diimplementasikan ke semua klaster dengan pengaruh yang paling besar dan membutuhkan biaya yang rendah (Lampiran 9).

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan melalui penelitian ini, terbagi menjadi dua, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi UMKM Juiceyo, diharapkan dapat meningkatkan kualitas *database* dalam melakukan pembukuan transaksi penjualan baik dari penjualan *online* maupun *offline*, seperti penambahan beberapa atribut untuk kepentingan pengolahan selanjutnya. Yang mana jika dilakukan sejalan dengan lebih memperhatikan serta mengembangkan *Customer Relationship Management* maka akan meningkatkan loyalitas dan keberlanjutan usaha.
2. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan mempertimbangkan penilaian dari toko yang berkecimpung di *dunia Food & Beverage* dengan pengalaman yang lebih lama. Hal ini dapat menyebabkan penelitian memiliki kecondongan pada perspektif tertentu saja. Dan juga dapat penelitian dapat lebih dijabarkan secara lebih detail mulai dari pasar yang ditargetkan, pendekatan yang dilakukan, hingga kanal yang akan digunakan.