

BAB 5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berhasil menghasilkan rancangan implementasi Customer Relationship Management (CRM) menggunakan model IDIC (Identify, Differentiate, Interact, dan Customize) pada sistem informasi berbasis website untuk Dapur Printing. Rancangan implementasi tersebut disusun dengan menerjemahkan setiap tahapan dalam model IDIC ke dalam fitur-fitur sistem yang saling terintegrasi. Tahap Identify diimplementasikan melalui penyimpanan dan pengelolaan data pelanggan serta histori transaksi pelanggan. Tahap Differentiate diterapkan melalui segmentasi pelanggan berdasarkan nilai menggunakan metode RFM (Recency, Frequency, Monetary) serta berdasarkan kebutuhan melalui analisis histori transaksi pelanggan. Tahap Interact diwujudkan melalui fitur pengajuan keluhan pelanggan beserta pemberian respons atau umpan balik dari perusahaan. Selanjutnya, tahap Customize diimplementasikan melalui pemberian voucher sesuai dengan segmen pelanggan serta penyajian produk yang dipersonalisasi berdasarkan aktivitas transaksi pelanggan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model IDIC dapat digunakan sebagai landasan dalam merancang sistem informasi CRM dengan cara mengimplementasikan setiap tahapannya ke dalam fitur-fitur sistem sesuai dengan tujuan dan karakteristik masing-masing aspek pada model IDIC.

Penelitian ini juga berhasil merancang dan mengimplementasikan sistem informasi CRM berbasis website berdasarkan rancangan implementasi CRM menggunakan model IDIC yang telah disusun sebelumnya. Sistem yang dikembangkan mampu mendukung pengelolaan hubungan pelanggan secara lebih terstruktur, terarah, dan terintegrasi melalui berbagai fitur, seperti pengelolaan produk, transaksi pemesanan, pengelolaan pelanggan, segmentasi pelanggan, pengelolaan voucher, pengajuan dan penanganan keluhan pelanggan, serta dashboard analisis transaksi dan pelanggan. Selain itu, sistem juga mendukung pengelolaan operasional berbasis multi-role yang melibatkan pelanggan, karyawan, admin, dan owner sesuai dengan hak akses masing-masing pengguna. Penggunaan metode pengembangan Prototype juga terbukti mendukung proses pengembangan sistem secara fleksibel melalui tahapan evaluasi dan penyempurnaan yang dilakukan secara bertahap sesuai kebutuhan pengguna. Sementara itu, pemanfaatan React JS, Node.js, Express.js, dan MySQL juga terbukti mampu mendukung implementasi sistem berbasis website yang responsif, terstruktur, serta mampu mengintegrasikan pengelolaan data, logika bisnis, dan antarmuka pengguna secara optimal.

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan metode Black Box Testing, seluruh skenario pengujian pada setiap aktor, yaitu pelanggan, karyawan, admin,

dan owner, berhasil dijalankan dengan tingkat keberhasilan sebesar 100%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh kebutuhan fungsional sistem telah terpenuhi dan setiap fitur yang dikembangkan dapat berfungsi sesuai dengan rancangan yang telah ditetapkan. Dengan demikian, sistem informasi yang dikembangkan dinilai layak digunakan untuk mendukung pengelolaan hubungan pelanggan di Dapur Printing serta mampu mengimplementasikan rancangan CRM menggunakan model IDIC secara fungsional.

Secara keseluruhan, penelitian ini tidak hanya menghasilkan sistem informasi CRM berbasis website, tetapi juga menghasilkan suatu rancangan implementasi Customer Relationship Management (CRM) menggunakan model IDIC yang menunjukkan bagaimana setiap konsep dalam model tersebut dapat diterjemahkan menjadi fitur-fitur sistem yang saling terintegrasi. Rancangan implementasi tersebut diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengembangan sistem informasi CRM pada organisasi atau perusahaan lain yang memiliki karakteristik permasalahan serupa. Selain itu, sistem yang dikembangkan juga diharapkan mampu membantu Dapur Printing dalam meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan, memahami karakteristik pelanggan secara lebih baik, memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas serta nilai pelanggan, dan mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat berdasarkan data pelanggan yang tersedia dalam sistem.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan perancangan serta implementasi sistem yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat digunakan sebagai bahan pengembangan lebih lanjut, antara lain sebagai berikut:

1. Sistem yang telah dirancang dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan fitur notifikasi otomatis, seperti notifikasi status pesanan melalui email atau WhatsApp, sehingga interaksi antara perusahaan dan pelanggan dapat menjadi lebih efektif.
2. Pengembangan selanjutnya dapat menambahkan fitur konsultasi atau customer service berbasis chat secara langsung pada website agar pelanggan dapat melakukan komunikasi dan konsultasi kebutuhan percetakan secara lebih cepat dan interaktif tanpa harus menggunakan aplikasi pihak ketiga.
3. Pengembangan sistem dapat dilakukan dengan integrasi jasa pengiriman barang atau kurir agar memudahkan pelanggan dalam melakukan penerimaan produk yang dipesan.
4. Sistem dapat dikembangkan dengan mekanisme pemilihan cabang otomatis berdasarkan lokasi pelanggan, estimasi waktu pengerjaan, maupun pemerataan beban kerja antar cabang, sehingga proses distribusi pesanan dapat dilakukan secara lebih efisien dan optimal.

5. Pengembangan berikutnya dapat mengintegrasikan sistem dengan pengelolaan stok barang dan proses operasional lainnya, sehingga sistem tidak hanya berfungsi sebagai *Customer Relationship Management* (CRM), tetapi juga dapat berkembang menuju integrasi *Supply Chain Management* (SCM) maupun *Enterprise Resource Planning* (ERP) secara lebih menyeluruh.
6. Pengembangan selanjutnya dapat menambahkan fitur rekomendasi produk berbasis perilaku pelanggan atau metode *machine learning* untuk meningkatkan personalisasi layanan kepada pelanggan.
7. Sistem dapat dikembangkan dalam bentuk aplikasi mobile agar pelanggan maupun pihak perusahaan dapat mengakses layanan sistem secara lebih fleksibel dan mudah melalui perangkat *smartphone*.
8. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan analisis pelanggan yang lebih mendalam dengan mengombinasikan metode RFM dengan metode *data mining* atau *clustering* lainnya untuk menghasilkan segmentasi pelanggan yang lebih optimal.