

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian, analisis dan perancangan maka disimpulkan bahwa:

1. Sistem informasi yang telah dirancang dan dibangun di Toko Gading Petshop berhasil mengimplementasikan konsep *Customer Relationship Management* (CRM) secara fungsional. Penerapan fitur-fitur seperti manajemen data pelanggan, riwayat transaksi, dan pemesanan produk secara online terbukti dapat meningkatkan efisiensi transaksi serta mempermudah pelanggan dalam memperoleh produk tanpa harus datang langsung ke toko. Hal ini memperlihatkan peran CRM dalam menciptakan pelayanan yang lebih cepat, akurat, dan nyaman bagi pelanggan.
2. Fitur-fitur sistem yang dikembangkan, seperti membership pelanggan, pencatatan pembelian, dan promosi digital, memungkinkan pengelolaan hubungan dengan pelanggan secara lebih terstruktur. Berdasarkan hasil pengujian, sistem ini mampu mempercepat proses pemesanan dan mempermudah pengelolaan stok serta pelaporan penjualan. Strategi CRM yang diterapkan terbukti dapat mendukung toko dalam memahami perilaku pelanggan serta meningkatkan loyalitas mereka terhadap produk dan layanan yang ditawarkan.

3. Website yang dibangun tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi juga sebagai sarana membangun kedekatan dan komunikasi personal dengan pelanggan. Fitur notifikasi promosi, informasi produk, dan katalog digital berperan dalam menyampaikan informasi yang relevan dan menarik bagi pelanggan. Dengan demikian, sistem CRM ini terbukti efektif dalam menarik pelanggan baru,
4. mempertahankan pelanggan lama, dan secara keseluruhan meningkatkan kualitas hubungan antara toko dan pelanggannya.

5.2. Saran (*Suggestion*)

Adapun saran yang dapat diberikan untuk mengembangkan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pemilik Toko Gading Petshop:

- a. Disarankan agar pemilik toko secara rutin memperbarui data stok dan penjualan agar sistem CRM dapat berjalan akurat dan optimal.
- b. Sebaiknya pemilik memanfaatkan sistem CRM tidak hanya untuk pencatatan, tetapi juga sebagai alat analisis penjualan dan perilaku pelanggan untuk mengambil keputusan bisnis.
- c. Direkomendasikan untuk memanfaatkan fitur laporan penjualan dan data pemesanan dalam sistem sebagai dasar dalam menyusun strategi pemasaran dan pengelolaan inventori.

2. Bagi Penulis:

- a. Disarankan untuk terus mengembangkan pemahaman tentang CRM dan teknologi pendukung lainnya guna mendalami integrasi sistem yang lebih kompleks.
- b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi awal untuk penelitian lanjutan dengan menambahkan fitur seperti chatbot, rekomendasi produk otomatis, atau integrasi marketplace.
- c. Penulis juga disarankan untuk menguji sistem lebih luas secara langsung di lingkungan toko untuk menilai efektivitas nyata dari implementasi CRM.

3. Bagi Customer:

- a. Customer diharapkan dapat memanfaatkan sistem secara aktif, misalnya dengan mendaftar sebagai member agar bisa menikmati fitur tambahan seperti diskon, gratis ongkir, atau poin loyalitas.
- b. Diharapkan customer dapat memberikan feedback melalui sistem sebagai bahan evaluasi dan perbaikan pelayanan di masa depan.
- c. Sebaiknya customer menggunakan fitur pencarian produk dan detail informasi agar pengalaman berbelanja menjadi lebih efisien dan nyaman.