BAB V
SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan *(Conclusion)*

Berdasarkan hasil penelitian dan pengembangan sistem yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Penerapan metode RFM (Recency, Frequency, Monetary) dalam sistem CRM Analytics berhasil membantu Winner Cafe dalam menganalisis perilaku pelanggan berdasarkan seberapa baru mereka bertransaksi, seberapa sering mereka membeli, dan berapa besar nilai transaksinya. Hasil klasifikasi ini memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai segmentasi pelanggan untuk keperluan strategi pemasaran.
2. Integrasi sistem CRM Analytics berbasis web memudahkan pihak manajemen dalam memantau dan mengelola data pelanggan secara real-time. Sistem ini memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih cepat dan terukur, terutama dalam menentukan prioritas pelanggan potensial untuk program loyalitas, promosi, atau pelayanan khusus.
3. Penggabungan metode RFM dengan teknik clustering seperti K-Means menghasilkan segmentasi pelanggan yang lebih spesifik, seperti pelanggan bronze, silver, gold dan platinum. Hal ini menjadi dasar strategis dalam menentukan pendekatan pemasaran yang berbeda untuk setiap kategori pelanggan.
4. Sistem CRM ini juga mampu menyajikan laporan analisis pelanggan, produk, dan aktivitas penjualan secara interaktif dan informatif, yang dapat menjadi alat bantu penting dalam evaluasi dan perencanaan strategi pemasaran Winner Cafe ke depannya.

5.2 Saran (Sugestion)

Berikut beberapa saran yang dapat diberikan berdasarkan kesimpulan penelitian ini:

1. Pembaruan data dan peninjauan ulang variabel RFM secara berkala perlu dilakukan agar segmentasi pelanggan tetap relevan dengan kondisi aktual. Pola pembelian pelanggan bisa berubah dari waktu ke waktu sehingga sistem perlu adaptif terhadap dinamika tersebut.
2. Pelatihan dan sosialisasi penggunaan sistem CRM Analytics kepada staf dan manajemen sangat disarankan. Hal ini penting agar seluruh pengguna dapat memahami alur kerja sistem serta memaksimalkan fungsi-fungsi yang tersedia dalam proses pengambilan keputusan pemasaran.
3. Pengembangan fitur tambahan seperti feedback pelanggan, sistem notifikasi, dan integrasi dengan media sosial atau POS (Point of Sale) dapat dipertimbangkan pada tahap selanjutnya untuk memperkaya data analisis dan meningkatkan efektivitas sistem secara menyeluruh.
4. Evaluasi kinerja sistem secara berkala, baik dari sisi teknis maupun fungsional, perlu dilakukan guna memastikan sistem tetap optimal dan mampu mendukung strategi pemasaran jangka panjang Winner Caffe