



Rancang Bangun Aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) dalam Membangun Loyalitas Pelanggan UMKM

¹Any Saroh Dwisono, ²Iin Ernawati
^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Alamat Surat
Email: anysd@upnvj.ac.id, iinernawati@upnvj.ac.id

Article History:

Diajukan: 13 April 2023; Direvisi: 25 April 2023; Accepted: 28 April 2023

ABSTRAK

Dalam bisnis, para pemilik perusahaan hendaknya memanfaatkan momen tersebut untuk menambah nilai bagi pengembangan bisnisnya. Salah satu kesalahan pada bisnis UKM yaitu masih belum banyak dalam melibatkan emosi pada *customer*, hingga strategi promosi pelaku UKM saat ini hanya sebatas memperkenalkan kelebihan produknya tanpa memahami kebutuhan juga perasaan pelanggan. Tantangan pemasaran ini merupakan metode terobosan yang digunakan UMKM untuk menjaga hubungan baik bersama pelanggan dan membangun loyalitas mereka melalui pengetahuan dan *respon* yang cepat terhadap kebutuhan pelanggan. Cara menerapkan ide CRM dengan aplikasi *website* dimana dapat memberikan informasi terkait kebutuhan pelanggan sebagai peningkatan kepuasan pelanggan. Sistem yang dibangun berupa *Electronic Customer Relationship Management* (e-CRM) berbasis *website*. Sehingga diharapkan adanya hubungan komunikasi yang baik dengan pelanggannya dari pihak *stakeholder* khususnya manajemen, yang bertujuan sebagai solusi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan menjaga loyalitas pelanggan Cistik Resep Eyang.

Kata kunci: UMKM, Loyalitas Pelanggan, Aplikasi CRM, *Customer Relationship Management* (CRM)

ABSTRACT

In business, company owners should take advantage of this moment to add value to their business development. One of the mistakes in the UKM business is that there is still not much emotion involved in the customer, so the current promotion strategy of UKM is only limited to introducing the advantages of their products without understanding the needs and feelings of customers. This marketing challenge is a breakthrough method used by UMKM to maintain good relationships with customers and build their loyalty through knowledge and rapid response to customer needs. How to implement CRM ideas with website applications which can provide information related to customer needs as an increase in customer satisfaction. The system built is a website-based Electronic Customer Relationship Management (e-CRM). So it is hoped that there will be a good communication relationship with its customers from stakeholders, especially management, which aims as a solution to improve service quality and maintain customer loyalty Cistik Resep Eyang.

Keywords: *UMKM, Customer Loyalty, CRM Application, Customer Relationship Management (CRM)*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan pemasaran yang begitu cepat membutuhkan sebuah perusahaan untuk mempertahankan hubungan dengan *customer*. Sayangnya menurut [5] salah satu kesalahan

pada bisnis UKM yaitu masih belum banyak dalam melibatkan emosi pada *customer*, hingga strategi promosi pelaku UKM saat ini hanya sebatas memperkenalkan kelebihan produknya tanpa memahami kebutuhan juga perasaan pelanggan. Akibatnya, pelanggan kurang tertarik pada apa yang ditawarkan, dan lebih tertarik pada produk lain dimana layanan mereka lebih terjamin. Menurut Jannah (2019) dalam [1] tertulis bahwa loyalitas pelanggan mengacu pada perilaku setia serta komitmen yang sudah diberikan *customer* pada perusahaan atau instansi untuk membeli produk dan jasa yang dimana memberikan kepuasan akan kebutuhan dan harapan pelanggan.” Dengan pernyataan tersebut membuktikan hubungan jangka panjang sangat penting antara UMKM dan pelanggan. Tantangan pemasaran ini merupakan metode terobosan yang digunakan UMKM untuk menjaga hubungan baik bersama *customer* dan membangun loyalitas mereka melalui pengetahuan dan *respon* yang cepat terhadap kebutuhan *customer*.

Tidak dipungkiri, menurut [4] UMKM dapat terbantu dengan adanya aplikasi CRM seperti produk menjadi berkembang yang didasari pada pengetahuan yang lengkap mengenai harapan pelanggan, persaingan bisnis dan dinamika pasar. Menurut Kumar pada [1] Aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) adalah langkah strategi dalam memilih pelanggan untuk dilayani oleh perusahaan dengan membentuk hubungan yang paling menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan dengan tujuan saat ini dan masa depan adalah untuk mengandalkan nilai pelanggan bagi perusahaan. CRM melibatkan otomatisasi sistem informasi dalam peningkatan proses bisnis yang memprioritaskan kesetiaan pelanggan seperti pada penjualan, pemasaran dan layanan *customer* sehingga signifikan berdampak pada tingkat kepuasan *customer* dan kualitas pelayanan di UMKM.

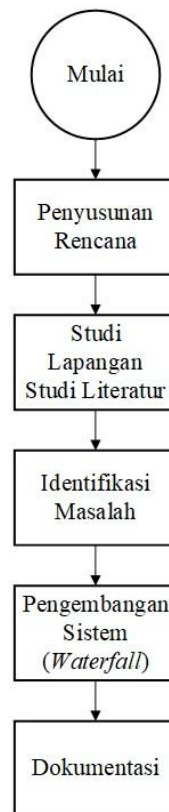
Cistik Resep Eyang yang diresmikan sejak tahun 2013, merupakan UMKM daerah Slipi Jakarta Barat didirikan untuk meningkatkan perekonomian kreatif masyarakat pada bidang penjualan makanan ringan atau camilan. Perkembangan yang meningkat pada bisnis penjualan saat ini adalah usaha penjualan makanan. Cistik Resep Eyang hanya menjual salah satu jenis makanan ringan yaitu cistik. Pada perhitungan manual dari data pelanggan selama tiga bulan pada tahun 2021 didapat hasil persentase pada bulan Mei 3.63%, pada bulan Juni 4.16%, pada bulan Juli 3% untuk pelanggan yang melakukan transaksi secara berulang.

Tujuan dari program CRM dalam UMKM adalah mempertahankan pelanggan dan membangun loyalitas pelanggan. Untuk itu perlu adanya hubungan komunikasi yang baik dengan pelanggannya dari pihak *stakeholder* khususnya manajemen, yang bertujuan sebagai solusi untuk mengukur tingkat kepuasan pelayanan dan menjaga loyalitas pelanggan. Jika Cistik Resep Eyang dapat memahami pelanggan dan memberikan kepuasan, kepercayaan hingga pelanggan mengeluarkan pendapat positif tentang Cistik Resep Eyang, maka solusi tersebut membuat pelanggan setia. Sehingga penelitian ini bertujuan pada UMKM Cistik Resep Eyang dapat memperbaiki pelayanan sesuai kebutuhan masyarakat serta mengukur kepuasan dan kepercayaan *customer*. Karena itu, peneliti memutuskan untuk melakukan analisa dan perancangan terkait kebutuhan pelanggan melalui suatu aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) dalam membangun loyalitas pelanggan Cistik Resep Eyang.

2. METODE

2.1 Alur Penelitian

Adapun alur yang akan dilakukan pada penelitian ini:



Gambar 1. Alur Penelitian

2.2 Tahapan Pengembangan

a. Pemodelan Sistem

Tahap awal seluruh kebutuhan sistem yang akan dibangun digabungkan serta dicatat pada dokumen spesifikasi kebutuhan.

b. Analisis Kebutuhan

Tahap ini dilakukan pembuatan rancangan kebutuhan yang akan diimplementasikan sistem dan menjadi acuan dalam membangun aplikasi berkonsep CRM (*Customer Relationship Management*) pada UMKM Cistik Resep Eyang.

c. Desain Sistem

Tahap desain dilakukan untuk mengatur jalan sistem dan membantu arsitektur sistem secara keseluruhan seperti mengelola *file basis data* pada Cistik Resep Eyang menggunakan UML (*Unified Modelling Language*) sebagai *Tools* pemodelan rancangan sistem berorientasi objek.

d. Coding dan Testing

Tahap selanjutnya adalah tahap pengkodean sistem dengan menulis kode program menggunakan bahasa pemrograman yang sesuai, serta tahap *Testing* untuk mengecek apakah sistem berfungsi dengan baik.

e. Implementasi dan Pengujian

Hasil sistem yang sudah dirancang akan diujikan langsung pada sistem tersebut dengan menggunakan *blackbox testing*.

f. Pemeliharaan Sistem

Sistem informasi yang sudah terselesaikan, dijalankan serta diberikan pada pengguna untuk dilakukan pemeliharaan rutin jika terdapat *error* atau ingin menambah fitur.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan *survey* yang diperoleh pelanggan, menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan masih belum sesuai kebutuhan, sehingga ditawarkan sebuah solusi berupa sistem pengelolaan hubungan pelanggan pada usaha Cistik Resep Eyang yang dapat mengukur tingkat kepuasan pelayanan, menjaga loyalitas pelanggan serta mempermudah pihak manajemen membuat laporan evaluasi keputusan *customer*. Proses perancangan sistem ini dibutuhkan karena sistem yang berjalan belum terkomputerisasi sehingga mengalami masalah dalam aliran proses.

3.1. Identifikasi Masalah (Metode PIECES)

Setelah memahami sistem berjalan, peneliti melakukan analisis lain untuk mendapatkan masalah utama dan meningkatkan sistem lama dengan menggunakan metode PIECES. Untuk lebih jelas, sebagai berikut:

a. *Performance*

Kurangnya wadah penyampaian keluhan atau usulan pelanggan tentang pelayanan dan proses penjualan sehingga pelayanan yang diberikan masih belum sesuai kebutuhan pelanggan, contohnya seperti *owner* ingin melihat kembali keluhan dan usulan pelanggan musti harus membuka media sosial dan mencari satu per satu nama pelanggan. Selain itu, kegiatan pada pengisian kuesioner masih menggunakan aplikasi pihak ketiga sehingga membutuhkan waktu cukup lama agar mendapatkan responden. Dan pengarsipan data masih menggunakan aplikasi *Microsoft Excel*.

b. *Information*

Kurang jelas dalam pemberian informasi mengenai pengisian kuesioner seperti kapan waktu pengisian, siapa responden yang harus mengisi dan bagaimana caranya. Maka akan menyebabkan masalah pada waktu. Selain itu hanya mengetahui tingkat kepuasan pelanggan disaat pelanggan melakukan pembelian berulang.

c. *Economic*

Dengan berjalannya sistem lama tidak terlibat masalah dalam hal *economic* dan sudah cukup baik. Pada sistem baru nantinya tidak mempengaruhi hal *economic*.

d. *Control*

Kuesioner yang dikembangkan seperti aplikasi website akan langsung merekam data responden. Kemudian akan menampilkan secara realtime agar *owner* lebih mudah dalam memperluas pemasaran, menghimpun lebih banyak data kepuasan dari pelanggan terhadap produk yang dijual dan pengambilan keputusan.

e. *Efficiency*

Ketika *survey* kuesioner dibagikan ke pelanggan akan dibutuhkan usaha dan menggunakan banyak waktu untuk mendapatkan responden.

f. *Service*

Dalam proses penilaian pelanggan untuk kepuasan masih berpacu pada aplikasi pihak ketiga yaitu *kuesio.com* yang dimana Cistik Resep Eyang memiliki pelanggan yang cukup banyak, akan lebih baik mempunyai aplikasi sendiri dalam pengelolaan hubungan pelanggan.

3.2. Rancangan Sistem Usulan

3.2.1. Pemodelan Sistem

Dimulai dengan sumber data akan diperoleh dari aplikasi *web* ini. Data yang digunakan oleh penulis berupa data kuesioner dan *report* komplain.

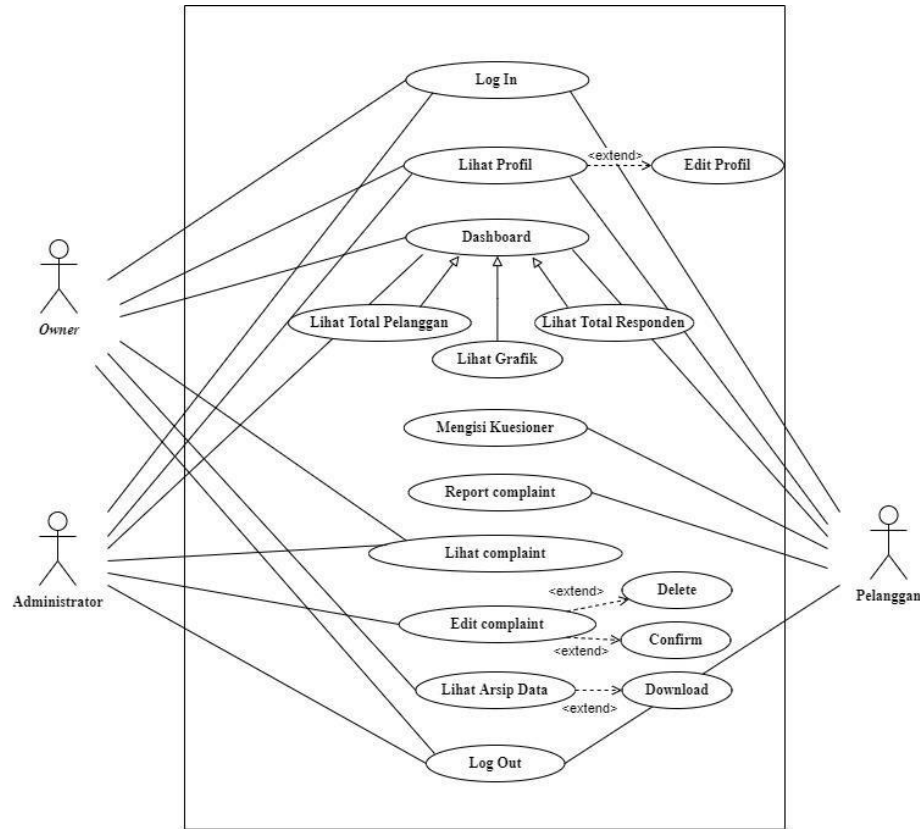
a. Data Kuesioner

Pada kuesioner akan ada skala penilaian SS = sangat setuju = 5, S = setuju = 4, N = netral = 3, TS = tidak setuju = 2 dan STS = sangat tidak setuju = 1. Pada data tersebut akan digunakan, diolah dan ditunjukkan sebagai sumber data grafik.

b. Data Komplain

Pada *report* komplain oleh pelanggan disimpan sistem untuk menentukan keputusan pemilik dan menanggapi keluhan pelanggan.

3.2.2. Usecase Diagram



Gambar 2. Usecase Diagram Aplikasi CRM Cistik Resep Eyang

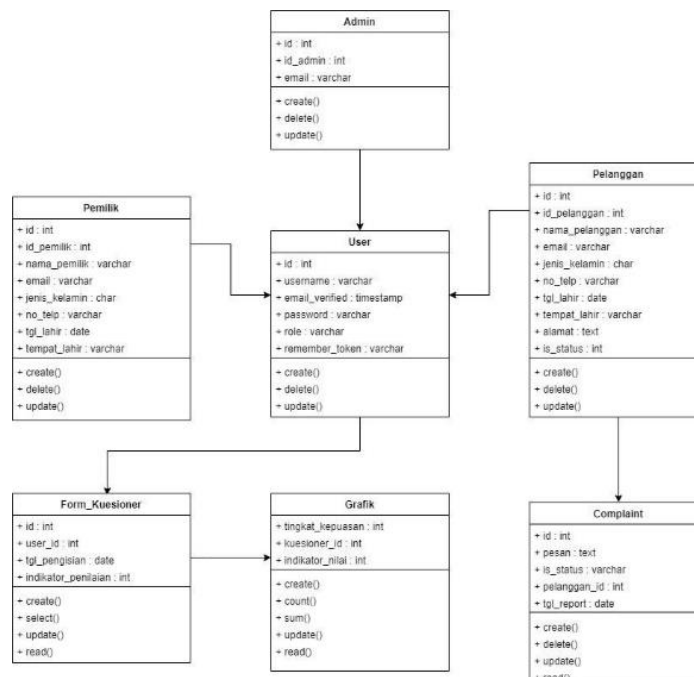
Tabel 1. Pendefinisian Aktor

No	Nama Aktor	Deskripsi
1	Pemilik	Pemilik sebagai pengguna aplikasi bertugas memantau penjualan dan pelayanan dan pengambil keputusan dengan tujuan meningkatkan penjualan dan pelayanan dengan tepat.
2	Pelanggan	Pelanggan sebagai pengguna aplikasi bertugas menilai tingkat loyalitas mereka dan mengeluarkan usulan atau keluhan tentang produk dan pelayanan Cistik Resep Eyang dengan posisi sebagai responden.
3	Admin	Admin sebagai pengguna aplikasi bertugas mengelola data dan mengawasi dan pemeliharaan pada sistem.

Tabel 2. Pendefinisian Use Case

No	Nama Aktor	Deskripsi
1	Login	Untuk mendapatkan akses masuk pada sistem. Aktor akan <i>input username</i> dan <i>password</i> kemudian sistem akan validasi.
2	Registrasi	Untuk pendaftaran akun. Aktor akan input data diri kemudian terverifikasi oleh sistem dan simpan data aktor.
3	Lihat Profil	Untuk melihat profil pengguna. Pengguna akan melihat data diri seperti nama, email, alamat, No.Telepon, tempat tanggal lahir.
4	Edit Profil	Untuk melakukan perubahan data diri aktor.
5	Lihat Dashboard	Aktor melihat hasil pengolahan kuesioner pada aplikasi seperti jumlah pelanggan serta grafik.
6	Mengisi Kuesioner	Untuk dilakukan pengisian kuesioner oleh pelanggan.
7	Report Complaint	Pelanggan memberi pesan dengan isi keluhan atau usulan terhadap produk dan disimpan pada sistem.
8	Lihat Complaint	Pemilik dan admin akan melihat semua pesan keluhan pelanggan yang telah tersimpan dalam sistem.
9	Edit Complaint	Admin melakukan edit pada halaman <i>Complaint</i> terkait keluhan pelanggan dengan memberikan konfirmasi.
10	Lihat Arsip Data	Pemilik akan mengecek hasil rekap kuesioner oleh sistem.
11	Download Data	Pemilik melakukan download data hasil rekap kuesioner pada sistem
12	Log Out	Aktor keluar dari sistem setelah selesai menggunakan.

3.2.3. Class Diagram



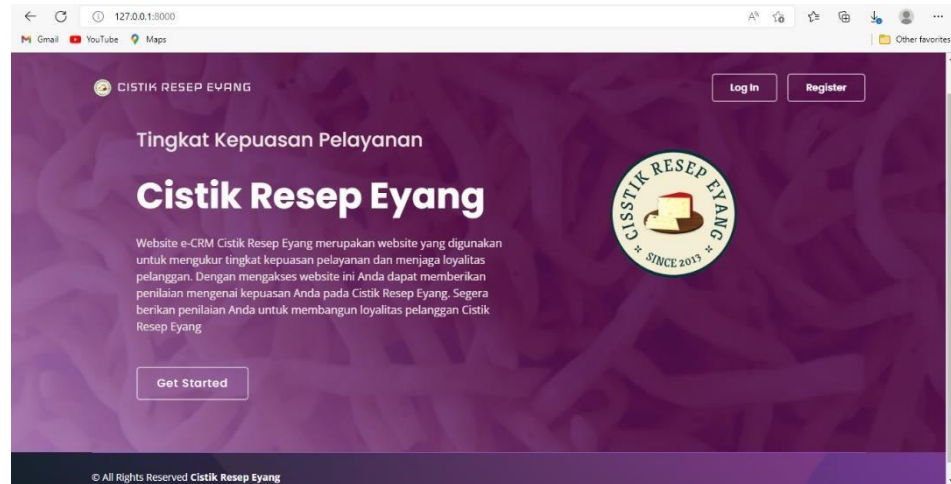
Gambar 3. Class Diagram Usulan

3.2.4. Implementasi Sistem

1. Tampilan untuk *Public* (pengunjung, pelanggan, pemilik, admin)

a. *Landing Page*

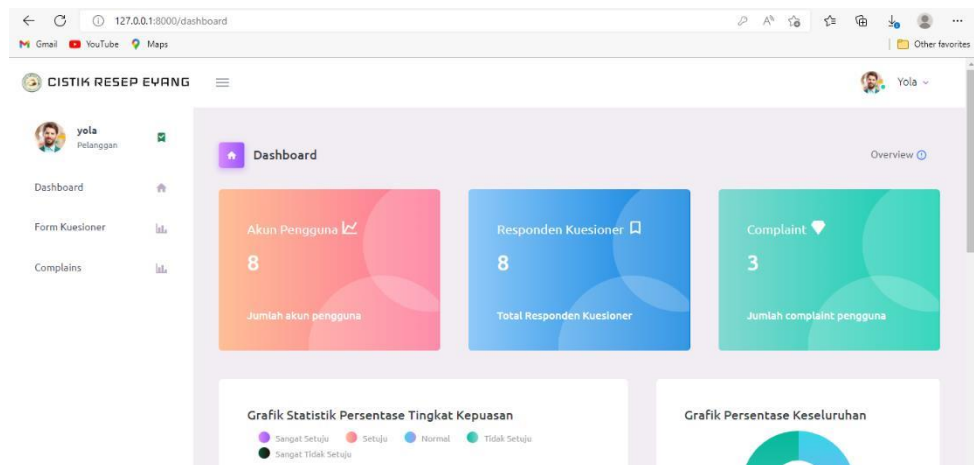
Halaman *Landing Page* merupakan halaman awal bersifat umum yang dapat dilakukan pengguna atau pengunjung dalam melakukan akses pada *website* ini.



Gambar 4. Halaman *Landing Page*

b. *Dashboard*

Halaman *Dashboard* merupakan halaman bersifat umum yang dapat dilakukan pengguna atau pengunjung untuk melihat grafik tingkat loyalitas pelanggan pada usaha Cistik Resep Eyang.



Gambar 5. Halaman *Dashboard*

2. Tampilan untuk Pelanggan

a. *Form Kuesioner*

Halaman ini menampilkan beberapa aspek pertanyaan agar pelanggan dapat memberikan nilai terkait penjualan dan pelayanan di Cistik Resep Eyang untuk mengetahui tingkat loyalitas pelanggan dan hasilnya dapat dilihat pada *dashboard* grafik.

Gambar 6. Halaman *Form Kuesioner*

b. *Report Complaint*

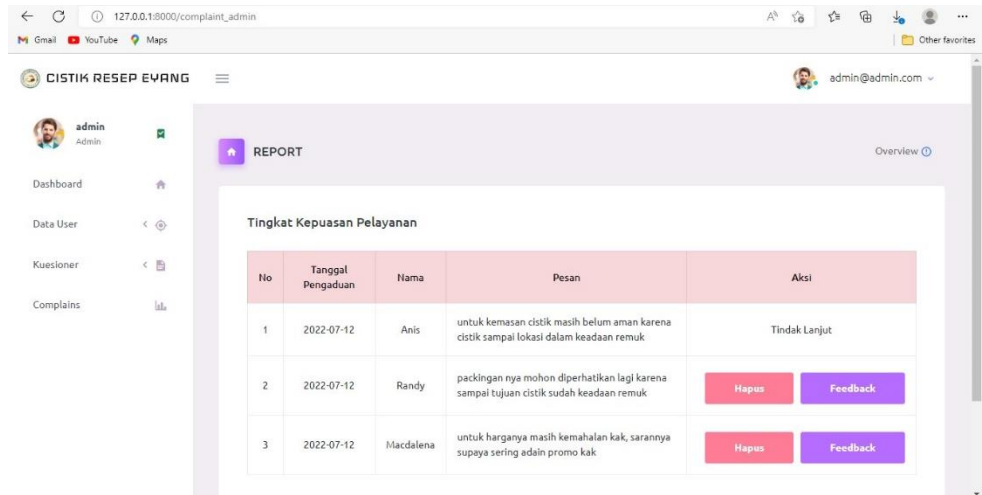
Halaman ini menampilkan *form* keluhan yang digunakan oleh pelanggan untuk mengeluarkan pendapat atau melapor keluhan terkait penjualan dan pelayanan Cistik Reep Eyang.

Gambar 7. Halaman *Form Report Complaint*

3. Tampilan untuk Admin

a. *Edit Complaint*

Halaman ini menampilkan keluhan pelanggan yang digunakan oleh admin untuk mengelola data komplain dengan memilah komplain tersebut sebagai konfirmasi keluhan benar oleh sistem memberikan keterangan tindak lanjut atau admin dapat menghapus keluhan jika keluhan tersebut tidak sesuai. Sehingga langsung dilihat oleh pemilik keluhan yang benar.

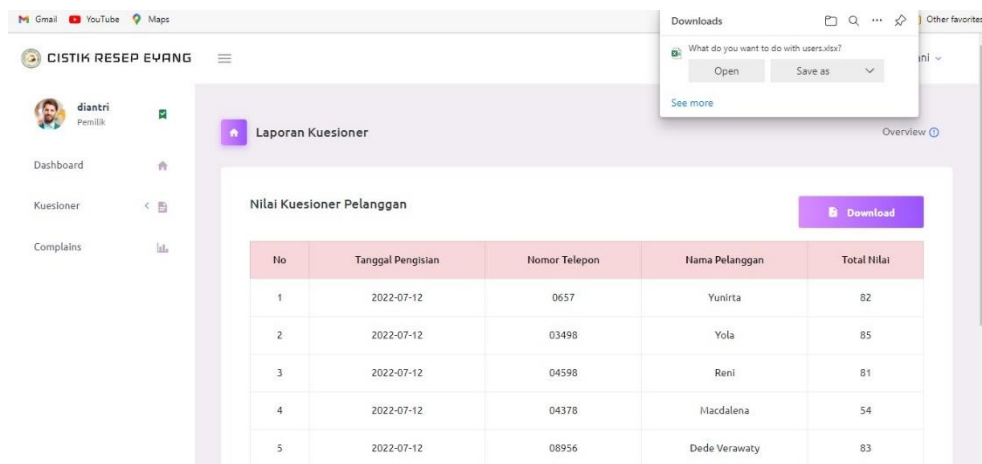


Gambar 8. Halaman *Edit Complaint*

4. Tampilan untuk Pemilik

a. *Download Data*

Halaman ini menampilkan data-data *form* kusioner yang telah diisi oleh pelanggan. Dan hanya dapat diakses oleh pemilik Cistik Resep Eyang. Data tersebut dalam bentuk *excel*.



Gambar 9. Halaman *Download Data*

3.2.5. *Blackbox Testing*

Dalam proses uji coba sistem ini dapat dilakukan menggunakan metode *Blackbox Testing* yang dimana dapat fokus pada fungsional sistem sehingga mengetahui semua fitur-fitur dapat berjalan sesuai perancangan dan tidak mengalami kesalahan atau terdapat *bug* pada *website* CRM Cistik Resep Eyang.

Tabel 3. *Blackbox Testing*

No	Skenario Pengujian	Test Case	Hasil yang diharapkan	Hasil Pengujian	Kesimpulan
1	Registrasi	Aktor <i>input field</i> yang dibutuhkan saat registrasi akun	sistem menampilkan halaman login	sesuai harapan	valid
2	Log In	Aktor <i>input field</i> <i>username</i> dan <i>password</i> yang telah didaftarkan	sistem menampilkan halaman utama <i>dashboard</i>	sesuai harapan	valid
3	<i>Input username</i> dan <i>Password</i> tidak sesuai	username: elsanur password: elss223	sistem menampilkan alert "login gagal"	sesuai harapan	valid
4	Mengubah <i>form profile</i> dengan sesuai	username: anis email: anis@admin.com	Sistem tampil alert "edit data berhasil"	sesuai harapan	valid
5	Mengubah data melebihi jumlah char yang telah ditentukan	No.Telp pemilik : 0812345654544409	sistem mengalami error	sesuai harapan	valid
6	Form kuesioner	memilih option pada jawaban soal	sistem menampilkan pesan "terima kasih Anda sudah mengisi kuesioner"	sesuai harapan	valid
7	Form complaint	Pesan:	sistem menampilkan alert "berhasil terkirim"	sesuai harapan	valid
8	Menanggapi <i>complaint</i> yang masuk	<i>Feedback</i>	sistem menampilkan alert "complaint diterima"	sesuai harapan	valid
9	Menghapus <i>complaint</i> yang tidak sesuai	<i>Delete</i>	sistem menampilkan pop up alert "Apakah Anda akan menghapus data?" dan terhapus	sesuai harapan	valid
10	<i>Download file complaint</i> dan kuesioner	<i>Download</i>	sistem mengunduh dokumen	sesuai harapan	valid

4. SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian dan pengembangan sistem ini didasarkan pada hasil analisis yang dilakukan Usaha Cistik Resep Eyang dalam membangun aplikasi *web CRM* sebagai peningkatan loyalitas pelanggan bahwa dapat meningkatkan hubungan antara penjual dengan pelanggan memanfaatkan bantuan sistem informasi *Customer Relationship Management (CRM)*.

Kedua, dihasilkan fitur utama dari aplikasi *web CRM* ini yang dapat mempertahankan pelanggan serta menarik pelanggan baru, ialah fitur kuesioner yang dapat diisi oleh pelanggan untuk mengevaluasi kualitas layanan. Selain itu, fitur bantuan yang dimanfaatkan pengguna untuk *complaint* dan memberikan informasi terkait kendala yang mereka hadapi.

Dan kesimpulan yang terakhir, dapat menampilkan grafik hasil kuesioner, dapat dilihat kepuasan pelanggan, sehingga penjual dapat memperbaiki pelayanan dan meningkatkan rasa nyaman dan puas pelanggan. Menurut parameter sistem informasi, sistem ini dirancang untuk memberikan informasi secara cepat, akurat dan tepat waktu.

Untuk kemajuan dan perkembangan pada sistem ini, adapun saran yang dapat disampaikan berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, perlu menambahkan macam-macam fitur yang lebih lengkap untuk kebutuhan penjualan dan menambah kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan semakin setia pada Cistik Resep Eyang. Selain pengujian *software*, perlu dilakukan pengujian pada sisi efektivitas penggunaan *web* untuk melihat seberapa jauh keberhasilan *web* dalam membantu pekerjaan pengguna.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Erfariani, S. A., & Susanti, E. D. (2021). Penerapan Strategi *Customer Relationship Management (CRM)* Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi kasus Pada Nissi Furniture Surabaya). *Jurnal Revolusi Indonesia*, 1(5), 411–429.
- [2] Fahri, A. N. (2019). *Rancang Bangun Sistem Informasi Penjadwalan dan Reservasi Dokter*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- [3] Mulyani, Y. (2020). *Belajar Coding itu Penting di Era Revolusi Industri 4.0*. Pustaka baru Press.
- [4] Rosalina, V., Hamdan, & Harsiti. (2019). Electronic *Customer Relationship (E-Crm)* Pada Pelaku Usaha Dan Menengah (Ukm) Desa. *Jurnal Kuat: Keuangan Dan Akuntansi Terapan*, 1(2), 71–75.
- [5] Sri, H., Sukesi, & Kanty, H. (2019). Manajemen UMKM dan Koperasi: Optimalisasi Ekonomi Masyarakat Pesisir Pantai. In *Unitomo Press*.
- [6] Sutariyani, Hamidjoyo, K., & N, S. A. (2017). Electronic *Customer Relationship Management (E-Crm)* Pada Rsu Assalam Gemolong. *Indonesian Journal on Networking and Security*, 6(2), 43–48.
- [7] Trisianto, C. (2018). Penggunaan Metode Waterfall Untuk Pengembangan Sistem Monitoring Dan Evaluasi Pembangunan Pedesaan. *Jurnal Teknologi Informasi ESIT*, XII (01), 7–21.