**IMPLEMENTASI *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM)* BERBASIS WEB DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS DAN LAYANAN TERHADAP PELANGGAN TOKO NUR *BAKERY & CAKE***

1. **Latar Belakang**

Perkembangan persaingan dunia bisnis saat ini berkembang sedemikian pesat, terutama perkembangan mengenai teknologi, di era digital ini teknologi bukan lagi menjadi hal yang hanya dapat digunakan untuk kepentingan pribadi, menurut Rhenald (2009) pengguna *internet* berkisar sekitar 200 juta, 67 juta diantaranya berada di Amerika Serikat, sedangkan diindonesia, bisa meningkat 2x lipat setiap harinya. Maka dari itu, perkembangan tersebut dapat digunakan oleh para masyarakat pelaku usaha agar dapat bersaing dengan perkembangan zaman. Supaya bisa bertahan dan sukses dalam persaingan tersebut, suatu usaha dituntut untuk kreatif dan inovatif serta harus siap dalam menghadapi perubahan pasar yang dinamis. Teknologi berperan penting dalam dunia bisnis karena adanya sistem komputerisasi akan mempermudah pekerjaan menjadi lebih efektif dan efisien serta lengkap dan akurat. Selain itu, pelaku usaha dapat mencari kreatifitas akan produk yang dijual karena keberhasilan perusahaan bukan hanya terletak pada kualitas produknya saja, tetapi juga bagaimana upaya perusahaan untuk memberikan pelayanan yang prima untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Salah satu cara untuk membangun bisnis yang kreatif dan inovatif adalah dengan mengaplikasikannya kedalam teknologi, dikarenakan perkembangan bisnis sekarang tidak hanya bergantung pada kualitas produk , tetapi juga dilihat dari kualitas layanan yang lebih mendorong pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. Maka dari itu, pemanfaatan website didalamnya sebagai media promosi dan informasi dengan metode E - CRM dirasa dapat mempermudah proses bisnis yang dijalani oleh Toko Kue Nur *Cake and Bakery*.

Salah satu keuntungan pengunaan bisnis dengan metode *Electronic* adalah proses penjualan menjadi lebih mudah dengan segala kondisi karena proses tersebut dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Banyaknya bisnis *cake & bakery* membuat terjadinya persaingan yang semakin kuat di bidang usaha ini untuk merebut perhatian konsumen, dan minat beli konsumen**.** Selain itu, di era sekarang, banyak bisnis yang bukan hanya mementingkan rasa, tapi juga mengutamakan bagaimana caranya terus mencari pelanggan baru tanpa menghilangkan pelanggan lama, dan lebih dari itu, mereka menginginkan suatu komunikasi dan kegiatan pemasaran yang baik dan menarik agar bisa merealisasikan itu semua. Dari permasalahan yang tertulis, perlu dilakukan *upgrading* sistem alur pemesanan di Toko Kue Nur *Cake & Bakery* dengan menggunakan metode E - CRM dengan berbagai metode yang dimiliki contohnya analisis SWOT (*Strengh, Weakness, Opportunity, Treat*) yang mana mempelajari hal yang dibutuhkan oleh toko kue tersebut.

Nur *Bakery & Cake* merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang kuliner khususnya berbagai macam kue. Usaha ini telah berdiri sejak tahun 2009. Pada awalnya Nur *Bakery & Cake* hanya memiliki satu toko yang terletak di samping Toserba Indah Grosir Jalaksana, kemudian usahanya terus berkembang hingga sempat memiliki 8 cabang toko yang terletak di berbagai wilayah Kabupaten Kuningan diantaranya di depan Toserba Indah Grosir, Toserba Fajar Jalaksana, Toserba Fajar Ciawi, Toserba Fajar Luragung, Toserba Mitra Indah, Toserba Amelia, dsb. Adanya pandemi *covid-19* tentu sangat berdampak pada usaha ini, salah satunya yaitu menurunnya jumlah pesanan kue yang menyebabkan beberapa toko cabang tidak beroperasi lagi. Saat ini toko cabang Nur *Bakery & Cake* yang masih beroperasi hanya 3 cabang toko, yaitu di Toserba Fajar Ciawi, Toserba Fajar Luragung dan Toserba Amelia.

Setiap hari Nur *Bakery & Cake* memproduksi aneka macam kue bolu di rumah produksi Ibu Nunung di Desa Babakanmulya Kecamatan Jalaksana untuk memenuhi pesanan pelanggan dan untuk dipasarkan ke semua toko cabang Nur Bakery & Cake. Pihak Toko biasanya menjual kue yang tersedia di toko, selain itu sistem yang digunakan adalah sistem manual yang mana hanya menggunakan nota penjualan tanpa adanya analisis data perkembangan penjualan setiap harinya. Yang diinginkan oleh pihak toko kue Nur Bakery and Cake adalah data yang jelas mengenai barang yang sudah terjual. Maka dari itu perlu adanya suatu media yang dapat mengelola hubungan antara perusahaan dengan pelanggan yang dapat menambah tingkat kepuasan pelanggan dan memicu loyalitas pelanggan, salah satu caranya adalah dengan mengaplikasikan konsep Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) dalam meningkatkan loyalitas dan pelayanan terhadap pelanggan agar dapat dimanfaatkan untuk memantau dan memonitor setiap kegiatan dan keinginan pelanggan agar dapat menunjang para stakeholder untuk memperhatikan pelanggan, memberikan pelayanan yang lebih baik sebagai kelanjutan meningkatkan hubungan yang lebih personal dengan pelanggan.

Penerapan CRM bagi studi kasus ini adalah untuk peningkatan layanan dengan pelanggan. Dilansir oleh jurnal “Implementasi Costumer Relationship Management (CRM) Pada Sistem Informasi Penjualan Ban Di Toko Lingga Ban Berbasis Web” CRM adalah sebuah filosofi bisnis yang menggambarkan suatu strategi penempatan *client* sebagai pusat proses aktivitas. Konsep ini telah dikenal dan banyak diterapkan untuk meningkatkan pelayanan di perusahaan. Maka dari itu, sistem yang akan dibuat adalah sistem yang berbasis komputerisasi dan berguna untuk mempermudah proses transaksi bagi pelanggan lama maupun pelanggan baru. Pada tahun 2016, penelitian sejenis yaitu ” Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) Pada Toko Roti Ganda Berbasis Web”. Peneliti memiliki tujuan yang sama dalam penggunaan E – CRM yaitu untuk meningkatkan alur proses bisnis yang terjadi. Hasil penelitian berfokus pada bagaimana cara pemasaran, mendapatkan costumer baru, dan mempertahankan customer lama.

*CRM (Customer Relationship Management)* adalah strategi pengelolaan pelanggan mulai dari proses pemasaran, penjualan, sampai dengan pelayanan setelah penjualan, yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang berujung pada loyalitas pelanggan tersebut. Salah satu penerapan CRM adalah dalam bentuk aplikasi web yang dapat berperan dalam interaksi secara langsung dengan para pelanggan untuk memberikan pelayanan serta melakukan proses pemasaran dan penjualan produk. Selain itu,melalui aplikasi web perusahaan dapat memperluas jangkauan pemasaran, memberikan kemudahan transaksi dengan pelanggan sehingga dapat berkomunikasi secara efektif dan efisien dengan pelanggan.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk membuat sebuah penelitian dengan judul **“Implementasi** *E****lectronic Customer Relationship Management (E-CRM)* Berbasis Web dalam Meningkatkan Loyalitas dan Layanan Terhadap Pelanggan Toko Nur *Bakery & Cake”.***

1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka penulis dapat mengidentifikasikan masalah sebagai berikut :

1. Sistem yang digunakan belum terkomputerisasi sehingga proses transaksi dilakukan dengan cara manual, dan mengakibatkan kesulitan dalam rekapitulasi pendapatan setiap harinya karena hanya menggunakan nota biasa
2. Konsumen tidak mengetahui katalog dan daftar harga produk yang dipasarkan, sehingga rincian produk tidak tersampaikan dengan maksimal dan berdampak pada *income* penjualan
3. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat dikemukakan Rumusan masalah pada Nur Bakery and Cake adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Implementasi Costumer Relationship management pada Toko Nur Bakery and cake dengan sistem yang akan dibuat ?
2. **Batasan Masalah**

Dalam setiap penelitian diharapkan dapat membantu memecahkan sebuah masalah. Oleh karena itu penulis mengelompokkan Batasan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini. Adapun Batasan masalah sebagai berikut :

1. Sistem yang akan diimplementasikan menggunakan metode CRM *(Customer Relationship Management) Operational*
2. Untuk dapat mengakses sistem ini, user diperlukan melakukan registrasi terlebih dahulu dengan cara menginputkan username dan password pada form login sistem
3. Sistem yang dibuat akan menampilkan katalog produk yang dijual lengkap dengan jumlah stok produk yang tersedia dan siap untuk dijual
4. Sistem yang dibuat akan menyediakan promo dan potongan harga agar menarik bagi konsumen.
5. Untuk memudahkan para konsumen yang memiliki jarak terlalu jauh dari toko, sistem akan menyediakan layanan pesan antar untuk wilayah 3 (Kuningan, Cirebon, Majalengka).
6. Kurir yang akan mengantar pesanan sudah menjadi karyawan toko sehingga dapat memudahkan proses pengantaran.
7. Sistem yang dibuat akan menyediakan kolom ulasan produk untuk bahan referensi bagi toko agar memiliki pelayan yang semakin baik bagi konsumen.
8. Metode transaksi pembelian produk terdapat du acara yaitu pembelian pesan antar dan pembelian pesan ambil
9. Setiap konsumen yang melalukakn pemesanan mengharuskan mengisi data diri dan waktu pengambilan produk pada form sistem
10. Admin akan menerima notifikasi pesanan setelah konsumen melakukan pembayaran via transfer pada rekening atau nomer yang tersedia pada sistem
11. Kemanan sistem berupa username dan password
12. Bahasa pemrograman yang digunakan adalah PHP dan database MySQL
13. **Tujuan dan Manfaat**
14. **Tujuan**
15. Menerapkan E-CRM pada Toko Nur *Bakery & Cake* untuk memudahkan pengelolaan data produk dan data pelanggan berbasis Web.
16. Menjalin hubungan dengan pelanggan untuk meningkatkan kualitas pelayanan toko terhadap pelanggan.
17. **Manfaat**
18. Manfaat Bagi Penulis
19. Menambah wawasan dan kemampuan berfikir mengenai penerapan teori yang telah didapat dari mata kuliah yang telah diterima kedalam penelitian yang sebenarnya.
20. Memahami lebih dalam mengenai konsep *Customer Relationship Management (CRM).*
21. Untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan program studi Sistem Informasi S-1 pada Fakultas Ilmu Komputer Universitas Kuningan.
22. Manfaat Bagi Toko Nur Bakery & Cake
23. Membantu toko dalam pengelolaan data untuk meningkatkan loyalitas dan kualitas pelayanan terhadap pelanggan.
24. Membantu toko untuk meningkatkan penjualan produk.
25. Manfaat Bagi Pelanggan
26. Memudahkan pelanggan dalam mendapatkan informasi terbaru mengenai produk dan layanan.
27. Memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi pembelian dan pemesanan produk.
28. **Pertanyaan Penelitian**

Ada beberapa pertanyaan penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana mengimplementasikan CRM pada pihak studi kasus dengan guna untuk meningkatkan layanan dengan konsumen ?
2. Bagaimana merancang sistem yang sesuai dengan pihak studi kasus sehingga dapat memudahkan proses bisnis yang berjalan dari sebelumnya ?
3. **Metodologi Penelitian**
   * 1. **Metode pengumpulan Data**
4. Observasi

Metode yang dilakukan pertama adalah observasi pada pihak Toko Nur Bakery and Cake untuk mengetahui proses bisnis yang terjadi dan bagaimana sistem yang akan dibuat untuk memudahkan proses bisnis tersebut

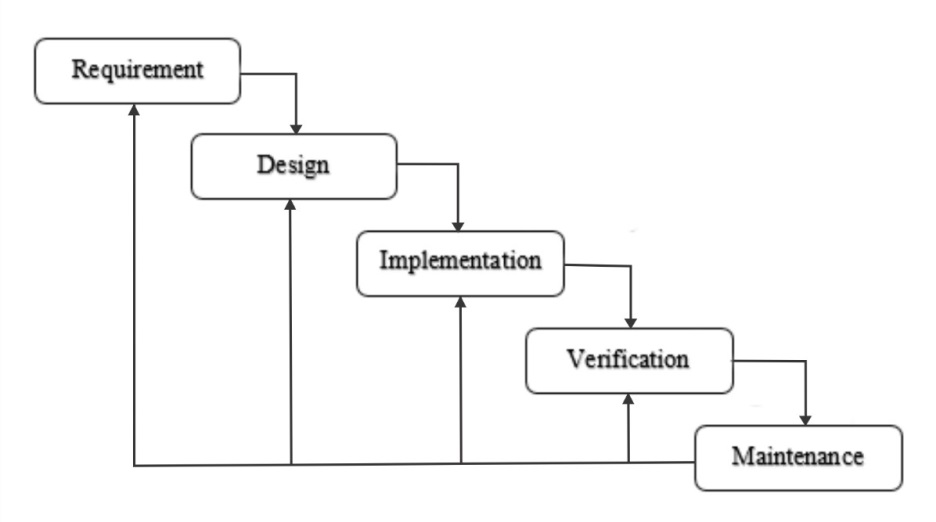
1. Wawancara

Metode selanjutnya yang digunakan adalah melakukan tatap muka atau wawancara dengan pihak Toko Nur bakery and Cake yang mengetahui permasalahan yang terjadi pada pihak objek penelitian, yakni dengan mengajukan beberapa pertanyaan

1. Studi Pustaka

Setelah melakukan observasi dan wawancara ke lokasi, selanjutnya penulis melakukan metode Studi Pustaka dengan cara mencari referensi dari berbagai sumber terpercaya yang menyangkut dengan penelitian.

* + 1. **Metode pengembangan sistem**

Metode pengembangan sistem yang digunakan dalam pengembangan sistem ini menggunakan metode Waterfall. Metode waterfall merupakan metode yang sederhana dengan aliran sistem yang linear. (Shalahudin & Rosa, 2013)

**Gambar 1. 1 Waterfall (Pressman 2012)**

Penjelasan metode waterfall :

1. *Requirement*

Proses pengumpulan kebutuhan dilakukan secara insentif untuk mespesifikasikan kebutuhan perangkat lunak agar dapat dipahami perangkat lunak seperti apa yang dibutuhkan oleh use. Spesifikasi kebutuhan perangkat lunak pada tahap ini sangat diperlukan untuk bukti sistem yang berjalan

1. *Design*

Desain adalah proses multi Langkah yang fokus pada pembuatan desain dan perangkat lunak termasuk struktur data, arsitektur perangkat lunak, representasi antarmuka, dan prosedur kode. Tahap ini mentranlasi kebutuhan perangkat lunak dari tahap analisis kebutuhan ke representasi desain agar dapat diimplementasikanmenjadi program pada tahap selanjutnya. Desain perangkat lunak yang dihasilkan pada tahap ini juga perlu didokumentasikan.

1. *Implementation*

Desain harus diimplementasikan kedalam program perangkat lunak. Hasil dari tahap ini adalah program komputer yang sesuai dengan desain yang dibuat pada tahap desain

1. *Verification*

Pengujian fokus pada perangkat lunak secara dari segi *logic* dan fungsional dan memastikan bahwa semua bagian sudah diuji. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir kesalahan (*error*) dan memastikan keluaran yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan.

1. *Maintanance*

Program yang telah diuji dapat mengalami perubahan Ketika sudah dikirimkan pada *user.* Perubahan dapat terjadi karena terjadi kesalahan yang tidak terdeteksi saat pengujian program harus beradaptasi dengan perangkat *user.*

* + 1. **Metode penyelesaian masalah**

Metode yang digunakan adalah menggunakan CRM *(Costumer Relationship Management*) Operasional. CRM Operasional adalah pengelolaan secara otomatisasi dari proses bisnis secara terintegrasi. Tujuannya adalah memberikan nilai lebih kepada pelanggan. CRM operasional memiliki arti dimana tugas untuk memberi dukungan sehingga disebut bisnis front office. Dimana meliputi :

1. Data kontak konsumen (Penjualan, Pelayanan, Pemasaran)
2. Suatu task yang dihasilkan dari proses ini nantinya akan dilanjutkan dan ditindaklanjuti untuk tahap berikutnya
3. Penyediaan suatu informasi yang nantinya akan sangat berguna untuk sistem yang akan dibuat
4. Aktivitas dengan konsumen yang didokumentasikan untuk referensi lebih lanjut

Keuntungan CRM Operasional :

1. Mengantarkan sistem pemasaran yang bagus dan bersifat efisien, sistem penjualan dan sistem pelayanan menjadi terkolaborasi melalui berbagai saluran
2. Memungkinkan untuk melihat konsumen melalui banyak sudut pandang Ketika sedang berinteraksi kepada mereka
3. Hubungan antara pihak studi kasus dan konsumen akan lebih berjalan baik karna dapat memperkirakan *service* seperti apa yang akan diberikan kepada konsumen agar mendapatkan loyalitas pada pihak studi kasus.

Aplikasi CRM Operasional terbagi menjadi dua bagian yaitu :

1. *Customer facing application*

Aplikasi yang dibuat untuk mendukung para staf perusahaan atau organisasi dalam melayani pelanggan .

1. *Customer touching application*

Aplikasi yang langsung berinterkasi dengan pelanggan. Aplikasi itu dapat bekerja apabila ada permintaan dari pelanggan.

CRM Operasional mencakup tiga bagian yaitu :

1. Fungsi Pemasaran

Otomatisasi pemasaran (*Marketing Automation*) adalah pemanfaatan teknologi pada proses – proses pemasaran. Perangkat lunak MA menawarkan berbagai kemampuan sekaligus, antara lain segmentasi konsumen, manajemen kampanye promosi, dan pemasaran berbasis *event*. Perangkat lunak inipun memiliki cara komunikasi yang mudah untuk berinteraksi dengan konsumen. MA memudahkan perusahaan dalam mengembangkan, mengatur anggaran, serta melaksanakan kampanye – kampanye komunikasi dengan para pelanggan.

1. Fungsi Penjualan

Otomatisasi penjualan atau disebut juga dengan *sales-force automation* (SFA)dibutuhkan untuk mengelola berbagai aktifitas penjualan perusahaan. Proses – proses penjualan dapat diuraikan menjadi beberapa tahap yaitu : menjaring prospek (lead generation), kualifikasi prospek (lead qualification), identifikasi kebutuhan, pengembangan spesifikasi, pembuatan proposal, presentasi proposal, mengatasi penolakan dan realisasi penjualan.

Perangkat lunak yang digunakan dalam otomatisasi penjualan ini dapat dikonfigurasikan sedemikian rupa sehingga secara spesifik modelnya dapat disesuaikan dengan proses penjualan yang diterapkan didalam suatu organisasi atau industri.

1. Fungsi Pelayanan

Dengan adanya otomatisasi pelayanan, perusahaan dapat menjalankan fungsi pelayanan terhadap para pelanggan secara otomatis baik melalui call center atau contact center yang mereka miliki. Atau melalui fasilitas website perusahaan, bukan melalui tatap muka secara langsung antara petugas pelayanan dengan pelanggan di lapangan.

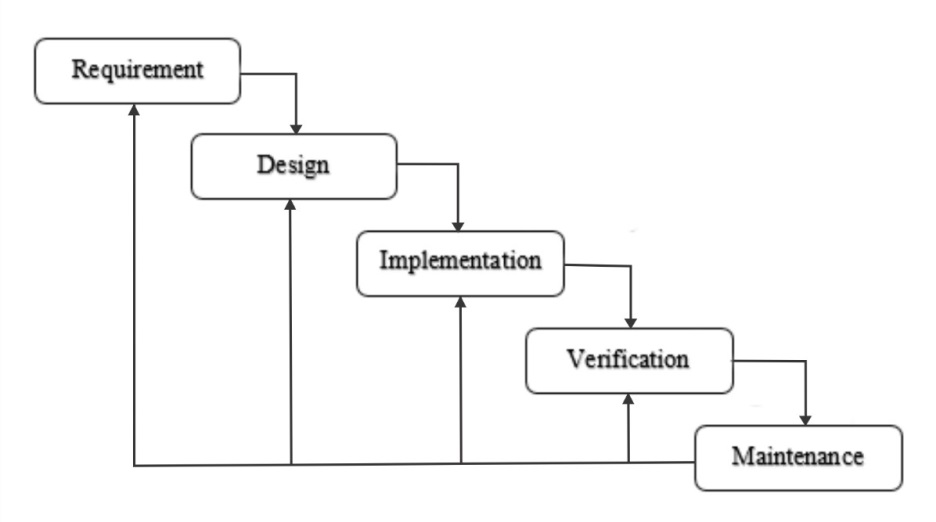
Metode penyelesaian masalah pada sistem ini dengan menggunakan CRM (*Customer Relationship Management)* Operasional, dalam upaya melayani pelanggan untuk meningkatkan pendapatan dan kepuasan pelanggan. Penerapan metode pada penelitian ini tertuju untuk dapat meningkatan kualitas pelayanan dan data arsip pada pihak Toko Nur *Bakery and Cake,* diantaranya :

1. Registrasi Costumer bertujuan untuk mendata para konsumen yang sudah memiliki akun pada sistem Toko Nur *Bakery and Cake.*
2. Informasi penyampaian produk melalui katalog diharapkan dapat mempermudah dalam proses transaksi.
3. Promo melalui sistem,memberikan informasi jikalau Toko sedang mengadakan Sale.
4. Notifikasi SMS, memberikan pelayanan kepada konsumen mulai dari proses registrasi, pembelian dan pembayaran produk, serta notifikasi untuk mengingatkan kegiatan konsumen yang sedang dilakukan dalam sistem.
   1. **Jadwal Penelitian**

Adapun jadwal penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Jadwal Penelitian**





**DAFTAR PUSTAKA**

Anggraeni L, 2020. Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) sebagai upaya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan berbasis Web Mobile di Puspita Dekorasi Beber.

Chadiq, Umar. 2015. *Customer Relationship Management* (CRM): Pilihan Strategi untuk Meraih Keunggulan Bersaing, Dharma Ekonomi, Vol 18(33).

Khusna, Arfiani Nur. 2016. Aplikasi *Operational Customer Relationship Management* Pemasaran Keripik Jamur Bu Sayom. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATi).

Ovi D., Mira A., & Ali I., 2012. Penerapan CRM Berbasis Web pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN. Jurnal Sistem Informasi (JSI), Vol. 4(2), 516-529.

Pressman. (2012). *Metode Waterfall: Definisi, Tahapan, Kelebihan, dan Kekurangan.* http://www.pengetahuandanteknoogi.com.

Rizky Dimas A, 2020. Implementasi CRM Operasional pada perusahaan Kiki *Production* berbasis Web *Mobile*, 0718

Siallagan, Yosua Oliver. 2020. Implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* pada Toko Roti Ganda Berbasis Web. Methodika, Vol 6(1), 6-13.