**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. 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. Di samping itu, 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 contoh usaha bisnis yang ada dan masih berjalan sampai saat ini yaitu bisnis makanan yang bervariasi, tidak hanya lauk pauk atau makanan pokok saja, melainkan berupa kue, roti, mulai dari kue tradisional hingga kue modern. Makan kue telah menjadi salah satu *lifestyle* bagi masyarakat. Berbagai kalangan kini banyak mendatangi *cake & bakery* untuk memenuhi kebutuhan mereka terhadap kue. Dimulai untuk dikonsumsi sehari-hari, kue ulang tahun, kue pernikahan, dan sebagainya.

Banyaknya bisnis *cake & bakery* membuat terjadinya persaingan yang semakin kuat di bidang usaha ini untuk merebut perhatian konsumen, dan minat beli konsumen. Konsumen tidak hanya menilai sebuah produk atau jasa berdasarkan kualitas, manfaat, harga dan fungsi yang diberikan, tetapi lebih dari itu, mereka menginginkan suatu komunikasi dan kegiatan pemasaran yang baik dan menarik. Dengan kata lain konsumen menginginkan produk yang kehadirannya dapat memberikan suatu pengalaman menarik dan membuat mereka ingin kembali mengkonsumsi produk 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. Proses penjualan pada toko ini masih belum menggunakan sistem komputerisasi. Dimana setiap proses transaksi pembelian masih dilakukan secara manual menggunakan buku dan nota pembelian. Proses manual ini mengakibatkan penumpukan konsumen apabila kondisi pesanan sedang ramai. Sistem yang masih manual ini menimbulkan masalah kerusakan dan kehilangan arsip penjualan, pembelian, dan persediaan bahan baku. Selain itu Nur *Bakery & Cake* tidak menyediakan katalog dan daftar harga produk yang dipasarkan, sehingga rincian produk tidak tersampaikan dengan maksimal kepada pelanggan.

*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. Bagaimana menerapkan CRM Operasional di Toko Nur Bakery and cake untuk meningkatkan pendapatan, kepuasan dan loyal dari pelanggan yang datang ?
3. **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. Perancangan yang dibuat pada sistem ini berupa media untuk memudahkan kedua belah pihak yaitu Customer dan pemilik dalam segi ruang dan waktu.
3. Untuk dapat mengakses sistem ini, user diperlukan melakukan registrasi terlebih dahulu dengan cara menginputkan username dan password pada form login sistem
4. Sebelum user melakukan registrasi, maka tidak akan bisa menggunakan sistem
5. Sistem yang dibuat akan menampilkan katalog produk yang dijual lengkap dengan jumlah stok produk yang tersedia dan siap untuk dijual
6. Sistem yang dibuat untuk user admin akan menampilkan list bahan baku yang masih tersedia agar dapat mengetahui kapan harus *restock*
7. Setiap konsumen yang melalukakn pemesanan mengharuskan mengisi data diri dan waktu pengambilan produk pada form sistem
8. Admin akan menerima notifikasi pesanan setelah konsumen melakukan pembayaran via transfer pada rekening atau nomer yang tersedia pada sistem
9. Kemanan sistem berupa username dan password
10. Bahasa pemrograman yang digunakan adalah PHP dan database MySQL
11. **Tujuan dan Manfaat**
12. **Tujuan**
13. Menerapkan E-CRM pada Toko Nur *Bakery & Cake* untuk memudahkan pengelolaan data produk dan data pelanggan berbasis Web.
14. Menjalin hubungan dengan pelanggan untuk meningkatkan kualitas pelayanan toko terhadap pelanggan.
15. **Manfaat**
16. Manfaat Bagi Penulis
17. Menambah wawasan dan kemampuan berfikir mengenai penerapan teori yang telah didapat dari mata kuliah yang telah diterima kedalam penelitian yang sebenarnya.
18. Memahami lebih dalam mengenai konsep *Customer Relationship Management (CRM).*
19. Untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan program studi Sistem Informasi S-1 pada Fakultas Ilmu Komputer Universitas Kuningan.
20. Manfaat Bagi Toko Nur Bakery & Cake
21. Membantu toko dalam pengelolaan data untuk meningkatkan loyalitas dan kualitas pelayanan terhadap pelanggan.
22. Membantu toko untuk meningkatkan penjualan produk.
23. Manfaat Bagi Pelanggan
24. Memudahkan pelanggan dalam mendapatkan informasi terbaru mengenai produk dan layanan.
25. Memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi pembelian dan pemesanan produk.
26. **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

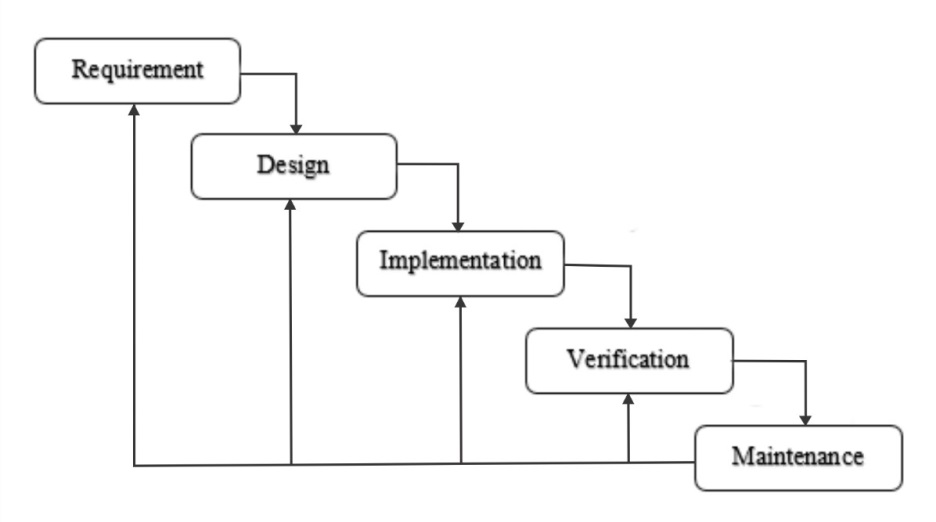
1. Wawancara

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.

**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.