

PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT BERBASIS WEB MOBILE MAJOO SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PADA C11 CAFE TANJUNGPINANG)

Prayoga Dwiguna¹, Melina², Fernanda Yuwanda³, Satrio Bimo Syahputro⁴

STIE pembangunan Tanjungpinang

e-mail: prayogadwiguna11@gmail.com¹, melin7808@gmail.com²,
fernandayuanda649@gmail.com³, sbimo96@gmail.com⁴

Abstrak – Penerapan Customer Relationship Management (CRM) berbasis web mobile telah menjadi fokus utama pelaku bisnis dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan di era digital yang saat ini berkembang dengan pesat. Pelaku bisnis menggunakan web mobile Majoo sebagai perantara dalam menghubungkan pelanggan. Perangkat lunak Majoo ini dapat memberikan informasi yang akurat tentang bisnis yang sedang dijalankan mulai dari informasi menu, harga, pelayanan, promosi, dan lainnya. Majoo menyediakan serangkaian fitur-fitur reliabel untuk memastikan usaha dapat berjalan efisien. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa integritas teknologi web mobile Majoo terbukti memberikan keuntungan signifikan, mulai dari keterlibatan pelanggan, penyediaan layanan yang lebih responsif hingga pengumpulan data yang lebih akurat untuk dianalisis lebih lanjut serta penerapan Customer Relationship Management berbasis web mobile di C11 Café telah memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: CRM berbasis web mobile, Majoo platform, Loyalitas pelanggan.

***Abstract** – The implementation of mobile web-based Customer Relationship Management (CRM) has become the main focus of business people in an effort to increase customer loyalty in the rapidly growing digital era. Business people use Majoo mobile web as an intermediary in connecting customers. This Majoo software can provide accurate information about the business being run starting from menu information, prices, services, promotions, and others. Majoo provides a series of reliable features to ensure businesses can run efficiently. The method used in this research is descriptive qualitative method. The results of this study indicate that the integrity of Majoo mobile web technology is proven to provide significant benefits, ranging from customer engagement, providing more responsive services to collecting more accurate data for further analysis and the application of mobile web-based Customer Relationship Management at C11 Café has made a positive contribution in increasing customer loyalty.*

***Keywords:** Mobile web-based CRM, Majoo platform, Customer loyalty.*

PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, peran teknologi informasi menjadi kunci utama dalam mendukung keberhasilan suatu bisnis. Salah satu aspek yang semakin penting adalah manajemen hubungan pelanggan. Persaingan dalam dunia bisnis mendorong setiap pelaku usaha untuk dapat menciptakan inovasi-inovasi terbaru mengenai cara mempertahankan dan mendapatkan pelanggan. Di era globalisasi informasi yang semakin pesat, membuat para pelanggan menjadi lebih pintar dan semakin banyak memberikan tuntutan. Pelanggan lebih mudah dalam mencari informasi dengan menggali berbagai informasi yang dibutuhkan dari sumber global di dunia maya (internet), sehingga para pelanggan dapat mengetahui berbagai informasi baik harga, kualitas, sistem pembayaran, pelayanan, serta kemudahan lainnya yang dapat ditawarkan oleh suatu bisnis. Dalam hal ini, penerapan Customer Relationship Management berbasis web mobile menjadi suatu strategi yang mendasar untuk menjawab

banyaknya tuntutan pasar yang diberikan oleh para pelanggan.

Bisnis di Indonesia berkembang secara pesat setiap tahunnya. Pesatnya peningkatan bisnis tersebut menimbulkan tingginya tingkat persaingan. Oleh karena itu, manajemen harus mengelola bisnis secara profesional agar tetap kompetitif dalam menghadapi persaingan yang tinggi. Dalam hal ini, pemanfaatan teknologi menjadi salah satu sarana efektif untuk membangun hubungan yang erat antara perusahaan dan pelanggan. Daya saing yang tinggi merupakan indikator dari kinerja bisnis yang baik. Untuk itu setiap bisnis harus dapat meningkatkan mutu pelayanan terhadap pelanggannya. Kualitas layanan merupakan aspek penting dalam menjaga loyalitas pelanggan. Bisnis yang gagal memberikan kepuasan bagi pelanggannya akan menghadapi masalah yang lebih kompleks dikarenakan munculnya dampak bad word of mouth (seperti: protes, komplain, ataupun kritikan) dari pelanggan (Attas et al., 2018). Dalam mencapai loyalitas pelanggan pelaku bisnis harus memperhatikan baik target pasar maupun kualitas barang dan jasa yang mereka tawarkan.

C11 Café merupakan salah satu kedai kopi yang berlokasi di Jl. Raja Haji Fisabilillah No. 7 Km.8 Tanjungpinang. C11 Café sendiri memiliki cara dan strategi dalam melakukan promosi untuk meningkatkan penjualan produk yang ditawarkan. C11 Café menggunakan media sosial untuk dapat meningkatkan penjualan produknya akan tetapi informasi yang diberikan melalui media sosial kepada pelanggan masih kurang efektif. Untuk memenuhi kebutuhan informasi yang cepat, akurat, serta memiliki jangkauan luas, baik bagi pelanggan maupun pihak pelaku usaha, maka diperlukan sistem informasi pelanggan berbasis web yang dapat diakses secara online oleh pelanggan. Selain itu, pelanggan dapat melakukan pemesanan langsung ketika berada di C11 Café melalui sistem tanpa harus menunggu pelayan serta pelanggan dapat mengetahui jumlah pembayaran yang harus dibayar. Selama ini, pemesanan pengunjung hanya menggunakan media kertas untuk pemesanan makanan dan minuman. Dengan media kertas menemui kendala-kendala antara lain adanya pemesanan yang rangkap (redudansi), tidak urutnya pembuatan pemesanan akibat bertumpuknya nota pemesanan terutama pada saat ramai pengunjung. Jadi, sistem ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada pelanggan mengenai pemesanan produk yang ditawarkan, menu, harga produk, sistem pembayaran, informasi meja serta promo yang diadakan.

Sistem informasi customer berbasis web ini diintegrasikan dengan sebuah database yang akan menyimpan data yang dibutuhkan. Dalam hal ini, pelaku usaha menggunakan aplikasi web Majoo sebagai perantara dalam menghubungkan pelanggan. Majoo adalah perusahaan rintisan perangkat lunak sebagai layanan dari Indonesia dan bergerak di ranah aplikasi kasir. Produknya mengakomodir 3 tipe bisnis utama, yaitu makanan dan minuman, ritel, dan jasa. Aplikasi Majoo ini menyediakan serangkaian fitur-fitur reliabel untuk memastikan usaha dapat berjalan efisien dan minim terjadi kesalahan.

METODE PENELITIAN

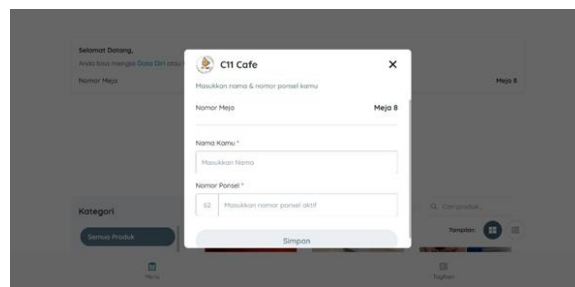
Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian metode kualitatif deskriptif. Dalam (Carissa et al., 2014) Moleong (2000:6) menyatakan bahwa "Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan kemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti". Tujuan penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi atau

gambaran tentang penerapan Customer Relationship Management (CRM) yang diterapkan oleh C11 Café sebagai upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Metode pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitian ini, yaitu:

1. Wawancara
Pengumpulan data dengan wawancara dilakukan kebeberapa orang yang berhubungan dengan lingkup penelitian. Hal ini bertujuan untuk mengetahui kondisi atau keadaan nyata, mengetahui kebutuhan dan mengetahui masalah-masalah yang terjadi di lingkungan C11 Café. Wawancara dilakukan secara langsung kepada owner, karyawan, dan pelanggan C11 Café.
2. Studi Pustaka
Pada tahap ini yang dilakukan penulis yaitu dengan cara membaca atau mengkaji dari buku-buku, jurnal hal ini dilakukan untuk memperoleh dukungan konsep, data dan informasi yang relevan serta berkaitan dengan judul penelitian.
3. Observasi
Pada penelitian ini metode yang dilakukan adalah dengan cara melakukan kunjungan dan pengamatan secara langsung proses aktivitas penjualan di C11 Café

HASIL DAN PEMBAHASAN

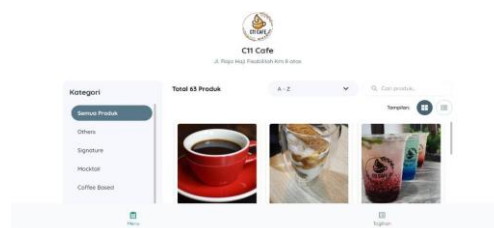
Saat ini C11 Café sudah memiliki sistem yang terkomputerisasi sehingga semua proses tidak dilakukan secara manual lagi mulai dari pencatatan data pelanggan, data produk, informasi harga, dan transaksi sampai laporan penjualan. Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan penulis, C11 Café melakukan penerapan CRM dengan menggunakan perangkat lunak Majoo. Majoo adalah perusahaan rintisan perangkat lunak sebagai layanan dari Indonesia dan bergerak di ranah aplikasi kasir. Produknya mengakomodir 3 tipe bisnis utama, yaitu makanan dan minuman, ritel, dan Jasa yang didirikan pada tahun 2019. Dengan menerapkan perangkat lunak Majoo sebagai alat untuk mengelola Customer Relationship Management, C11 Café berharap mampu meningkatkan loyalitas pelanggan. Berikut ini adalah halaman penerapan CRM berbasis perangkat lunak Majoo pada C11 Café.



Gambar 1

Halaman pendataan pelanggan

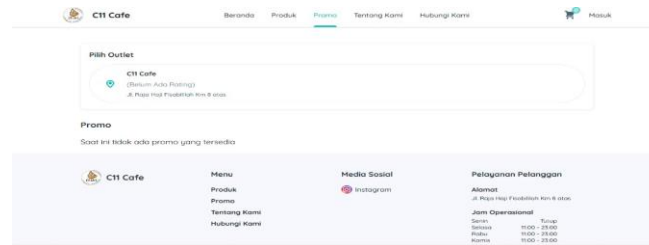
Tampilan halaman registrasi pelanggan merupakan halaman untuk meng-input data pelanggan, pada bagian ini pelanggan memasukkan nama dan nomor ponsel yang terdaftar di aplikasi WhatsApp yang akan terdaftar pada database C11 Café sebagai referensi untuk promosi.



Gambar 2

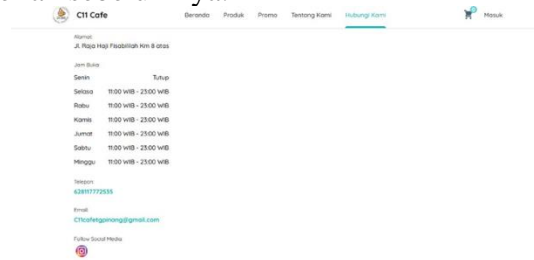
Halaman Menu

Pada halaman ini pelanggan melakukan pemesanan, menyediakan fitur untuk mengolah data C11 Café terkait data menu harga dan data informasi perusahaan yang dibutuhkan oleh pelanggan yang telah tersimpan dalam database sistem. Tiap-tiap user akan diberikan poin dari setiap pemesanan yang dilakukan sebagai bentuk untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.



Gambar 3
Halaman promosi

Pada halaman ini C11 café memberikan informasi terkait promo yang tersedia pada saat- saat tertentu seperti memberikan diskon dan penukaran poin-poin yang telah dikumpulkan dari pembelian sebelumnya.



Gambar 4
Halaman pelayanan pelanggan

Pada halaman ini, C11 café menyediakan pelayanan pelanggan dengan memberikan kontak telepon yang dapat di hubungi pelanggan untuk memberikan feedback terhadap pelayanan atau pengalaman yang didapatkan setelah membeli produk yang ditawarkan lewat halaman Hubungi Kami, hal ini dilakukan sebagai bentuk hubungan timbal balik guna meningkatkan loyalitas pelanggan.

Dari hasil wawancara yang kami lakukan terdapat dampak dan kekurangan dalam penerapan Customer Relationship Management berbasis web mobile pada C11 Café. Setelah menerapkan perangkat lunak Majoo, C11 Café telah mengalami beberapa dampak positif yaitu:

1. Penerapan perangkat lunak Majoo telah memungkinkan C11 Café untuk melakukan pendataan pelanggan secara efisien, memfasilitasi pemesanan dengan lebih mudah, menyediakan promo yang dapat menarik minat pelanggan, dan meningkatkan pelayanan pelanggan secara keseluruhan. Hal ini telah membantu C11 Café dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat hubungan dengan mereka.
2. Perangkat lunak Majoo juga memungkinkan C11 Café untuk memberikan informasi yang cepat, akurat, dan memiliki jangkauan luas bagi pelanggan. Dengan adanya sistem informasi yang cepat, akurat, dan memiliki jangkauan luas bagi pelanggan, C11 Café dapat memenuhi tuntutan pelanggan yang semakin tinggi dan mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang ketat.
3. Peningkatan efisiensi dalam manajemen feedback pelanggan. Pelanggan dapat memberikan feedback terhadap pelayanan atau pengalaman yang didapatkan setelah membeli produk, dan perangkat lunak Majoo memudahkan manajemen dan analisis feedback tersebut untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan.

Dengan demikian, penerapan perangkat lunak Majoo telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan kualitas layanan, efisiensi operasional, dan loyalitas pelanggan bagi C11 Café. Selain itu terdapat juga kekurangan yang dapat dimaksimalkan dalam penerapan perangkat lunak Majoo di C11 Café yaitu:

1. Kurangnya integrasi dengan media sosial. Meskipun C11 Café menggunakan media sosial untuk meningkatkan penjualan produknya, informasi yang diberikan kepada pelanggan melalui media sosial masih kurang efektif. Integrasi yang lebih baik antara perangkat lunak Majoo dan media sosial dapat membantu C11 Café dalam memperluas jangkauan promosi dan interaksi dengan pelanggan.
2. Perangkat lunak Majoo juga perlu ditingkatkan dalam hal manajemen feedback pelanggan. Meskipun pelanggan dapat memberikan feedback terhadap pelayanan atau pengalaman yang didapatkan setelah membeli produk, perangkat lunak Majoo perlu memiliki fitur yang memudahkan manajemen dan analisis feedback tersebut untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan.

KESIMPULAN

Penerapan Customer Relationship Management berbasis web mobile merupakan langkah strategis yang sangat relevan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di era saat ini. Penerapan Customer Relationship Management berbasis web mobile di C11 Café diharapkan dapat memberikan informasi yang cepat, akurat dan memiliki jangkauan luas bagi pelanggan. Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa penerapan Customer Relationship Management berbasis web mobile di C11 Café telah memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Penggunaan perangkat lunak Majoo memungkinkan C11 Café untuk melakukan pendataan pelanggan secara efisien, memfasilitasi pemesanan dengan lebih mudah, menyediakan promo yang dapat menarik minat pelanggan, dan meningkatkan pelayanan pelanggan secara keseluruhan. Hal ini sejalan dengan perkembangan bisnis yang semakin pesat dan tuntutan pelanggan yang semakin tinggi. Tak hanya itu terdapat beberapa kekurangan yang perlu dioptimalkan agar dapat terus bersaing dipasar. Dengan demikian, penerapan Customer Relationship Management berbasis web mobile dapat menjadi strategi yang efektif bagi bisnis dalam menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang ketat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agunta, N., Mulyanto, A., & Suhada, S. (2017). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web Mobile pada Coffee Toffee. *Prosiding Seminar Nasional Teknik Electro*, 251–258.
- Anggara, N. A. A., Hutahaean, J., & Iqbal, M. (2022). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Dalam Sistem Informasi Penjualan Kosmetik Berbasis Web. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, 3(4), 480–488.
<https://doi.org/10.47065/bits.v3i4.1440>
- Anwar, R. S., Ikhwan, S., & Khojin, N. (2022). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Kedai Kopi He Kafei). *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(1), 88–95.
- Attas, A., Risal, M., Qamaruddin, M. Y., & Hamid, R. S. (2018). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Bank BNI Cabang Palopo). *Jurnal Manajemen*, 4(1), 1–4.
<file:///C:/Users/HP/Downloads/296-1002-2-PB.pdf>
- Carissa, A. O., Fauzi, A., & Kumadji, S. (2014). Penerapan Customer Relationship

Management (CRM) Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1), 1–11.

file:///C:/Users/HP/Downloads/PENERAPAN_CUSTOMER_RELATIONSHIP_MANAGEMENT.pdf

Rosinta, E., & Hasibuan, D. (2018). Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada Aplikasi Penjualan Berbasis Web PT. Buana Telekomindo. *Jurnal Times (Technology Informatics & Computer System)*, VII (1), 8–14.

Warsela, M., Wahyudi, A. D., & Sulistiyawati, A. (2021). Penerapan Customer Relationship Management Untuk Mendukung Marketing Credit Executive (Studi Kasus: PT FIF Group). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTISI)*, 2(2), 78–87. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTISI>