

ABSTRAK

RANCANG BANGUN APLIKASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* DALAM MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN UMKM (Studi Kasus di Usaha Cistik Resep Eyang)

Oleh

Any Saroh Dwisono

Mahasiswa D3 Sistem Informasi UPNVJ

anysaroh@gmail.com

Perkembangan teknologi khususnya internet dimanfaatkan tidak hanya untuk pertukaran informasi, tetapi juga untuk proses bisnis yang telah merubah aktivitas bisnis perusahaan. 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 *customer* dan membangun loyalitas mereka melalui pengetahuan dan respon yang cepat terhadap kebutuhan *customer*, bagaimana untuk mempertahankan pelanggannya agar tetap loyal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan dan bagaimana mengelola hubungan pelanggan (*Customer Relationship Management*).

Aplikasi CRM dapat membantu UMKM salah satunya adalah Cistik Resep Eyang dalam mengembangkan produk berdasarkan pengetahuan yang lengkap tentang harapan pelanggan, dinamika pasar dan antar pesaing. 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

DESIGN A CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) APPLICATION TO BUILD UMKM CUSTOMER LOYALTY (Case Study at Usaha Cistik Resep Eyang)

By

Any Saroh Dwisono

D3 Student UPNVJ Information System

anysaroh@gmail.com

The development of technology, especially the internet, is used not only for the exchange of information, but also for business processes that have changed the company's business activities. 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 players 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 quick response to customer needs, how to keep customers loyal to the products or services offered and how to manage customer relationships (Customer Relationship Management).

CRM applications can help UMKM, one of which is Cistik Resep Eyang in developing products based on complete knowledge of customer expectations, market dynamics and between competitors. How to implement the CRM idea with a website application 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 good communication relationship with 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)