

Pengenalan Perangkat Lunak E-CRM UMKM Untuk Peningkatan Loyalitas Pelanggan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Desa Kelapa Kurung

Vidila Rosalina^{1*}, Harsiti², Akip Suhendar³, Saefudin⁴, Erma Perwitasari⁵

^{1,3}Program Studi Sistem Komputer Universitas Serang Raya,

^{2,5}Program Studi Sistem Informasi Universitas Serang Raya,

Jl. Raya Serang-Cilegon KM.5 Drangong Taman Kopasus, Serang Banten.

*e-mail : vidila.suhendarsah@gmail.com

ABSTRAK

UMKM-UMKM di desa Kelapa Kurung hampir semua masih dikelola secara tradisional dan belum memanfaatkan sistem informasi. Saat ini pendekatan bisnis modern dilakukan dengan memperhatikan terhadap faktor kastamer/pelanggan, baik sebelum pelanggan melakukan pembelian maupun setelah melakukan pembelian. Perangkat lunak yang digunakan untuk mengelola hubungan dengan pelanggan yang bertujuan untuk peningkatan loyalitas pelanggan ini disebut dengan Electronic Customer Relationship Management (E-CRM). Perangkat lunak E-CRM yang ada saat ini lebih berfokus kepada perusahaan-perusahaan besar, sehingga manfaatnya belum sampai menyentuh UMKM. Pengabdian ini merupakan keberlanjutan dari penelitian terapan 2018 yang menghasilkan perangkat lunak E-CRM bagi UMKM. Pengabdian ini mencoba melakukan pengenalan perangkat lunak E-CRM pada UMKM di Desa Kelapa Kurung Kecamatan Kramatwatu Kabupaten Serang Provinsi Banten dalam upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan UMKM di desa tersebut. Perangkat lunak E-CRM ini diharapkan dapat membantu UMKM di desa Kelapa Kurung dalam pengelolaan hubungan dengan pelanggan sehingga UMKM dapat bersaing dalam mempertahankan usaha bisnisnya.. Hasil pengabdian ini diharapkan mampu memperkenalkan perangkat lunak E-CRM UMKM dan pentingnya E-CRM dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan UMKM di desa Kelapa Kurung.

Kata kunci: Perangkat lunak E-CRM UMKM, Desa Kelapa Kurung, Loyalitas Pelanggan, UMKM.

Introduction of E-CRM UMKM Application to Increase Customer Loyalty in Micro and Small and Medium Enterprises in Kelapa Kurung Village

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Kelapa Kurung village are still largely traditionally managed and have not yet utilized information technology. One modern business approach is to pay attention to customer factors, both before customers make transactions and after transactions. The software application used to manage customers with the aim of increasing customer retention is called Electronic Customer Relationship Management (E-CRM). The existing E-CRM software is more oriented towards large, established companies, so the benefits have not yet reached the MSMEs. This dedication is a continuation of the applied research in 2018 which produced an E-CRM UMKM application for MSMEs. This service tries to introduce the E-CRM UMKM application to MSMEs in Kelapa Kurung Village, Kramatwatu District, Serang District, Banten Province in an effort to increase the retention of MSMEs customers in the village. This E-CRM UMKM application will help MSMEs in managing customer relationships so that they can improve their competitiveness with other companies in maintaining the business they are running and as a means of gaining a wider new market. The results of this dedication are expected to be able to introduce the E-CRM UMKM application and the importance of E-CRM UMKM in an effort to increase MSMEs customer retention.

Keywords: *Customer Loyalty, Kelapa Kurung Village, MSMEs, MSMEs E-CRM Application.*

PENDAHULUAN

“UMKM adalah salah satu sektor pendorong ekonomi Indonesia yang dapat bertahan menghadapi resesi ekonomi global saat ini. Tahun 2012 jumlah pekerja di sektor UMKM mencapai hampir 80 juta orang, dimana membutuhkan perhatian yang besar untuk mendorong pengelola UMKM agar pemberdayaan usahanya mengalami peningkatan. Faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan UMKM untuk mempertahankan bisnisnya, yaitu iklim usaha, modal, sumber daya manusia, pangsa pasar, sarana dan prasarana pendukung, dan akses informasi” (Rifa'i, 2013).

Jumlah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Serang mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Tahun 2018 jumlahnya sudah mencapai 9.885 UMKM dari yang ditargetkan sekitar 8.000 UMKM. Kepala Bidang Usaha Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi (Disperindagkop) dan UMKM setempat. Asep Rian Purnama mengatakan bahwa peningkatan jumlah UMKM tahun ini cukup signifikan dari target pertumbuhan 8.000 UMKM, naik menjadi 9.885. Disperindagkop dan UMKM, baik kota maupun kabupaten sejauh ini hanya berwenang dalam menangani usaha mikro, yang telah diatur oleh peraturan daerah (PERDA).

Sehingga pihaknya hanya konsen pada pengembangan dan pemberdayaan usaha mikro. Sejauh ini beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM adalah, kurangnya pengetahuan tentang pengelolaan bisnis modern dan pemanfaatan teknologi. Solusi yang harus dilakukan adalah dilakukan pelatihan sebagai upaya mendukung, agar UMKM maju dan berkembang. Termasuk membantu promosi produk UMKM tersebut (Kabar Banten, 2018).

Ditemukan kendala-kendala yang dapat menghambat kinerja UMKM untuk mempertahankan bisnisnya yaitu selain kesulitan dalam memasarkan barang-barang hasil produksinya juga kesulitan dalam mempertahankan pasar yang sudah ada, sehingga menyebabkan UMKM tidak bisa bertahan lama dalam menjalankan bisnisnya (Sawitri P, 2012). Oleh karena itu UMKM diharapkan untuk bisa mulai beradaptasi dengan strategi bisnis modern pengelolaan pelanggan sebelum dan sesudah transaksi. Memahami perilaku pelanggan merupakan strategi penting dalam keberhasilan memasarkan produk. Inilah yang sering menjadi hambatan utama UMKM dengan semakin ketatnya persaingan usaha sekarang ini. Maka dari itu dibutuhkan sebuah perangkat lunak yang dapat membantu UMKM untuk mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan-pelanggannya dan meningkatkan kesetiaan dan loyalitas pelanggannya dengan cara mengetahui keluhan dari pelanggan dengan cepat dan memenuhi keinginan pelanggan dengan tepat.

Pada saat ini perangkat lunak CRM di pasaran sudah banyak beredar. Kebanyakan yang sudah lebih dahulu menerapkan CRM yaitu perusahaan Amerika dan Eropa. Karena sebagian besar penyedia perangkat lunak CRM adalah perusahaan perangkat lunak asing, inilah yang kemungkinan besar menyebabkan UMKM tidak *interest* menggunakan dan menerapkan perangkat lunak CRM, karena mahalnya perangkat lunak tersebut dan penyedia perangkat lunak asing belum memahami betul proses bisnis UMKM di Banten yang unik. Penelitian Rosalina V (2019) telah menghasilkan sebuah perangkat lunak *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) berbasis android yang sesuai dengan proses bisnis UMKM di Banten dan dapat diunduh secara gratis di *playstore*. Perangkat lunak E-CRM ini diharapkan mampu mengatasi masalah yang dihadapi UMKM di Banten dalam mengelola hubungan dengan pelanggannya. Perangkat lunak E-CRM UMKM ini dapat membantu UMKM dalam meningkatkan loyalitas pelanggannya. Kegiatan pengabdian ini merupakan keberlanjutan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, dengan harapan agar hasil penelitian ini dapat diterapkan dan dimanfaatkan oleh masyarakat luas.

Berdasarkan survey Rosalina V (2017) pada Himpunan Pengusaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia (HIPMIKINDO) Cabang Banten, yaitu 30 usaha UMKM di Banten. Mereka secara umum masih mempunyai tingkat pengetahuan yang sangat rendah terhadap *Customer Relationship Management* yang rendah (tabel 1) dan sebagian besar telah memanfaatkan *smartphone* (tabel 2) . Hasil survey inilah kemudian yang melatarbelakangi implementasi E-CRM UMKM berbasis android di wilayah Banten.

Tabel 1. Level/Tingkat Pengetahuan CRM

No	Pengetahuan CRM	UMKM
1	Sangat Tidak Tahu	30
2	Tidak Tahu	0
3	Tahu	0
4	Sangat Tahu	0

Sumber : Rosalina V, 2017

Dan dalam kegiatan bisnisnya sehari-hari, sebagian besar UMKM menggunakan dan memanfaatkan *smartphone* / gawai yang terdapat pada tabel 2.

Tabel 2. Level/Tingkat Pemanfaatan Gawai

No	Pemanfaatan <i>Smartphone</i>	UMKM
1	Sangat Tidak Pernah	0
2	Kadang-kadang	1
3	Sering	0
4	Sangat Sering	29

Sumber : Rosalina V, 2017

Ada beberapa kendala pada UMKM di Banten pada umumnya dan di desa Kelapa Kurung khususnya dalam manajemen hubungan baik dengan pelanggannya. Inilah yang mengakibatkan berkurangnya loyalitas pelanggan secara signifikan. Adapun kendala-kendala tersebut adalah :

- Kurangnya pemahaman tentang pemanfaatan perangkat lunak E-CRM UMKM.
- UMKM belum memiliki database pelanggannya dan belum mengelola hubungan baik dengan pelanggannya.
- UMKM belum mengelola keluhan pelanggannya dengan baik.
- UMKM tidak dapat memonitoring dan mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggannya.
- UMKM sebagian besar belum memasarkan produk-produknya secara lebih luas.

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat pengenalan perangkat lunak *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di desa Kelapa Kurung ini adalah sebagai berikut:

- Agar para pelaku UMKM di desa Kelapa Kurung mengenal perangkat lunak E-CRM UMKM dan menularkan pengetahuan tersebut kepada pelaku UMKM yang lain.
- Agar para pelaku UMKM di Desa Kelapa Kurung dalam kegiatan proses bisnisnya dapat menggunakan dan memanfaatkan perangkat lunak E-CRM untuk meningkatkan loyalitas pelanggannya agar tidak beralih ke produk lain atau perusahaan lain.

METODE

Metode Penyelesaian Masalah

Dalam menangani permasalahan yang dihadapi oleh UMKM-UMKM di desa Kelapa Kurung digunakan 2 (dua) metode pendekatan, yaitu:

a. Metode *Action Research*

“Metode *action research* adalah jenis program tindakan yang dapat menghasilkan edukasi baru untuk memecahkan permasalahan atau memperbaiki masalah dalam kehidupan praktis” (Kleiman et al. 2001). Tujuan dari metode *action research* ini adalah:

- (1) Menemukan metode baru untuk memecahkan permasalahan secara praktis oleh tim pelaksana program pengabdian masyarakat,
- (2) Menghasilkan metode yang lebih efektif dan efisien dalam memecahkan permasalahan secara praktis oleh pemilik masalah di lapangan (Burns, 1994).

Dalam *action research* sangat penting sekali keikutsertaan dan kerja sama antara tim pelaksana program pengabdian masyarakat dengan pemangku masalah (*problem owner*). Hubungan yang saling memberi keuntungan antara tim pelaksana program pengabdian dan *problem owner* terdapat pada pemahaman terhadap permasalahan yang musti dipecahkan bersama-sama, adanya *skill*, adanya *experience*, dan kompetensi agar proses pelaksanaan program dapat terlaksana dan pengembangannya bisa tercapai secara maksimal. *Action research* partisipatif adalah penggabungan antara penelitian (*research*) dan tindakan (*action*) yang dilakukan secara partisipatif dalam peningkatan berbagai aspek kehidupan di masyarakat. Dalam program kegiatan pengabdian masyarakat ini dosen-dosen Universitas Serang Raya (UNSERA) dari berbagai berlatarbelakang keilmuan sebagai tim pelaksana program pengabdian masyarakat. Membantu UMKM di Desa Kelapa Kurung yang merupakan salah satu pemangku masalah.

b. Metode *Peer Coaching*.

Metode *peer coaching* (pembinaan mitra) merupakan suatu metode yang dilaksanakan dalam rangka mentransfer pengetahuan, informasi, pesan, dan ide-ide, yang dilaksanakan oleh mitra. Di sini tim pelaksana program yaitu dosen Universitas Serang Raya (UNSERA) merupakan mitra bagi UMKM-UMKM di Desa Kelapa Kurung. Hal ini bertujuan agar tim pelaksana program pengabdian masyarakat dapat melakukan observasi dan studi lapangan untuk mendapatkan data yang sebanyak-banyaknya tentang proses bisnis UMKM dan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di desa Kelapa Kurung. Sedangkan teknik penyampaian pengenalan perangkat lunak E-CRM bagi pelaku UMKM di Desa Kelapa Kurung adalah presentasi, tanya jawab, diskusi, *pretest/posttest*, dan kuisisioner.



Gambar 1. Metode Penyelesaian Masalah

Tahapan Program Kegiatan

Tahapan-tahapan program kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan menjadi solusi terhadap masalah-masalah yang terjadi pada UMKM-UMKM di Desa Kelapa Kurung. Tahapan program kegiatan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan studi lapangan pendahuluan untuk mengetahui mengidentifikasi permasalahan terkait CRM pada UMKM-UMKM di desa Kelapa Kurung.
- b. Melakukan studi literatur terkait model bisnis UMKM di Indonesia, CRM, dan pemanfaatan CRM UMKM di negara lain yang lebih maju.
- c. Melakukan survei dan pengamatan langsung terhadap UMKM-UMKM di Desa Kelapa Kurung terkait pengetahuan tentang perangkat lunak E-CRM UMKM.
- d. Melakukan pengenalan perangkat lunak E-CRM UMKM untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada UMKM-UMKM di desa Kelapa Kurung.

Melakukan monitoring dan evaluasi terhadap hasil kegiatan pelatihan untuk dilakukan perbaikan di kegiatan pengabdian selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

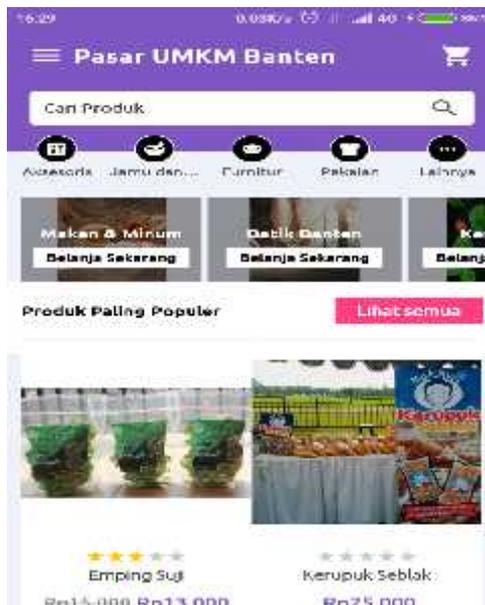
Pengenalan perangkat lunak E-CRM UMKM sebagai usaha untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada UMKM telah dilaksanakan terhadap 6 (enam) UMKM di desa Kelapa Kurung kecamatan Kramatwatu kabupaten Serang provinsi Banten pada tanggal 6 Agustus 2019 sebagai mitra. Adapun materi yang diberikan dalam program kegiatan ini adalah :

- a. Sekilas tentang apa itu *Customer Relationship Management* dan apa manfaatnya bagi UMKM.
- b. Apa itu perangkat lunak E-CRM UMKM.
- c. Cara men-*download* perangkat lunak E-CRM UMKM dari *playstore* dan instalasinya pada *smartphone*.
- d. Cara registrasi menggunakan perangkat lunak E-CRM UMKM.
- e. Cara menjual dan mengelola produk-produk UMKM menggunakan perangkat lunak E-CRM UMKM.
- f. Cara mengelola data-data pelanggan menggunakan perangkat lunak E-CRM UMKM.
- g. Cara mengelola keluhan pelanggan menggunakan perangkat lunak E-CRM UMKM.
- h. Cara mengelola testimoni pelanggan menggunakan perangkat lunak E-CRM UMKM.
- i. Cara mengelola jejak pengiriman menggunakan perangkat lunak E-CRM UMKM.
- j. Cara mengelola dan melihat tingkat kepuasan pelanggan menggunakan perangkat lunak E-CRM UMKM.
- k. Motivasi bagi UMKM agar selalu mengikuti teknologi yang terus berkembang untuk kemajuan UMKM.

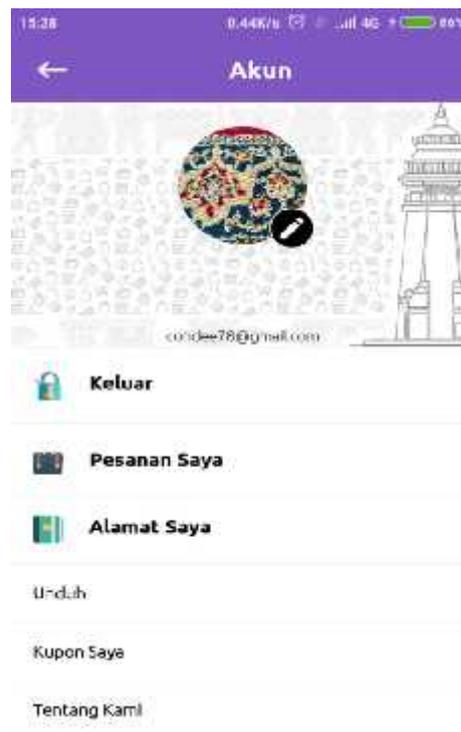
Published December 2019

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan

ISSN : 1693-7600 (Print), ISSN : 2598-0157 (Online), <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan>



Gambar 2. Kelola Produk Pada Perangkat lunak E-CRM UMKM



Gambar 3. Kelola Akun Pada Perangkat lunak E-CRM UMKM

Tabel 4 merupakan 10 pertanyaan yang dibuat untuk dijawab oleh UMKM-UMKM sebagai peserta pelatihan/pengenalan E-CRM UMKM. Hasil jawaban pertanyaan ini digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan program kegiatan.

Tabel 4. Daftar Pertanyaan *Pre Test* dan *Post Test*

No	Pertanyaan-Pertanyaan
1	Apa itu perangkat lunak E-CRM UMKM ?
2	Jelaskan cara menginstall perangkat lunak E-CRM UMKM?
3	Jelaskan cara mendaftar pada E-CRM UMKM?
4	Jelaskan cara mengelola penjualan produk pada E-CRM UMKM?
5	Jelaskan cara melihat pesanan menggunakan E-CRM UMKM
6	Jelaskan cara mengelola data pelanggan melalui E-CRM UMKM ?
7	Jelaskan cara mengelola keluhan pelanggan menggunakan E-CRM UMKM?
8	Jelaskan cara mengelola testimoni pelanggan menggunakan E-CRM UMKM ?
9	Jelaskan cara mengelola jejak pengiriman pelanggan menggunakan E-CRM UMKM ?
10	Jelaskan cara mengetahui tingkat kepuasan pelanggan menggunakan E-CRM UMKM ?

Dari pertanyaan *pre test* di atas kepada enam pelaku UMKM tersebut ada sebesar 100% belum mengenal dan memahami perangkat lunak E-CRM UMKM (lihat tabel 4).

Tabel 4. Data Hasil *Pre Test* Responden

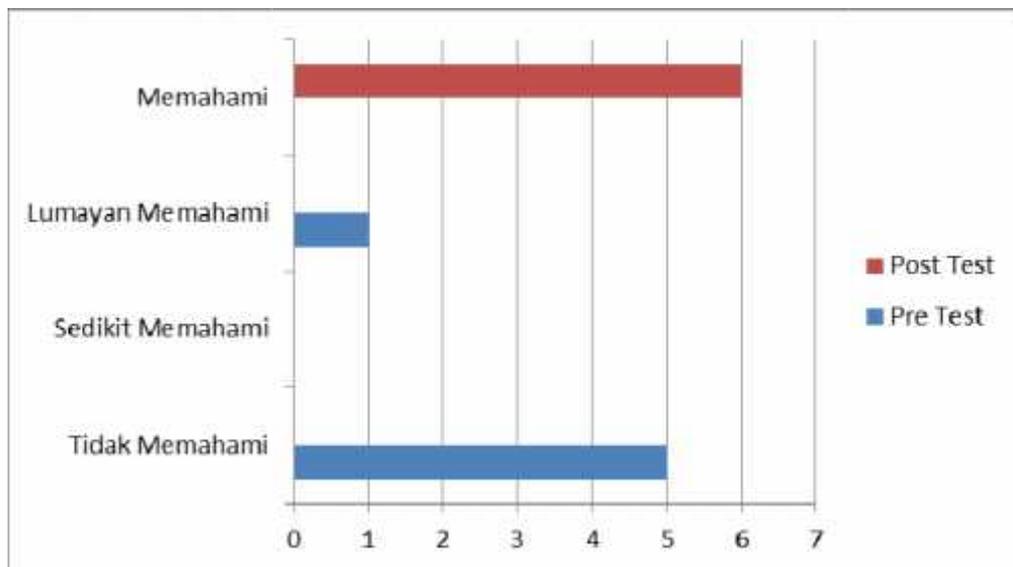
No	Tingkat Pengetahuan	UMKM
1	Tidak Mengetahui	5
2	Sedikit Mengetahui	0
3	Lumayan Mengetahui	1
4	Mengetahui	0

Dari hasil *post test* yang dilakukan setelah dilakukannya pengenalan perangkat lunak *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM), didapatkan hasil bahwa 100% pelaku UMKM di desa Kelapa Kurung memahami penggunaan perangkat lunak E-CRM UMKM dan dapat memanfaatkan perangkat lunak E-CRM UMKM dalam meningkatkan loyalitas pelanggannya.

Tabel 5. Data Hasil *Post Test* Responden

No	Tingkat Pengetahuan	UMKM
1	Tidak Mengetahui	0
2	Sedikit Mengetahui	0
3	Lumayan Mengetahui	0
4	Mengetahui	6

Berikut ini adalah grafik hasil perbandingan tingkat pengetahuan dan pemahaman perangkat lunak e-CRM UMKM setelah dilakukan kegiatan pengabdian pengenalan perangkat lunak E-CRM UMKM kepada UMKM di Desa Kelapa Kurung :



Gambar 3. Grafik Perbandingan Hasil *Pre Test* dan *Post Test* Pengenalan Perangkat Lunak E-CRM UMKM di Desa Kelapa Kurung

SIMPULAN

Program kegiatan pengabdian masyarakat pengenalan perangkat lunak E-CRM UMKM di desa Kelapa Kurung bisa dikatakan sukses dan berhasil, diukur dari meningkatnya pengetahuan UMKM di desa Kelapa Kurung terhadap penggunaan Perangkat lunak E-CRM UMKM yaitu sebesar 100%.

DAFTAR PUSTAKA

- Riski Putri. 2018. Jumlah UMKM Tumbuh Pesat, Kabar Banten tanggal 20 Maret 2018.
- Rifa'i, B. 2013. Efektivitas Pemberdayaan UMKM Krupuk Ikan dalam Program Pengembangan Labsite Pemberdayaan Masyarakat Desa Kedung Rejo Kecamatan Jabon Kabupaten Sidoarjo. *Kebijakan dan Manajemen Publik*, 130-136.
- Rosalina, Vidila, dkk. 2017. Sosialisasi Manfaat E-CRM dalam Upaya Meningkatkan Retensi Pelanggan UMKM Cilegon. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Wikrama Parahita* Vol 1 No 1, November 2017.
- Rosalina, Vidila, dkk. 2019. *Pengenalan Perangkat lunak Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Desa Harjatani*, KUAT: Keuangan dan Akuntansi Terapan vol.2 (2) , 2019.
- Rosalina, Vidila, dkk. 2019. *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Application as Efforts to Increase Customer Retention of Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Banten Indonesia*, *International Journal of Computer Applications (0975 – 8887) Volume 182, January 2019*.
- Sawitri,P., Wulandari, L., Simri, L.I.W. 2012. CRM untuk UKM, Konferensi Nasional Sistem Informasi 2012, STMIK - STIKOM Bali 23-25 Pebruari 2012.