Jurnal Minfo Polgan
Volume 12, Nomor 2, Juni 2023 e-ISSN : 2797-3298
DOI : https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.12506 p-ISSN : 2089-9424

Terbit : 01 Juni 2023

Analisa Penerapan Manajemen Hubungan Pelanggan Pada UMKM MM. Gemini di Kota Batam

[1]Dr. Golan Hasan, S.E., M.Si, [2] Jenny Lim, [3]Nicholas Fernandes, [4] Raymond, [5]Thomas Eddison
[1, 2,3, 4, 5]Universitas Internasional Batam

[1]golan.hasan@uib.edu, [2]2041299.jenny@uib.edu, [3]2041222.nicholas@uib.edu, [4]2041147.raymond@uib.edu, [5]2041304.thomas@uib.edu

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis penerapan manajemen hubungan pelanggan pada UMKM MM. Gemini di Kota Batam dengan menggunakan metode literatur. Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan wawasan tentang bagaimana UMKM MM. Gemini dapat menerapkan konsep dan praktik manajemen hubungan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan, serta mempertahankan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode literatur, di mana data dan informasi diperoleh melalui studi dan analisis pustaka yang relevan dengan topik penelitian. Temuan riset mengindikasikan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM)UMKM MM. Gemini dapat menerapkan manajemen hubungan pelanggan dengan sukses dengan mengadopsi beberapa konsep dan praktik yang terbukti efektif. Konsep-konsep yang relevan termasuk pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, personalisasi pelayanan, komunikasi dua arah, pemeliharaan hubungan jangka panjang, serta penggunaan teknologi untuk memfasilitasi interaksi dengan pelanggan. Dengan menerapkan praktik-praktik ini, UMKM MM. Gemini dapat membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, meningkatkan kepuasan mereka, dan memperoleh loyalitas yang tinggi.

Kata Kunci: Analisa; Hubungan Pelanggan; Kota Batam; Manajemen; UMKM

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang semakin ketat mendorong UMKM untuk mengutamakan manajemen hubungan pelanggan sebagai strategi untuk mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kota Batam, sebagai pusat ekonomi di Indonesia, memiliki sejumlah besar UMKM yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi daerah. Karena itu, perhatian penelitian ini akan difokuskan pada UMKM MM. Gemini untuk menganalisis penerapan manajemen hubungan pelanggan dan mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi pada keberhasilan bisnis mereka.

Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) sangat signifikan dalam menggerakkan perekonomian lokal. Di Kota Batam, terdapat banyak UMKM yang aktif, termasuk UMKM MM. Gemini, yang bergerak dalam penjualan oleh-oleh khas Kota Batam. Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin sengit, penerapan manajemen hubungan pelanggan sangat relevan bagi UMKM MM. Gemini untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar serta kepuasan pelanggan.

Mengelola hubungan pelanggan (customer relationship management) menjadi faktor utama dalam membentuk dan memelihara hubungan yang positif dengan pelanggan. Customer Relationship Management (CRM) merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk membangun

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Jurnal Minfo Polgan
Volume 12, Nomor 2, Juni 2023 e-ISSN : 2797-3298
DOI : https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.12506 p-ISSN : 2089-9424

dan meningkatkan interaksi antara perusahaan dan pelanggan, dengan tujuan meningkatkan tingkat loyalitas pelanggan terhadap pembelian (Ari Suryaningsih, 2022). Di industri oleh-oleh di Kota Batam yang sangat kompetitif, UMKM MM. Gemini perlu menerapkan strategi yang efektif untuk menjaga loyalitas pelanggan, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan membedakan diri dari pesaing.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sudarwati et al., n.d.) telah mengkaji manajemen hubungan pelanggan untuk usaha mikro, kecil, dan menengah. Temuan penelitian menunjukkan bahwa prioritas utama bagi UMKM adalah memahami dengan baik Manajemen Hubungan Pelanggan (MHP) yang sesuai dengan apa yang mereka perlukan. Hal ini akan mempengaruhi pemilihan jenis MHP yang paling cocok untuk diterapkan dan bagaimana UMKM mengimplementasikannya. Keseimbangan antara tiga elemen utama dalam MHP, yaitu faktor manusia, sistem dan proses, serta teknologi, juga menjadi faktor krusial dalam keberhasilan penerapan MHP.

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis penerapan manajemen hubungan pelanggan pada UMKM MM. Gemini di Kota Batam. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi praktik-praktik manajemen hubungan pelanggan yang diterapkan oleh UMKM MM. Gemini dan menganalisis dampaknya terhadap keputusan pembelian pelanggan serta keberhasilan bisnis UMKM tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Hubungan Pelanggan

Teori Manajemen Hubungan Pelanggan merupakan suatu pendekatan strategis yang bertujuan untuk membentuk dan menjaga hubungan yang solid antara perusahaan dan pelanggan. Prinsip ini berdasarkan pemahaman bahwa pelanggan merupakan aset berharga bagi perusahaan dan menjaga hubungan yang baik dengan mereka dapat memberikan manfaat jangka panjang.

Manajemen hubungan pelanggan melibatkan proses pengembangan dan pengelolaan hubungan dengan pelanggan di tingkat organisasi dengan cara memahami, memprediksi, dan mengelola kebutuhan pelanggan berdasarkan pengetahuan yang diperoleh tentang mereka. Tujuan utamanya adalah meningkatkan kinerja, efisiensi, dan keuntungan organisasi (Fadly & Wantoro, 2019).

Implementasi dan penggunaan Manajemen Hubungan Pelanggan (Customer Relationship Management - CRM) di UKM memberikan manfaat signifikan, baik dalam kinerja keuangan maupun aktivitas bisnis sehari-hari, menurut (Gil-Gomez, Guerola-Navarro, Oltra-Badenes, & Lozano-Quilis, 2020). Dengan kata lain, peningkatan pengalaman pelanggan secara keseluruhan berkontribusi pada tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Akhirnya, hal ini memberikan dampak positif terhadap profitabilitas perusahaan.

Komponen-komponen Manajemen Hubungan Pelanggan

MHP (Manajemen Hubungan Pelanggan) membimbing perusahaan untuk membangun hubungan yang solid dan berkelanjutan dengan pelanggan, meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan, dan memberikan nilai tambah bagi mereka. Implementasi MHP melibatkan penggunaan teknologi informasi dan sistem yang membantu dalam mengumpulkan, menganalisis, dan mengelola data pelanggan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan proses komunikasi, pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan, serta memberikan pengalaman yang personal dan relevan bagi pelanggan (Ngelyaratan, Soediantono, Staf, Tni, & Laut, 2022).

Menurut (Hijriani & Ahmad Maulana, n.d.), terdapat tiga komponen dasar dalam manajemen hubungan pelanggan, yaitu pelanggan (customer), hubungan (relationship), dan manajemen. Pelanggan merupakan aset yang menguntungkan baik dalam jangka waktu saat ini maupun di masa depan, dan Manajemen Hubungan Pelanggan (MHP) berfungsi sebagai pendekatan pemasaran yang didasarkan pada pemahaman mengenai pelanggan. Hubungan merujuk pada interaksi antara pelanggan dan organisasi yang dapat terjadi dalam berbagai jangka waktu, seperti jangka pendek, jangka panjang, berkelanjutan, atau sekali saja. Sementara itu, manajemen

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Jurnal Minfo Polgan
Volume 12, Nomor 2, Juni 2023 e-ISSN : 2797-3298
DOI : https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.12506 p-ISSN : 2089-9424

melibatkan pengelolaan informasi atau data yang diperoleh dari pelanggan selama interaksi tersebut. Oleh karena itu, Customer Relationship Management (CRM) melibatkan fokus pada pelanggan sebagai sumber keuntungan, pembangunan hubungan yang kuat antara pelanggan dan organisasi, serta pengelolaan informasi pelanggan guna meningkatkan pelayanan.

UMKM

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang signifikan dalam perekonomian sebuah negara. Secara umum, UMKM terdiri dari usaha yang beroperasi dengan skala kecil atau menengah, memiliki jumlah karyawan yang terbatas, dan aset yang relatif kecil. UMKM dapat mencakup berbagai sektor, seperti perdagangan, jasa, manufaktur, dan pertanian.

Secara keseluruhan, UMKM adalah jenis usaha yang berdiri sendiri dan fokus pada pemberdayaan masyarakat dengan tujuan menciptakan peluang kerja. Jika UMKM mengalami pertumbuhan yang cepat, maka akan ada peluang pekerjaan bagi individu dengan keterampilan terbatas yang sedang mencari pekerjaan. Sebagai hasilnya, ketika posisi pekerjaan terisi, para pencari kerja dan penganggur dapat mendapatkan pekerjaan dan pendapatan yang memadai, yang akan mendukung kehidupan mereka. Selain itu, hal ini juga akan berperan dalam meningkatkan pendapatan per kapita dan kesejahteraan umum di masyarakat secara keseluruhan (Windusancono, 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kajian literatur untuk menganalisis implementasi manajemen hubungan pelanggan pada UMKM MM. Gemini di Kota Batam. Pendekatan kajian literatur dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis berbagai referensi yang berkaitan dengan teori dan konsep manajemen hubungan pelanggan. Selain itu, data sekunder seperti publikasi ilmiah, buku, jurnal, dan dokumen terkait akan digunakan untuk mendukung analisis dan pemahaman tentang penerapan manajemen hubungan pelanggan pada UMKM tersebut. Metode penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan komprehensif mengenai bagaimana UMKM MM. Gemini di Kota Batam mengimplementasikan manajemen hubungan pelanggan, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan penerapan CRM dalam konteks UMKM tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Manajemen Hubungan Pelanggan Pada UMKM MM. Gemini

UMKM MM. Gemini adalah sebuah perusahaan kecil dan menengah yang beroperasi di Kota Batam dan mengkhususkan diri dalam penjualan oleh-oleh khas daerah tersebut. Usaha ini menawarkan berbagai produk unik yang menarik bagi wisatawan dan penduduk setempat. Dalam penelitian ini, dilakukan analisis terhadap implementasi manajemen hubungan pelanggan pada UMKM MM. Gemini untuk memperoleh pemahaman tentang bagaimana perusahaan ini menjalin hubungan yang kuat dengan pelanggannya.

Dalam analisa penerapan manajemen hubungan pelanggan, UMKM MM. Gemini mengimplementasikan strategi yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Salah satu upaya yang dilakukan adalah menerapkan sistem CRM (*Customer Relationship Management*) untuk mengelola data pelanggan., memahami preferensi mereka, dan memberikan pelayanan yang personal. Manajemen hubungan pelanggan merupakan pendekatan strategis dalam bisnis yang didasarkan pada teori pemasaran hubungan. Pendekatan ini melibatkan upaya dalam memperoleh, mempertahankan, dan berkolaborasi dengan pelanggan terpilih guna menciptakan nilai yang superior bagi perusahaan dan pelanggan (Dewnarain, Ramkissoon, & Mavondo, 2019).

Pemahaman yang baik tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan adalah salah satu aspek penting dalam implementasi manajemen hubungan pelanggan. UMKM MM. Gemini berupaya untuk memahami dengan baik kebutuhan pelanggan agar dapat menyediakan produk dan layanan yang cocok. Dalam upaya ini, UMKM MM. Gemini menggunakan sistem CRM untuk mengelola

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Jurnal Minfo Polgan
Volume 12, Nomor 2, Juni 2023 e-ISSN : 2797-3298
DOI : https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.12506 p-ISSN : 2089-9424

informasi pelanggan, termasuk riwayat transaksi, preferensi produk, dan umpan balik pelanggan. Data ini dimanfaatkan untuk memberikan pelayanan yang personal dan relevan kepada pelanggan.

UMKM MM. Gemini juga menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Strategi pemasaran adalah serangkaian langkah atau rencana yang dirancang dan dilaksanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kegiatan pemasaran (Syah, Fasa, & Suharto, 2021). Dalam strategi ini, UMKM MM. Gemini menggunakan berbagai saluran komunikasi, termasuk media sosial, untuk berinteraksi dengan pelanggan. Melalui saluran tersebut, UMKM MM. Gemini dapat menyampaikan informasi tentang produk terbaru, melaksanakan promosi khusus, dan memberikan dukungan pelanggan secara efisien.

Dengan menerapkan manajemen hubungan pelanggan, UMKM MM. Gemini di Kota Batam dapat memperoleh sejumlah manfaat yang signifikan. Beberapa manfaat yang dapat diperoleh termasuk peningkatan tingkat kepuasan pelanggan, peningkatan loyalitas dan retensi pelanggan, peningkatan efisiensi operasional, serta peningkatan keuntungan finansial. Dengan mengembangkan relasi yang solid dengan pelanggan dan menyediakan pelayanan yang baik, UMKM MM. Gemini dapat memperkuat posisinya di pasar, meningkatkan reputasinya, dan mencapai keuntungan yang berkelanjutan.

Manfaat dari Penerapan Manajemen Hubungan Pelanggan Pada UMKM MM. Gemini

Penerapan MHP pada UMKM MM. Gemini di Kota Batam memberikan berbagai manfaat yang signifikan bagi perusahaan. MHP merupakan pendekatan terpadu untuk mengidentifikasi, memperoleh, dan mempertahankan pelanggan. Dengan MHP, perusahaan dapat memanfaatkan setiap interaksi dengan pelanggan dan mencapai efisiensi organisasi yang unggul. MHP memungkinkan perusahaan mengelola dan mengatur pengalaman pelanggan melalui berbagai platform, tim, lini bisnis, dan area geografis (Nuseir & Refae, 2022).

Pertama, penerapan MHP membantu UMKM MM. Gemini memperkuat interaksi dengan pelanggan. Dengan menggunakan sistem MHP yang efektif, UMKM dapat lebih memahami dan merespons kebutuhan serta preferensi pelanggan. Ini memungkinkan perusahaan memberikan layanan yang lebih personal, relevan, dan memuaskan, sehingga meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Dengan membangun hubungan yang lebih kuat, pelanggan cenderung menjadi loyal dan berpotensi melakukan pembelian berulang, yang berkontribusi pada pertumbuhan bisnis UMKM MM. Gemini.

Kedua, penerapan MHP membantu UMKM MM. Gemini meningkatkan efisiensi operasional. Dengan menggunakan sistem MHP yang terintegrasi dengan baik, UMKM dapat mengelola data pelanggan secara lebih efisien. Informasi pelanggan yang terpusat dan mudah diakses memungkinkan perusahaan melakukan analisis yang lebih baik, mengidentifikasi peluang bisnis, dan mengoptimalkan kegiatan pemasaran dan penjualan. Selain itu, UMKM juga dapat mengotomatisasi proses bisnis yang berulang, seperti pengiriman pesan promosi atau tindak lanjut kepada pelanggan, sehingga menghemat waktu dan sumber daya perusahaan.

Selain itu, penerapan MHP juga membantu UMKM MM. Gemini meningkatkan citra merek dan reputasi perusahaan. Dengan memberikan pengalaman pelanggan yang positif, UMKM dapat membangun hubungan yang solid dengan pelanggan dan menciptakan kesan positif tentang perusahaan. Pelanggan yang puas memiliki potensi menjadi duta merek yang efektif, mempromosikan produk atau layanan UMKM kepada orang lain, dan meningkatkan kesadaran merek secara keseluruhan. Hal ini memberikan keuntungan kompetitif bagi UMKM MM. Gemini di pasar yang semakin kompetitif.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan dan diskusi dari penelitian ini, penerapan MHP pada UMKM MM. Gemini memungkinkan perusahaan Untuk memperkuat ikatan dengan pelanggan dan meningkatkan tingkat kepuasan mereka, dan memberikan nilai tambah bagi mereka. Dengan menggunakan teknologi informasi dan sistem yang sesuai, UMKM MM. Gemini dapat mengoptimalkan proses komunikasi, pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa penerapan CRM dapat membantu UMKM

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

MM. Gemini meningkatkan loyalitas pelanggan, mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan layanan dan dukungan pelanggan, mencapai efisiensi yang lebih tinggi, dan mengurangi biaya. Selain itu, penggunaan CRM memungkinkan perusahaan untuk memberikan pengalaman personal dan relevan kepada pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi pada kesuksesan bisnis dan profitabilitas UMKM MM. Gemini.

Secara keseluruhan, analisis tentang penerapan Manajemen Hubungan Pelanggan pada UMKM MM. Gemini di Kota Batam menunjukkan adanya potensi besar untuk meningkatkan kinerja bisnis dan mencapai keberhasilan jangka panjang. Oleh karena itu, disarankan kepada UMKM lainnya untuk mempertimbangkan penerapan MHP sebagai strategi efektif untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan dan meraih keunggulan kompetitif di pasar yang semakin kompetitif.

Selain itu, kami merekomendasikan agar UMKM MM. Gemini dapat memperkuat interaksi dan komunikasi dengan pelanggan. UMKM MM. Gemini dapat memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, seperti media sosial, email, atau pesan langsung, untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan. Menjaga saluran komunikasi terbuka dan responsif membantu memperkuat ikatan yang lebih erat dengan pelanggan dan memberikan pengalaman yang personal dan relevan.

REFERENSI

Ari Suryaningsih, D. (2022). Customer Relationship Management PT Agrapana Wukir Panca. *Journal Research of Social, Science, Economics, and Management*, *1*(11). https://doi.org/10.36418/jrssem.v1i11.197

Dewnarain, S., Ramkissoon, H., & Mavondo, F. (2019). Social customer relationship management: An integrated conceptual framework. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, *28*(2), 172–188. https://doi.org/10.1080/19368623.2018.1516588

Fadly, M., & Wantoro, A. (2019). *Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian 2019 IBI DARMAJAYA Bandar Lampung*.

Gil-Gomez, H., Guerola-Navarro, V., Oltra-Badenes, R., & Lozano-Quilis, J. A. (2020). Customer relationship management: digital transformation and sustainable business model innovation. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja* , *33*(1), 2733–2750. https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1676283

Hijriani, A., & Ahmad Maulana, F. (n.d.). *Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada Usaha Mikro Bidang Retail Studi Kasus CV Duta Square Bandar Lampung*.

Ngelyaratan, D., Soediantono, D., Staf, S., Tni, K., & Laut, A. (2022). Customer Relationship Management (CRM) and Recommendation for Implementation in the Defense Industry: A Literature Review. In *Journal of Industrial Engineering & Management Research* (Vol. 3). Retrieved from http://www.jiemar.org

Nuseir, M., & Refae, G. El. (2022). The effect of digital marketing capabilities on business performance enhancement: Mediating the role of customer relationship management (CRM). *International Journal of Data and Network Science*, *6*(2), 295–304. https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.1.008

Sudarwati, Y., Izzaty, dan, Pendidikan dan Pelatihan, P., Jenderal DPR Gedung Sekretariat Jenderal DPR RI, S. R., Jenderal Gatot Subroto, J., Penelitian, P., & Jenderal DPR Gedung Nusantara, S. R. (n.d.). *MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN BAGI USAHA MIKRO, KECIL, DAN*

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

e-ISSN : 2797-3298
p-ISSN : 2089-9424

MENENGAH (Customer Relationship Management for Micro, Small, and Medium Enterprises) (Vol. 13).

Syah, R. F., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *4*(1), 62–72. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.364

Windusancono, B. A. (2021). Upaya Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal Mimbar Administrasi*, *18*(1).

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.