

# Implementasi Strategi CRM dan Penggunaan Digital Marketing pada UMKM di Credit Union Madani Kotabumi Tangerang

Cynthia<sup>1)</sup>, Cindy Anisya<sup>2)</sup>, Devania Widya<sup>3)</sup>, Diana Silaswara<sup>4)</sup>, Puti Lenggo Ginny<sup>5)</sup> Metta Susanti<sup>6)</sup>, Suryadi Winata<sup>7)</sup>, Limajatini<sup>8)</sup>

<sup>12345678</sup>Fakultas Bisnis, Universitas Buddhi Dharma

Email : cynthia@gmail.com, bong.cindyanisya@gmail.com, devaniawidya@gmail.com, diana.silaswara@ubd.ac.id, puti.lenggo@ubd.ac.id, metta.susanti@ubd.ac.id, suryadi@buddhidharma.ac.id, limajatini@buddhidharma.ac.id

## **Abstract**

*This student creativity development activity was carried out based on the collaboration between the Faculty of Business, Buddhi Dharma University and KSP Madani which was held at KSP Madani Credit Union Kotabumi, Tangerang City, Banten Province. The training participants are UMKM members of cooperatives, and the activities are carried out within a period of three months, with training activities planned in the form of focus group discussions, material presentations and interactive question-and-answer between the giver of materials and training and mentoring participants.*

*The material provided was in accordance with the needs requested by KSP Madani at the beginning of the meeting, namely knowledge and implementation of Customer Relationship Management (CRM) for UMKM actors under the guidance of KSP Credit Union Madani. Participants from the training are members of the Madani cooperative, which are UMKM business actors in the Culinary and Services sector*

*The output plan of this student creativity development activity is in the form of improving the performance of cooperative management.*

*Keywords: CRM, Cooperative, UMKM*

## PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang sangat besar pada hampir semua sector kehidupan terutama pada sektor ekonomi. Sektor ekonomi yang paling merasakan dampak yaitu pada kegiatan bisnis UMKM. UMKM sendiri memiliki peran yang cukup penting terhadap perekonomian di Indonesia yaitu meliputi penyediaan lapangan sebesar 99%, Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional sebesar 60,34%, total ekspor sebesar 14,17%, total investasi sebesar 51,18% dan total tenaga kerja dari data BPS tahun 2020 sebesar 89,20%.<sup>1</sup> Pada saat krisis moneter dan krisis keuangan global dimana saat itu banyak perusahaan-perusahaan skala besar banyak yang tumbang, sebaliknya sektor UMKM sebagai penyelamat dan penopang perekonomian nasional. UMKM saat itu mampu menggerakkan ekonomi dan menjaga daya beli masyarakat.

Namun, kondisi ini jauh berbeda saat pandemic Covid-19 yang melanda seluruh dunia, salah satunya Indonesia. Hasil survei menunjukkan bahwa kegiatan bisnis para pelaku UMKM sangat berdampak oleh pandemic COVID-19 yang sedang terjadi sekarang ini. Hal ini ditunjukkan dengan adanya penurunan omset, penuruanan order, dan penurunan pendapatan serta kendala-kendala lain yang terkait dengan kegiatan usaha yaitu proses prduksi, pemasaran, dan distribusi. Salah satu UMKM yang berdampak dengan adanya pandemi COVID-19 yaitu UMKM yang terdapat pada Koperasi Madani Kotabumi Tangerang. UMKM ini terdiri dari usaha jasa, ritel, F&B. Hampir semua UMKM di Koperasi Madani Kotabumi Tangerang sulit bertahan dengan kondisi saat ini.

Dan berdasarkan banyak pengalaman dari praktisi serta teori yang berkembang, diketahui bahwa salah satu cara untuk bertahan dalam kondisi seperti saat ini adalah jika produsen dapat lebih aktif dalam memasarkan produknya dan lebih mendekatkan diri mereka dengan pelanggan. Hal tersebut telah banyak dilakukan oleh perusahaan dan industri perbankan dimana produsen merubah strategi “menunggu bola” menjadi strategi “menjemput bola”, yaitu produsen tidak hanya menunggu kedatangan konsumen atau pelanggan untuk melakukan transaksi pembelian, tetapi produsen menawarkan diri untuk memenuhi kebutuhan konsumen sebelum diminta atau diperlukan. Hal ini belum diterapkan oleh UMKM yang terdapat

pada Koperasi Madani Kotabumi Tangerang. Atas dasar latar belakang permasalahan di atas, maka judul dari penelitian ini adalah **Kegiatan Implementasi Strategi CRM pada UMKM di Koperasi Madani Kotabumi Tangerang.**

## RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang sudah dijelaskan rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kegiatan pelatihan CRM memberikan dampak positif untuk pelaku UMKM di Koperasi Madani Kotabumi Tangerang?
2. Bagaimana pola pelaksanaan implementasi CRM yang tepat bagi pelaku UMKM di Koperasi Madani Kotabumi Tangerang?

## TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah menjawab persoalan yang ada di dalam rumusan masalah, yaitu:

1. Mengidentifikasi kegiatan pelatihan CRM yang tepat untuk pelaku UMKM di Koperasi Madani Kotabumi Tangerang.
2. Memberikan usulan atau rekomendasi kepada pelaku UMKM di Koperasi Madani Kotabumi Tangerang mengenai implementasi yang dilakukan.

## METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dalam pelatihan ini diawali dari observasi di lokasi dan untuk mengetahui persoalan dari UMKM yang berada di bawah mitra maka dilakukan diskusi antara mahasiswa dan pelaku UMKM. Hasil dari observasi tersebut kemudian dijadikan dasar pemilihan materi pelatihan yang akan diberikan dengan formulasi lebih praktis dan sederhana. Materi pelatihan meliputi analisis SWOT dari pelaksanaan CRM dalam bisnis, sharing persoalan antar peserta, pelayanan internal dan eksternal (service, komunikasi bisnis).

Setelah pelatihan akan dilakukan pendampingan dalam jangka waktu yang ditentukan kemudian bersama KSP Credit Union Madani selaku mitra. Penutup dari kegiatan pengembangan kreativitas mahasiswa ini adalah dengan membagikan kuesioner untuk mengetahui apakah pendampingan yang dilakukan dapat membuat perubahan pada hasil penjualan berdasarkan perubahan pada implementasi CRM.



**Gambar 1 Alur Pelatihan**

Mekanisme pemberian materi pelatihan Dalam pendampingan ini materi yang diberikan berhubungan dengan kebutuhan dari 7 (tujuh) UMKM dibawah bimbingan Koperasi Credit Union Madani yang telah ditunjuk untuk diberikan pendampingan. Dikarenakan UMKM yang mengikuti pelatihan dan pendampingan ini terdiri dari 2 (dua) UMKM di bidang Kuliner dan 5 (lima) UMKM di bidang Jasa, maka pemberian materi pelatihan dan tips yang diberikan akan disesuaikan dengan kebutuhan dari masing-masing bidang UMKM. Dan pada tabel berikut dapat dilihat materi pelatihan *Customer Relationship Management* secara umum.

**Tabel 1 Materi Pelatihan Customer**

NO	Pelatihan	Pembahasan	Jumlah Jam	Tujuan
1	Pengenalan CRM	Definisi, tujuan dan manfaat CRM bagi UMKM	40 menit	Peserta program paham akan Program CRM
2	Implementasi CRM dalam segi Pelayanan	Penggunaan Strategi CRM (termasuk Pelayanan) Pelayanan yang diberikan sesuai dengan strategi CRM	20 menit	Peserta program dapat mengetahui Pelayanan di Masa Pandemi

### PELAKSANAAN KEGIATAN

Dikarenakan kegiatan ini dilaksanakan masih dalam rangka cuti libur lebaran maka peserta kegiatan ini tidak terlalu banyak. Kegiatan yang dilaksanakan pada hari Minggu, tanggal 08 Mei 2022 ini dihadiri oleh 25 orang peserta yang berasal dari pelaku UMKM anggota dan staff dari CU Madani serta mahasiswa yang membantu terselenggaranya kegiatan ini. Berikut *rundown* acara pada hari Minggu, 08 Mei 2022.

**Tabel 2 Rundown acara PKM Tanggal 08 Mei 2022**

I	Waktu	Kegiatan	Tim	Lokasi
	08.00 – 08.30	Persiapan – Registrasi Peserta	Tim Kaprodi	Laptop/daring
	08.30 – 09.00	Pembukaan dan Sambutan	Ketua Pelaksana Perwakilan CU Madani	Laptop/daring
	09.00 – 10.15	Pemaparan materi Customer Relationship Management (CRM) dan tanya - jawab	Diana Silaswara, S.E., M.M.	Laptop/daring
	10.15 – 11.30	Pemaparan materi Digital Marketing dan tanya - jawab	Rinihtha Parameswari, S.Pd., M.Si.	Laptop/daring
	11.30	Penutup	Tim	

relaunan ini merupakan kerjasama antara pihak Cresir Union Madani dengan Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma yang diwakili 3 Prodi : Manajemen, Administrasi Niaga dan Akuntansi. Dalam proses pelaksanaannya, pelatihan ini disampaikan

dalam 4 (empat) tahap acara, yaitu : (1) Pemberian materi, (2) diskusi (tanya – jawab) dan (3) pengisian tes kompetensi dan (4) pemberian souvenir bagi peserta yang sudah berpartisipasi dalam tanya jawab. Dan dikarenakan tes kompetensi diadakan paling akhir sementara sudah banyak peserta yang pulang dan beraktivitas kembali, maka peserta yang mengumpulkan hanya berjumlah 8 (delapan) orang.

Hasil Tes Kompetensi. Berikut adalah hasil test kompetensi yang diberikan kepada peserta pelatihan setelah pelatihan dilaksanakan.

**Tabel 3 Hasil Tes Kompetensi**

No	Pernyataan	Jawaban		
		Ya	Tidak	
1	Apakah program CRM sulit untuk dilaksanakan?	Ya	1	
		Tidak	7	
2	Apakah program CRM sulit untuk dilaksanakan?	Ya	8	
		Tidak	0	
3	Fokus melayani pelanggan lama jauh lebih menguntungkan dari mencari pelanggan baru. Menurut Anda, apa pernyataan itu benar?	Ya	8	
		Tidak	0	
4	Dalam melakukan proses CRM, hal yang termudah untuk dilakukan?	Melakukan pelayanan yang terbaik	0	
		Memberikan potongan harga atau program loyalitas	0	
		Menyimpan data pelanggan sesuai kebutuhan	0	
		Mengenal dan mengetahui kebiasaan konsumen kita	1	
		Semua benar	7	
5	Berikut beberapa pernyataan mengenai proses CRM. Mana urutan yang paling benar?	a. 1 – 2 – 3 – 4	5	
		1. Dapat membuat Anda mengenal pelanggan dengan lebih baik	b. 2 – 3 – 4 – 1	0
		2. Anda dapat memiliki data pelanggan	c. 2 – 1 – 4 – 3	1
		3. Anda bisa meningkatkan penjualan	d. 4 – 3 – 2 – 1	1
		4. Anda bisa memberikan pelayanan sesuai kebutuhan	e. 2 – 4 – 1 – 3	1
6	Apakah seluruh pelatihan yang dilaksanakan hari ini sudah sesuai dengan kebutuhan bisnis Anda?	Ya	7	
		Kurang	1	
		Tidak	0	
7	Apakah pelatihan-pelatihan seperti ini perlu diadakan kembali serta dijadikan pelatihan tetap?	Ya	6	
		Belum Perlu	2	
		Tidak	0	

### SIMPULAN DAN SARAN

Dari laporan kegiatan diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan khususnya untuk materi *Customer Relationship Management* (Manajemen Hubungan Pelanggan) kemarin berjalan dengan baik dan lancar sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan sebelumnya. Dan pada pelaksanaan pelatihan CRM diikuti secara antusias oleh peserta dapat terlihat dari hasil test kompetensi yang dijawab dan adanya beberapa pertanyaan yang diberikan peserta mengenai materi terkait serta permasalahan yang tengah dihadapi saat ini dan bagaimana cara penyelesaiannya dilihat dari sisi *Customer Relationship Management*.

Dan masih berdasarkan hasil tes kompetensi, para peserta hampir seluruhnya menyetujui bahwa penggunaan CRM pada UMKM sangat dibutuhkan dan pelaksanaan CRM tidak terlalu sulit untuk dilakukan.

Pelatihan dan pendampingan lebih lanjut bisa dilakukan jika waktu bisa disesuaikan sehingga

tidak mengganggu dari seluruh pihak yang terkait. Dan dari hasil test kompetensi menyatakan bahwa mayoritas peserta menyatakan bahwa pelatihan seperti ini diadakan kembali dan menjadi pelatihan tetap bagi para pelaku usaha UMKM dimasapun berada khususnya UMKM yang berada di bawah naungan CU Madani Kotabumi – Tangerang.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agus Eka Pratama, I. P. (2020). *Customer Relationship Management (CRM): Teori dan Praktik Berbasis Open Source* (1st ed.). Penerbit INFORMATIKA.
- Credit Union Madani, A. (2020). *KSP Credit Union Madan*. 2020. <https://creditunionmadani.org/>
- Destiana, N. (2021). *Bagaimana CRM Bisa Membantu Meningkatkan Kepuasan Pelanggan?* 23 Sep 2021. <https://majoo.id/blog/detail/bagaimana-crm-bisa-membantu-meningkatkan-kepuasan-pelanggan>
- Ebesha, A. (2021). *Bisnis UMKM Meroket Dengan Solusi CRM (Customer Relationship Management)*. 2021. <https://lintasmediadanawa.com/berita/bisnis-umkm-meroket-dengan-solusi-crm/>
- G Barnes, J. (2020). *Secrets of Customer Relationship Management* (A. Winardi (ed.); 1st ed.). Penerbit ANDI.
- Harmiyanto, J. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan customer relationship management (CRM) terhadap kepuasan pelanggan. *Management and Business Review*, 1(2). <https://doi.org/10.21067/mbr.v1i2.4727>
- Pawoon, A. (2019). *Memahami Pentingnya CRM untuk Bisnis Anda*. 15 November 2019. <https://www.pawoon.com/memahami-pentingnya-crm-untuk-bisnis-anda/>
- Qontak, A. (2020). *4 Kendala Utama Implementasi CRM dan Cara Mengatasinya*. 20 Maret 2020. <https://www.qontak.com/blog/4-kendala-utama-implementasi-crm-dan-cara-mengatasinya/>
- Soltius, A. (2021). *Aplikasi CRM Membuat Bisnis Lebih Baik Meski di Tengah Pandemi*. 2021. <https://www.soltius.co.id/id/blog/aplikasi-crm-membuat-bisnis-lebih-baik-meski-di-tengah-pandemi>
- Telkommetra, A. (2021). *Strategi CRM sebagai Usaha Perusahaan Hadapi Bisnis di Pasca Pandemi*. 30 April 2021. <https://www.telkommetra.co.id/id/publication/insight/strategi-crm-sebagai-usaha-perusahaan-hadapi-bisnis-di-pasca-pandemi>
- Vanecia. (2021). *Kenali CRM, sistem yang mengatasi 5 masalah pada bisnis*. 19 Oktober 2021. <https://m.brilio.net/creator/kenali-crm-sistem-yang-mengatasi-5-masalah-pada-bisnis-53650b.html>