

## ANALISIS DAN PERANCANGAN PROSES BISNIS BERBASIS CRM PADA CAFE XY

Gerald Given Cevy Koroh<sup>1</sup>, Melkior N. N. Sitokdana<sup>2</sup>

<sup>12</sup> Universitas Kristen Satya Wacana, Kota Salatiga - Jawa Tengah

<sup>1</sup> [682018132@student.uksw.edu](mailto:682018132@student.uksw.edu), <sup>2</sup> [melkior.sitokdana@uksw.edu](mailto:melkior.sitokdana@uksw.edu)

### ABSTRAK

Cafe XY merupakan pelaku bisnis yang sudah berjalan cukup lama, dan setiap tahun pelanggan selalu bertambah. Namun kekurangan dari cafe ini ialah belum adanya gambaran visual proses dan model bisnis yang di jalankan serta di terapkan, kemudian masih menggunakan cara manual dan ketika mau mengarah ke digitalisasi di perlukan alur proses bisnis berdasarkan CRM dalam pelayanan kepada pelanggan dan mengingat banyak pelaku usaha di bidang yang sama sekitaran tempat menjalankan bisnis. Perancangan proses bisnis berbasis CRM mampu menciptakan dan mempertahankan hubungan dan komunikasi yang baik antara pelanggan dan pelaku bisnis serta menciptakan loyalitas pelanggan. Tingginya pelonjakan pelanggan dan tingkat persaingan usaha membuat cafe xy untuk menerapkan proses bisnis berbasis CRM walaupun belum adanya implementasi ke arah CRM berbasis mobile. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif kerangka berpikir sehingga mampu untuk menggambarkan perancangan proses bisnis pada Cafe xy menggunakan framework UML dan rancangan tampilan berbasis mobile menggunakan figma. Sehingga penelitian ini menghasilkan Model Proses bisnis berbasis dan tampilan mobile CRM yang di butuhkan dalam menjawab identifikasi masalah. Hasil dari penelitian ialah rancangan model proses bisnis : CRM bisnis, data flow diagram, class diagram, use case diagram dan design tampilan berbasis mobile. Diharapkan penelitian selanjutnya mampu mengembangkan dan mengarah pada implementasi berbasis mobile sistem informasi didukung E-CRM.

**Kata Kunci:** E-CRM, E-Business, Perancangan Proses Bisnis, UML

### ABSTRACT

*Cafe XY is a business that has been running for quite a long time, and every year customers always increase. But the disadvantage of this café is that there is no visual picture of the processes and business models that are run and applied, then still using manual methods and when it wants to lead to digitalization, it is necessary to flow business processes based on CRM in service to customers and remember many business actors in the same field around where to run a business. CRM-based business process design is able to create and maintain good relationships and communication between customers and business people and create customer loyalty. The high increase in customers and the level of business competition make café xy to implement CRM-based business processes even though there has been no implementation towards mobile-based CRM. The method used is qualitative research with a descriptive type of thinking framework so that it is able to describe the design of business processes in Cafe xy using the UML framework and mobile-based display design using figma. So this research produces a business process model based and mobile CRM display that is needed in answering problem identification. The result of the research is the design of business process models: business CRM, data flow diagrams, class diagrams, use case diagrams and mobile-based display*

*design. It is expected that further research will be able to develop and lead to the implementation of mobile-based information systems supported by E-CRM.*

**Keywords:** E-CRM, E-Business, Business Process Design, UML

## 1. PENDAHULUAN

Masalah utama dalam membangun *e-business* adalah besarnya faktor yang mempengaruhi yang benar-benar harus diperhatikan dalam perancangan, khususnya dari aspek infrastruktur yang tergolong buruk di Indonesia. Dengan melakukan perancangan yang tepat dengan melakukan desain yang tepat, setidaknya dapat mengurangi dampak akibat berbagai kekurangan yang ada, hal ini dimaksudkan agar para pengusaha dapat lebih mudah dalam melakukan proses bisnisnya. Dengan melakukan desain yang tepat, setidaknya dapat menekan dampak akibat berbagai kelemahan yang ada, dimaksudkan agar para pengguna dapat dengan nyaman dan aman dalam sebuah website bisnis. Dalam mengelola E-Business, terdapat model proses bisnis yang dapat dilakukan oleh pebisnis di dunia digital, namun model proses E-Business tersebut bervariasi sesuai dengan karakter dan budaya masing-masing. Model E-Business apa yang cocok diterapkan di Indonesia, sesuai dengan karakter dan budaya masing-masing, serta kemampuan infrastruktur yang ada [1]. Perkembangan Teknologi informasi yang begitu cepat khususnya di Indonesia bukan hal yang baru, terutama dalam mendukung kinerja dari suatu organisasi terkhususnya dalam bidang bisnis. Dalam konteks ini teknologi informasi menjadi kunci guna mendukung serta meningkatkan manajemen dan proses bisnis di sebuah perusahaan bahkan sektor bisnis demi

mampu bersaing. Salah satu metode yaitu bagaimana menggambarkan model perancangan bisnis di dukung dengan CRM, sehingga di butuhkan sebuah proses sistem untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan dan juga pelayanan yang cepat. Sehingga di harapkan model CRM mampu memberikan informasi yang akurat hingga berkaitan dengan transaksi yang terjadi [2]. Penggunaan teknologi e-commerce mampu meningkatkan pendapatan, perusahaan memperoleh konsumen baru, konsumen tetap untuk bertahan, mutu pelayanan publik dan melayani konsumen tanpa batas waktu. Dengan melakukan sistem pembayaran tiga pihak akan lebih aman dibandingkan dengan kartu kredit. Dengan menerapkan konsep manajemen hubungan pelanggan (CRM) maka integrasi perusahaan dengan pelanggan. Dengan melakukan Customer Relationship Management (CRM) perusahaan dapat menerapkan konsep pengintegrasian perusahaan dengan para pelanggannya agar tercipta satu relasi atau hubungan yang mengarah pada terciptanya pelanggan yang loyal (long life customer). Digunakan agar dapat membantu perusahaan untuk melayani, memuaskan pelanggannya. CRM membantu perusahaan untuk menyimpan data tentang pelanggan dan membantu karyawan untuk berkomunikasi dengan baik pada pelanggannya. E-business sangat penting dengan melihat perkembangan zaman dari waktu ke waktu dan juga menghemat biaya, dalam pengujian gambaran strategi bisnis di formulasikan

dalam strategi konseptual untuk menjalankan proses bisnis yang terjadi didalamnya [3]. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagian besar masih dikelola dengan metode konvensional sehingga sentuhan teknologi informasi masih belum optimal. Salah satu pendekatan dalam model bisnis memperhatikan dari sisi pelanggan hingga setelah proses transaksi selesai. Dalam mengelola pelanggan untuk meningkatkan retensi ialah Customer Relationship Management (CRM). Software CRM sekarang lebih berorientasi pada perusahaan besar yang memiliki modal banyak, dan menimbulkan beberapa ketidaksesuaian ketika diterapkan dalam UMKM. Sehingga penelitian ini mencoba mengembangkan perangkat lunak E-CRM yang disesuaikan dengan kebutuhan bisnis UMKM. Fitur yang ada dalam E-CRM ini akan membantu UMKM dalam menerapkan pengelolaan hubungan dengan pelanggan sehingga dapat meningkatkan daya saingnya dengan perusahaan lain dalam mempertahankan bisnis yang dijalankan dan sebagai sarana untuk memperoleh pasar baru yang lebih luas. Pendekatan yang digunakan adalah menggunakan model 'lokalisasi' melalui observasi yang dilakukan pada usaha UMKM yang tergabung pada Himpunan Pengusaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia (HIPMIKINDO). Mengacu pada identifikasi dan analisis kebutuhan sistem menggunakan kerangka kerja Zachman (Zachman Frameworks) yang telah dilakukan sebelumnya untuk memperoleh gambaran model yang utuh dan menyeluruh [4].

Dalam konteks pemasaran sangat berkembang pesat sehingga menjadi tantangan untuk memahami perilaku konsumen, untuk keberhasilan ketika memasarkan produk salah satu cara bagaimana mampu memahami perilaku dan kebutuhan pelanggan. Dengan demikian fokus kearah bagaimana memasarkan produk dan mempertahankan pasar, sering terjadi kendala ketika inovasi yang tidak optimal. Pemahaman dan mempertahankan pelanggan menjadi salah satu strategi dalam keberhasilan perusahaan. Hal ini sering menjadi kendala utama pada UMKM di tengah persaingan yang semakin ketat. UMKM perlu menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitasnya melalui pengetahuan dan pemenuhan kebutuhan pelanggan dengan cepat dan tepat. Sistem Teknologi Informasi yang digunakan untuk mengelola pelanggan dengan tujuan untuk meningkatkan retensi pelanggan ini disebut dengan Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) [5]. Customer Relationship Management (CRM), telah digunakan sejak awal 1990 an. Sejak itu, telah banyak upaya untuk mendefinisikan tentang CRM. Perusahaan teknologi informasi cenderung menggunakan istilah CRM untuk menggambarkan aplikasi perangkat lunak yang digunakan untuk mendukung pemasaran, penjualan, dan layanan bisnis ini menyamakan CRM dengan teknologi. Meskipun pasar untuk perangkat lunak CRM sekarang dihuni oleh banyak pemain, komersialisasinya sangat didorong pada tahun 1993 ketika Tom Siebel mendirikan Siebel Systems Inc (sekarang bagian dari Oracle). CRM Strategis difokuskan pada perkembangan

budaya bisnis yang berpusat pada pelanggan yang ditujukan untuk memenangkan dan mempertahankan pelanggan dengan menciptakan dan memberikan nilai yang lebih baik daripada pesaing [6]. Penerapan E-business pada sebuah organisasi bisnis sesungguhnya dapat menimbulkan dua alternatif, yaitu menguntungkan dan merugikan perusahaan. Disatu sisi teknologi e-business sangat menguntungkan baik dari segi penjualan produk, promosi yang sangat luas dan efisiensi dalam penggunaan tenaga kerja. Sedangkan di sisi lain dapat merugikan karena biaya operasional yang diperlukan untuk memelihara teknologi tersebut sangat tinggi. Dalam manajemen komunikasi yang baik antar produsen sangat diperlukan agar efisiensi waktu dapat ditingkatkan dengan sebaik-baiknya. Kesalahan dalam kehidupan sehari-hari sering terjadi di lingkungan sekitar baik dalam komunikasi atau hal lainnya. Untuk memudahkan komunikasi maka dibuatlah program untuk mencegah terjadinya kesalahan dalam komunikasi. Dalam melakukan komunikasi yang baik maka dibuatlah suatu program yang mampu mengatasi hal tersebut. Salah satunya menggunakan e-business untuk meningkatkan penjualan [7]. Bidang bisnis terkena dampak dari perkembangan teknologi informasi yang berpengaruh pada aktivitas selama proses bisnis berjalan. Bisnis tradisional tentunya belum menerapkan teknologi hingga pada proses transaksi akibatnya hubungan dengan pelanggan terbatas. Dengan perkembangan yang terjadi pendekatan mengarah pada bisnis online di harapkan mampu menjadi solusi, kecenderungan bisnis yang sudah

mengadopsi teknologi berbasis E-CRM berfungsi terus menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Pengembangan ini menggunakan metode prototype untuk mengetahui kebutuhan pelaku bisnis dan mampu bersaing dan mengelola manajemen serta hubungan kepada pelanggan pada peningkatan loyalitas bagi para pengunjung [8].

Perusahaan bisnis perlu menjaga bahkan membangun hubungan komunikasi dengan pihak eksternal dan pelanggan dengan baik. Namun, masih banyak perusahaan yang tidak memperdulikan hubungan komunikasi yang seharusnya terjalin dengan baik antara eksternal dan pelanggan, bahkan terjadi pada perusahaan yang sudah cukup besar tidak menutup kemungkinan pada pelaku bisnis yang baru memulai bahkan sudah berjalan. Model rantai CRM mendekatkan hubungan bisnis dengan pelanggan baik komunikasi antar personal, membangun stakeholder berkomunikasi secara tatap muka atau bahkan sigap dalam menangani masalah yang terjadi. Membangun strategi khusus untuk mengurangi biaya proses bagi pelanggan agar menciptakan nilai lebih. Cara pelaku bisnis dalam mengelola siklus kehidupan konsumen serta kinerja pelayanan dan seluruh divisi terkait dalam menjaga hubungan komunikasi yang baik dengan pelanggan adalah meminta umpan balik dari konsumen serta stakeholder yang berlaku dan melakukan evaluasi untuk internal terkait seluruh divisi juga eksternal terkait pemilihan pelanggan yang menguntungkan bagi perusahaan [9]. CRM berfungsi dalam mengintegrasikan strategi penjualan, pemasaran dan pelayanan dengan tujuan untuk meningkatkan

kepuasan dari pelanggan. Hadirnya internet memberikan manfaat bagi perusahaan/organisasi sebagai sarana dalam melakukan interaksi sosial sehingga memberikan kemudahan komunikasi maupun informasi [10]. Pengimplementasian Customer Relationship Management (CRM) memberi nilai tambah kepada pelanggan secara berkelanjutan. Pendekatan ini dimanfaatkan untuk mengelola hubungan dengan pelanggan sehingga dapat memaksimalkan komunikasi dan pemasaran. CRM yang biasa digunakan oleh para pelaku bisnis adalah memanfaatkan teknologi Informasi agar hubungan akan tercipta antara pelaku bisnis dengan pelanggannya dan bahkan bisa lebih dekat [11].

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi maka perlunya perancangan proses bisnis sebagai strategi yang lebih baik. Perancangan ini mampu meningkatkan daya saing dan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Studi kasus penelitian pada cafe yang berada di kota Salatiga. Cafe tersebut sudah berjalan di bidang bisnis cukup lama dan untuk pelanggan setiap tahun terus bertambah, dan permasalahan yang terjadi pada café tersebut ialah masih menggunakan proses manual dalam memajemen proses bisnisnya, dari pihak pemilik cafe mempunyai keinginan untuk mau merancang proses bisnis yang berjalan sehingga mampu untuk di arahkan kearah digitalisasi dengan mempertimbangan kebutuhan dari cafe dan kualitas pelayanan cafe yang lebih baik, mengingat terdapat banyak pesaing di lingkungan, keunggulan utama dari cafe ini ialah para pesaing belum

menyadari akan kemajuan teknologi saat ini, tetapi yang menjadi dasar utama ketika pelanggan ingin melakukan transaksi berbasis online sehingga pemilik cafe sadar akan hal tersebut. Lalu dalam meningkatkan daya saing serta kualitas pelayanan kepada penlangga ialah setelah merancang proses bisnis maka akan dilakukan perancangan tampilan berbasis mobile dalam rangka menjawab proses bisnis berbasis CRM. Berangkat dari permasalahan tersebut maka tujuan Penelitian ini adalah mengidentifikasi proses bisnis yang berjalan dan membuat rancangan model proses bisnis serta rancangan tampilan aplikasi berbasis mobile pada Cafe XY sehingga di harapkan mampu memberikan gambaran pada karakteristik ketika pengembangan pemodelan E-CRM.

### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mencari perbandingan dan acuan. Pada bagian ini peneliti mencantumkan hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang masih terkait dengan judul penelitian ini.

Pertama, hasil penelitian Arira Kusumah Winangun (2019) yang berjudul “Perancangan E-Business Berbasis CRM (*Costumer Relationship Management*)” dengan studi kasus Perusahaan Jasa Cuci Sepatu S-Neat-Kers. Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan mendapatkan calon pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan melakukan perancangan dan pengembangan aplikasi e-business dengan framework UML. Berdasarkan penelitian

yang dilakukan dapat disimpulkan setelah melakukan pengembangan pada aplikasi dapat membantu perusahaan untuk mendapatkan pelanggan baru serta meningkatkan penjualan, dan juga perusahaan dapat mengolah data yang di dapat untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada[12].

Kedua, hasil penelitian Andy Dharmalau (2021) yang berjudul “Perancangan Sistem Informasi Pelayanan Purna Jual Berbasis Customer Relationship Management” dengan studi kasus Bengkel Jakarta Motor. Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan pemrosesan data transaksi, laporan dan tidak adanya komunikasi dengan pelanggan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan setelah merancang aplikasi perpaduan konsep antara sistem informasi dan komunikasi menggunakan Short Message Service (SMS) dapat mengatasi masalah dalam operasional bengkel dan diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan[13].

Ketiga, hasil penelitian Muhammad Ardiansyah (2019) yang berjudul “Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Point of Sales Berbasis CRM” dengan studi kasus minimarket sebagai pelaku bisnis. Penelitian ini bertujuan agar bisa mendapatkan pelanggan baru serta untuk pelanggan yang sudah ada bisa menjadi lebih setia dalam bertransaksi di minimarket. Berdasarkan penelitian yang dilakukan perancangan sistem informasi dapat membantu user untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan serta mempermudah pelanggan untuk mendapatkan informasi terkait promosi atau pun produk dengan cara mengirimkan email yang dikirimkan dari pelanggan[14].

Keempat hasil penelitian Muhammad Redy Hermawan dan Selviana Yunita (2022) yang berjudul “Implementasi Metode CRM Pada Sistem Informasi Penjualan LED” dengan studi kasus toko Neonled.Id yang bergerak pada bidang industri kreatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan kurangnya media promosi dan penjualan produk, yang dimana promosi dan penjualan yang dilakukan masih menggunakan cara konvensional dengan pelanggan yang harus datang ke lokasi untuk melakukan pemesanan dan pembayaran yang masih dilakukan dengan tunai. Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti melakukan pengajuan perancangan sistem informasi agar dapat mempermudah Neonled.Id untuk mengelola penjualan dan mengelola hubungan baik dengan pelanggan serta dapat menggunakan sistem informasi penjualan sehingga terbantu dalam memasarkan produknya[15].

Sedangkan dalam penelitian yang sekarang dilakukan oleh peneliti yaitu melakukan perancangan proses bisnis berbasis CRM agar menciptakan dan mempertahankan hubungan dan komunikasi yang baik antar pelanggan, serta pelaku bisnis dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Berdasarkan penelitian saat ini yang dilakukan menghasilkan model proses bisnis berbasis CRM yang di butuhkan untuk menjawab identifikasi masalah yang awalnya berjalan secara manual dan tidak memiliki model proses bisnis menjadi lebih tertata rapi.

### ***Teori Customer Relationship Management (CRM)***

*Customer Relationship Management* (CRM) merupakan strategi yang banyak digunakan untuk mengatur hubungan antara perusahaan, pelanggan, dan calon pelanggan. CRM adalah pemasaran relasional, yang bertujuan untuk meningkatkan profitabilitas pelanggan jangka panjang melalui perpindahan dari pemasaran yang berpusat pada produk ke pelanggan. Pelanggan merupakan faktor penting dalam setiap bisnis[16]. Di era teknologi yang semakin canggih pelanggan menjadi lebih pintar serta semakin memiliki tuntutan. Pelanggan bisa mendapatkan informasi lebih mudah dengan cara mengakses dunia *online* (internet) agar dapat segera mengetahui tentang informasi produk. Dalam dunia bisnis, operasi CRM mendukung proses bisnis seperti pemasaran, penjualan atau pelayanan. Semua kegiatan tersebut saling berinteraksi dan berhubungan erat dengan pelanggan. Dengan kata lain informasi yang dikumpulkan membantu meningkatkan pemahaman perusahaan kepada pelanggan[14].

### **Perancangan Model Bisnis**

Perancangan proses bisnis dalam suatu industri saat ini jadi sangat berarti, karena dengan proses bisnis yang baik hendak membuat industri tersebut dapat berjalan dengan mudah sesuai dengan yang diharapkan. Perancangan merupakan alat dalam bentuk grafik yang bisa digunakan buat menampilkan uruta-urutan proses dari sistem serta bisa dirancang dalam bentuk bagan alur sistem. Dengan melakukan perancangan proses bisnis yang dapat mengukur kinerja pada saat ini, setelah itu dapat melakukan perbaikan dengan

menghilangkan aktivitas yang tidak bernilai tambah[17].

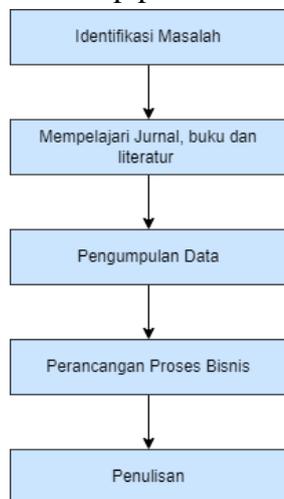
## **2. METODE PENELITIAN**

Metode Penelitian penelitian yang di gunakan adalah penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dengan kerangka berpikir, menggunakan rancangan proses UML. Penelitian ini merupakan perancangan proses bisnis berbasis CRM yang akan di terapkan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan interview untuk di jadikan masukan dalam penulisan ini.

### **Tahapan penelitian**

Pada Penelitian perancangan proses bisnis pada café xy memakai metode kualitatif yang dimana terdapat beberapa langkah yaitu identifikasi masalah, mempelajari jurnal buku dan literatur, pengumpulan data, perancangan proses bisnis, serta penulisan. Pada identifikasi masalah yang akan dilakukan yaitu untuk mengetahui permasalahan apa yang terjadi terlebih khusus pada aktivitas bisnis di tempat. Mempelajari jurnal buku dan literatur adalah langkah berikutnya yang akan dilakukan yaitu mencari artikel tentang penelitian berdasarkan topik yang terkait guna untuk mengembangkan dan memperdalam topik yang dibahas dalam penelitian ini. Pengumpulan data yang digunakan yaitu menggunakan metode kualitatif yang dimana narasumbernya adalah *owner* dari café xy. Perancangan proses bisnis yang dilakukan yaitu analisis proses bisnis berdasarkan konsep yang telah dibuat. Penulisan merupakan langkah terakhir yang akan dilakukan apabila semua langkah sebelumnya telah dilakukan

berdasarkan hasil yang telah dirancang sehingga menghasilkan perancangan proses bisnis baru terhadap penelitian ini.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

### Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang dilakukan pada cafe xy untuk mengetahui permasalahan apa yang terjadi terlebih khusus pada aktivitas bisnis di tempat. Sehingga didapati fokus penelitian agar menghasilkan Model Proses bisnis dan tampilan mobile berbasis CRM.

### Mempelajari Jurnal, buku dan literatur

Langkah selanjutnya adalah mencari kemudian mempelajari jurnal dan buku elektronik serta literatur terkait topik dan pembahasan penelitian. Kemudian membandingkan serta melihat kesamaan penelitian agar menjadi acuan ketika melakukan penelitian hingga tahap akhir.

### Pengumpulan Data

Pada penelitian metode pengumpulan data menggunakan metode kualitatif melalui wawancara guna mendukung kebutuhan data dalam melakukan analisis, narasumber pada penelitian adalah owner dari cafe xy.

### Perancangan Proses bisnis

Setelah melakukan pengumpulan data, maka dilanjutkan dengan perancangan proses bisnis dalam penelitian. Pada tahapan ini dilakukan juga analisis proses bisnis berdasarkan konsep CRM hingga pada design tampilan

### Penulisan

Pada tahap ini melakukan penulisan berdasarkan pada identifikasi masalah dan tujuan penelitian. Sehingga menghasilkan perancangan proses bisnis baru pada Café xy.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah identifikasi proses bisnis pada cafe xy maka di dapati belum adanya model atau perancangan proses bisnis yang terjadi sehingga hasil penelitian menghasilkan gambaran proses bisnis. Gambaran proses bisnis yang terjadi di mulai dari pelayanan kepada pelanggan, produksi, Transaksi. Untuk penerapan model proses bisnis CRM pelayanan diambil proses yang melibatkan pelanggan yaitu pada bagian pemesanan menu hingga di sajikan ke palanggan. Proses pada bagian produksi melibatkan waiters dan bagian dapur. Sedangkan untuk bagian transaksi melibatkan kasir dan juga pelanggan setelah pemesan selesai. Terdapat beberapa analisis yang di lakukan antara lain adalah analisis masukan yaitu meliputi ketersediaan produk yang di stok, kemudian analisis luaran ialah proses transaksi yang terjadi. Untuk model dasar CRM yang di rancang ialah perancangan proses bisnis yang nantinya bisa di kembangkan untuk mengarah pada sistem website café sendiri, pemodelan sederhana yang dimaksud ialah proses pelayanan pelanggan, prosuduksi dan juga transaksi. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang di lakukan jumlah

pelanggan selalu bertambah setiap tahun. Cafe xy sendiri sudah bergerak selama 18 tahun, dan gambaran proses proses bisnis yang sedang berjalan hanya sebatas pelanggan datang melakukan pemesanan dan selesai. Sedangkan di cafe tersebut ada beberapa sub bagian seperti bagian dapur, waiters, dan kasir. Dengan jumlah pelanggan yang banyak dan juga sub bagian yang bertugas di butuhkan pelayanan yang cepat serta tepat untuk memberikan kenyamanan pada pelanggan. Dari hal tersebut mampu menekan kekacauan jadwal pelayanan dan alur proses bisnis lebih baik. Sistem yang berjalan memang masih jadul dan manual sehingga demi mengarah pada digitalisasi di butuhkan perancangan proses bisnis berbasis CRM sehingga mampu mengembangkan usaha dan memiliki layanan yang digunakan untuk mempertahankan palanggan melihat terdapat pesaing yang memiliki usaha di bidang yang sama.

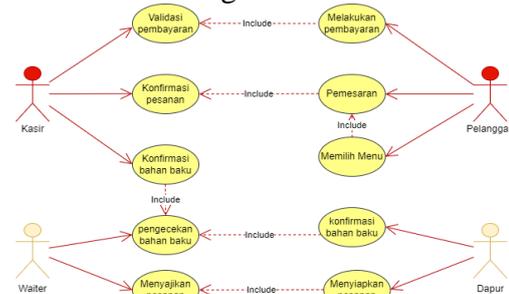
Perancangan proses bisnis menggunakan framework Unified Modelling Language (UML). Rancangan ini kedalam sebuah gambar visual bentuk diagram. Sehingga memudahkan pada tahap pengembangan dan menganalisa nantinya pembuatan program. Pengimplementasian perancangan ini pun dalam jangka waktu yang Panjang secara berkelanjutan. Dari hasil analisis penelitian maka perancangan proses bisnis CRM pada Café XY sebagai berikut :

### Perancangan Proses Bisnis

#### Usecase Diagram

Untuk definisi aktor dan juga usecase yang terjadi ialah pelanggan melakukan pemilihan menu kemudian pemesanan dan juga transaksi, kemudian untuk kasir sendiri menerima lalu konfirmasi terkait ketersediaan bahan baku terhadap menu yang di pesan serta diakhiri dengan proses

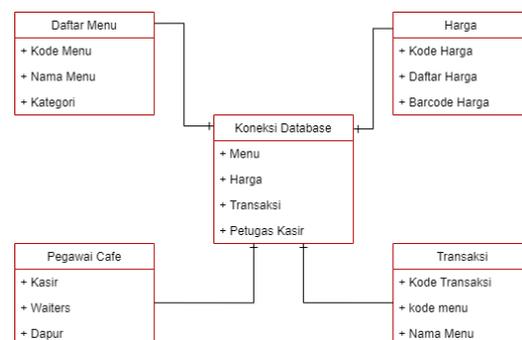
transaksi. Untuk waiters melakukan aktivitas pelayanan kepada pelanggan terkait pesanan hingga ke tahap penyajian makanan, kemudian untuk bagian dapur memproduksi dan menyiapkan pesanan pelanggan. Proses ini menjelaskan tingkah laku apa saja yang di lakukan aktor pada saat melakukan tugas.



Gambar 2. Usecase Diagram CRM

#### Class Diagram

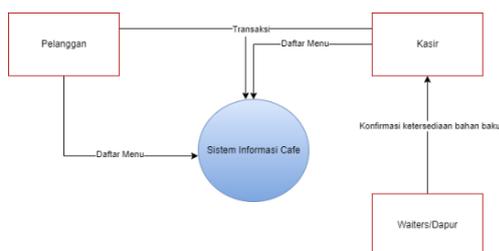
Class Diagram terdapat beberapa class yang di bagi dalam perancangan data base yang nantinya di kembangkan ke dalam sistem cafe diantaranya terdapat inputan dan luaran yaitu daftar menu yang meliputi data kode menu, nama menu, dan kategori. Kemudian terdapat harga meliputi data kode harga, daftar harga di menu dan juga barcode yang bisa di scan kasir ketika proses transaksi. Terdapat data pegawai yang diantaranya adalah kasir, waiters, dan juga dapur sehingga pengelompokan ini mampu menjalankan tugas sesuai posisi yang di inputkan. Koneksi data base nantinya memanggil ketika data-data sesuai tabel relasi yang terkoneksi dalam proses bisnis.



Gambar 3. Class Diagram CRM

### Data Flow Diagram

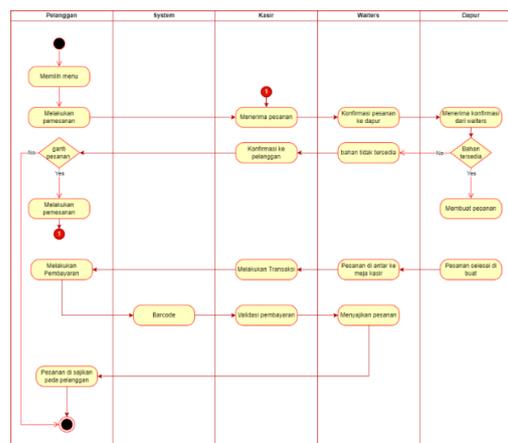
Data flow diagram di buat sebagai rancangan dari aliran data yang sudah di rancang nantinya pada sistem informasi café, sehingga mampu untuk di implementasikan dalam mendukung proses bisnis.



Gambar 4. Flow Diagram CRM

### CRM Bisnis

Proses bisnis yang di rancangan menjelaskan objek-objek berdasarkan urutan tahapan yang dilakukan sehingga menghasilkan aktivitas model pelayanan kepada pelanggan, di harapkan model CRM ini mampu diimplementasikan ketika menjalankan aktivitas utama kemudian perancangan ini bisa di jadikan acuan ketika pengembangan kearah mobile cafe. Proses ini menjelaskan bagaimana aliran yang terdapat pada aktivitas proses bisnis sehingga proses dari pemesanan dan juga transaksi terjadi dengan baik, kekurangan dari proses ini ialah belum adanya sistem mobile yang mendukung dalam implementasi digitalisasi. Alur yang berjalan seperti pada gambar dibawah ini terdapat pelanggan, sistem, kasir, waiters dan bagian dapur.



Gambar 5. Proses CRM

### Desain Tampilan

Dibawah ini adalah tampilan dari Sistem Informasi CRM:

### Tampilan Beranda

Tampilan beranda merupakan tampilan awal ketika mengoperasikan atau membuka aplikasi. Kemudian pelanggan masuk lalu memilih menu untuk dipesan tanpa harus login.

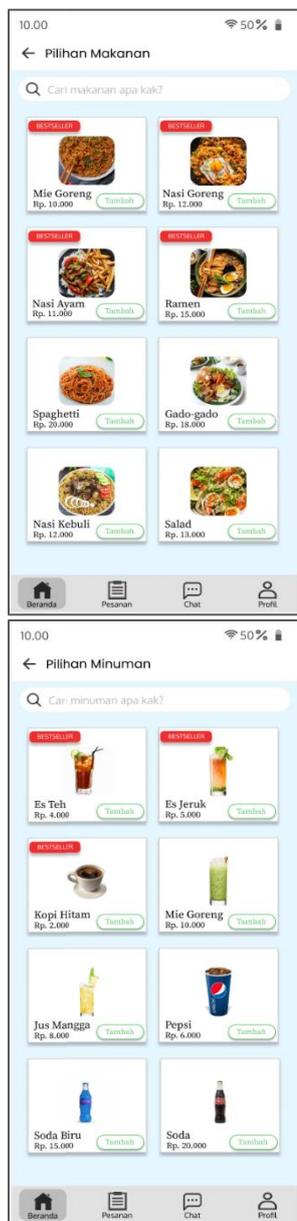


Gambar 6. Tampilan Beranda

### Tampilan Menu

Tampilan menu merupakan tampilan yang terhubung dengan table harga, daftar menu dan table koneksi database sehingga menampilkan seperti gambar dibawah ini. Kemudian pelanggan tinggal memesan

makanan dan minuman lalu akan diproses oleh sistem.



Gambar 7. Tampilan Menu

### Tampilan Pesanan dan Transaksi

Tampilan pesanan akan muncul ketika pelanggan sudah selesai memilih menu, lalu pesanan akan diproses dibagian dapur jika menu tersedia, akan tetapi Ketika menu kosong akan diberitahukan untuk mengganti menu dan membatalkan pesanan, setelah pesanan di proses maka pelanggan melakukan transaksi.



Gambar 8. Tampilan Pesanan dan Transaksi

### Tampilan Proses Pesanan

Tampilan pesanan merupakan tampilan Ketika pesanan sudah diproses dan berhasil melakukan transaksi, seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 9. Tampilan Proses Pesanan

## 4. KESIMPULAN

Dari uraian di atas berdasarkan identifikasi dan tujuan penulisan, maka kesimpulan bahwa bisnis yang awalnya berjalan secara manual dan tidak memiliki perancangan model proses bisnis ketika di adopsi kedalam proses bisnis berbasis CRM lebih tertata rapi dan tervisualisasi secara digital sehingga manajemen dalam café bisa berjalan dengan baik, dibanding sebelum adanya perancangan. Sehingga hasil penelitian menghasilkan rancangan model proses bisnis : CRM bisnis, data flow diagram, class diagram, use case diagram dan design tampilan berbasis mobile. Diharapkan dengan hasil yang di dapatkan terciptanya implementasi proses CRM pada proses bisnis.

Saran untuk penelitian lebih lanjut ialah pengembangan sistem pada tahapan implementasi aplikasi berbasis mobile dengan berdasarkan pada penelitian ini yaitu model proses bisnis : CRM bisnis, data flow diagram, class diagram, use case diagram dan design tampilan berbasis mobile.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Subekti, “Pengembangan Model E-Business di Indonesia,” *ComTech*, vol. Vol. 5, no. 9, pp. 925–938, 2014.
- [2] S. H. Umar, “Sistem Informasi Ekspedisi Barang Dengan Metode E-CRM Untuk Meningkatkan Pelayanan Pelanggan,” *jurnal Sisfotek Global*, vol. 3, no. 2, pp. 1–12, 2016.
- [3] N. N. A. Triani, “Penerapan Strategi It E-Commerce Sebagai Peningkatan Persaingan Bisnis Perusahaan,” *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, vol. 3, no. 2, p. 209, 2012, doi: 10.26740/jaj.v3n2.p209-224.
- [4] V. R. M. Perwitasari, “Model Electronic Customer Relationship Management ( E-CRM ) Menggunakan Adaptasi Bahasa Lokal Pada Usaha Mikro Kecil Menengah ( UMKM ) Banten,” *Seminar Nasional Riset Terapan*, no. November, pp. 9–15, 2017.
- [5] V. Rosalina, Hamdan, and Harsiti, “Electronic Customer Relationship ( E-Crm ) Pada Pelaku Usaha Dan Menengah ( Umkm ) Desa,” *Jurnal Kuat: Keuangan Dan Akuntansi Terapan*, vol. 1, no. 2, pp. 71–75, 2019.
- [6] M. Landrigan, “Customer Relationship Management: Concepts and Tools,” *Journal of Consumer Marketing*, vol. 22, no. 4, pp. 237–238, 2005, doi: 10.1108/07363760510605380.
- [7] P. Penjualan, B. Web, and P. Pt, “Perancangan Aplikasi E-Business Sebagai,” vol. 16, pp. 29–34, 2020.
- [8] M. Akif, Y. A. Prasetyo, N. Ambarsari, J. Telekomunikasi, and T. Buah, “PENGEMBANGAN APLIKASI E-CRM BOJANA,” vol. 2, no. 1, pp. 1057–1070, 2015.
- [9] I. Paramita and S. El Adawiyah, “Model Customer Relationship Management Dalam Komunikasi Bisnis Pt Kalibrasi Instrumen Bersama,” *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, vol. 5, no. 2, p. 140, 2021, doi: 10.24853/pk.5.2.140-152.
- [10] S. Monalisa and J. S. Bancin, “Rancang Bangun Electronic Customer Relationship Management

- Pada Sistem Informasi Hotel Dengan Framework Of Dynamic CRM,” Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer, vol. 7, no. 1, pp. 1–8, 2020, doi: 10.25126/jtiik.202071047.
- [11] Y. A. Pratama and M. D. Aditiya, “Penggunaan Pendekatan Customer Relationship Management Di Kedai# Kulinongopi Bandar Lampung,” Prosiding Seminar Nasional ..., pp. 110–114, 2020.
- [12] A. T. Kartaman and A. K. Winangun, “Perancangan E-Business Berbasis CRM ( Customer Relationship Management ) Studi Kasus : Perusahaan Jasa Cuci Sepatu S-Neat-Kers,” pp. 2–3, 2019.
- [13] P. Sistem, I. Pelayanan, P. Jual, B. Customer, and R. Management, “Swadharma (jris),” vol. 01, no. 01, pp. 1–8, 2021.
- [14] M. Ardiansyah, “Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Point of Sales Berbasis CRM,” Telcomatics, vol. 04, no. 02, pp. 2541–5867, 2019.
- [15] L. Valiant et al., “Rancang Bangun Sistem Informasi Gizi Online Rumah Sakit Berbasis Web Implementasi Metode Crm Pada Sistem Informasi Penjualan Led Analisis Quality Assurance Dalam Penilaian Kualitas Kinerja Situs Web Pemerintah Kota Manado,” vol. 7, no. 3, 2022, [Online]. Available: <http://e-journal.janabadra.ac.id/>
- [16] A. Solechan and H. Kusumo, “Strategi e-CRM Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen : Sebuah Literatur Review,” Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi, vol. 2, no. 1, pp. 64–74, 2022, doi: 10.51903/dinamika.v2i1.142.
- [17] H. Hendro, I. A. Imdan, and S. Novieta, “Perancangan Proses Bisnis Menggunakan Teknologi Informasi dengan Metode Business Process Engineering untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman,” Journal STMI, vol. 4, no. 2, pp. 37–44, 2017, [Online]. Available: <http://prosiding-saintiks.ftik.unikom.ac.id/jurnal/perancangan-proses-bisnis.3w>