

Implementation of CRM (Customer Relationship Management) Using Zoho CRM (Case Study: Villa Gangga)

I Made Dwi Krisnawan^{a1}, Dwi Putra Githa^{a2}, Anak Agung Ketut Agung Cahyawan Wiranatha^{a3}

^aProgram Studi Teknologi Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Udayana
Bukit Jimbaran, Bali, Indonesia Telp. (0361) 701806

e-mail: 1dwikrisnawan@students.unud.ac.id, 2dwiputragitha@unud.ac.id,
3agung.cahyawan@unud.ac.id

Abstrak

Tujuan utama memulai suatu usaha adalah untuk mencapai keuntungan yang sebesar-besarnya. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan harus mampu memanfaatkan teknologi yang ada agar dapat bersaing serta memiliki pelanggan yang loyal. Villa Gangga adalah bisnis penginapan dengan konsep family-oriented yang berlokasi di Desa Ababi, Kecamatan Abang, Kabupaten Karangasem, Bali. Bisnis ini telah berjalan selama 15 tahun dengan mengandalkan sistem CRM konvensional yang hanya menggunakan buku catatan sebagai pendataan konsumen dan perancangan sistem kerja. Namun, sistem ini rentan terhadap kesalahan manusia dan kesalahan lainnya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, dilakukan implementasi Customer Relationship Management (CRM) dengan menggunakan platform pengembangan Low Code bernama Zoho Creator untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan hubungan antara pembeli dan penjual serta mengatasi keluhan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi CRM di Villa Gangga telah meningkatkan kinerja bisnis. Oleh karena itu, implementasi CRM menggunakan Zoho Creator di Villa Gangga sangat direkomendasikan bagi para pengusaha di industri pariwisata yang ingin meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Customer Relationship Management (CRM), Low-code development platform, Manajemen Penginapan, Strategi Pemasaran.

Abstract

The main objective of initiating a business is to achieve maximum profit. To attain this goal, a company must be capable of utilizing existing technology to compete and cultivate a loyal customer base. Villa Gangga is a family-oriented accommodation business located in the Ababi Village, Abang District, Karangasem Regency, Bali. The business has been running for 15 years, relying on a conventional CRM system that only uses manual record-keeping and workflow design. However, this system is susceptible to human errors and other issues. Therefore, in this study, Customer Relationship Management (CRM) implementation was carried out using the Low Code development platform named Zoho Creator to enhance customer satisfaction by improving the relationship between buyers and sellers and addressing customer complaints. The research results indicate that the CRM implementation at Villa Gangga has enhanced business performance. Consequently, the implementation of CRM using Zoho Creator at Villa Gangga is highly recommended for entrepreneurs in the tourism industry seeking to enhance service quality and customer satisfaction.

Keywords : Customer Relationship Management (CRM), Low-code development platform, Homestay management, Marketing strategy.

1. Pendahuluan

Dalam dunia bisnis selalu dinamis dan penuh persaingan memaksa para pelaku bisnis untuk memikirkan cara untuk bertahan dan mungkin mengembangkan skala bisnis. Oleh karena itu, implementasi dari *Customer Relationship Management* dapat menjadi salah satu opsi yang dapat digunakan oleh para pelaku usaha dalam upaya meningkatkan penjualan serta menjaga hubungan baik antara pelaku bisnis dan pelanggan. Teknologi sangat memungkinkan untuk membangun jaringan antara perusahaan dan konsumen adalah *Customer Relationship*

Management (CRM), dimana adanya interaksi antara konsumen dan perusahaan tanpa menyita waktu sehingga sangat membantu dan bermanfaat bagi perusahaan ataupun konsumen [1]. Untuk mempertahankan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, strategi bersaing perusahaan harus berfokus pada pelanggan [2].

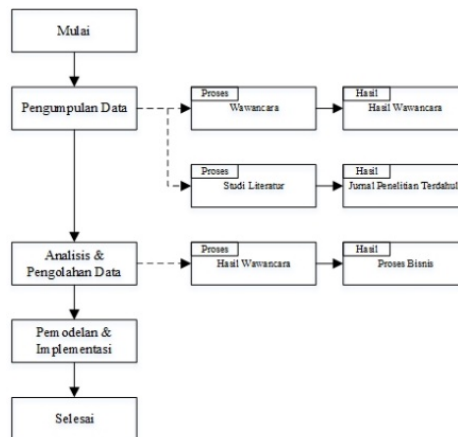
Seiring dengan pertumbuhan bisnis dan pemanfaatan teknologi informasi yang semakin menggiatkan dinamika persaingan, perusahaan harus melakukan terobosan-terobosan untuk menjaga loyalitas pelanggan dari ancaman pesaing [3]. Villa gangga merupakan sebuah usaha penginapan perumahan yang berlokasi di Desa Ababi, Kecamatan Abang, Kabupaten Karangasem, Bali yang berdiri pada tahun 2005 yang menyediakan jasa penginapan dengan konsep *family-oriented* dimana konsumen merasa diperlakukan seperti layaknya sebuah keluarga. Sehingga penting untuk bisnis ini menjalin komunikasi dengan pelanggan demi menjaga konsep dari bisnis ini sendiri. Kunci sukses dari industri perhotelan bukan hanya berdasar kepada kualitas produk atau layanan, akan tetapi juga dari kualitas dan pentingnya hubungan terhadap tamu dari hotel, terutama hubungan dengan pelanggan setia yang ada [4].

Selama 15 tahun menjalani bisnis, Villa Gangga mengandalkan sistem manajemen hotel dengan permodelan konvensional, dimana pendataan konsumen dan perancangan sistem kerja menggunakan buku catatan. Hal ini tentu sangat rawan terjadinya faktor *Human Error* dan kesalahan lainnya. Salah satu produk aplikasi atau teknologi informasi yang memungkinkan berkembangnya usaha kecil dan menengah adalah *Customer Relationship Management (CRM)* [5]. *Customer Relationship Management (CRM)* merupakan program yang dirancang untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan hubungan baik antara pembeli dan penjual serta mengatasi keluhan pelanggan [6]. Maka dari itu, dengan kemajuan teknologi informasi, perusahaan akan menerapkan strategi yang lebih baik dengan menerapkan produk-produk teknologi informasi dan komunikasi yang dapat lebih efektif meningkatkan layanan kepada pelanggan dan operasional hotel yang baik serta mendukung pengambilan keputusan yang baik bagi pemilik bisnis. Salah satu keunggulan pada peningkatan layanan adalah dengan penerapan konsep Manajemen Hubungan Pelanggan atau *Customer Relationship Management (CRM)* [7]. *Customer Relationship Management* merupakan sebuah filosofi bisnis yang menggambarkan suatu strategi penempatan klien sebagai pusat proses, aktivitas dan budaya. Konsep ini telah dikenal dan banyak diterapkan untuk meningkatkan pelayanan di perusahaan. Strategi bisnis yang menghubungkan proses dan fungsi internal dengan eksternal untuk menciptakan nilai dan memanjakan pelanggan serta menciptakan keadaan *win-win situation* melalui serangkaian kegiatan mengelola informasi yang rinci tentang masing-masing pelanggan dengan tujuan untuk menciptakan kesetiaan pelanggan dan agar tidak beralih kepada pesaing [8].

Terdapat hubungan signifikan yang ditemukan antara organisasi CRM, orientasi pelanggan, serta manajemen pengetahuan terhadap loyalitas pelanggan [9]. Relevansi CRM adalah alat utama bagi penguatan loyalitas pelanggan (dengan peningkatan kinerja perusahaan berikutnya) dan untuk menerapkan inovasi proses bisnis untuk beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang sangat cepat berubah [10]. Kedua sisi realitas dari CRM menjadikan CRM salah satu alat bisnis paling berpengaruh bagi perusahaan sukses di dunia bisnis saat ini. Hasil penelitian oleh Wicaksono, (2021) disimpulkan bahwa implementasi CRM pada departemen penjualan dan pemasaran dapat memelihara dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan serta menimbulkan kontribusi yang positif dalam pengembangan *brand awareness* kepada publik. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, CRM dapat membantu proses segmentasi pelanggan dengan mengidentifikasi kualitas dan perilaku pelanggan [12].

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis memiliki ketertarikan untuk membuat penelitian yang mampu memudahkan proses bisnis pada Villa Gangga. Penelitian berikut dibuat dengan judul "Implementasi CRM (*Customer Relationship Management*) Menggunakan Zoho CRM (Studi Kasus: Villa Gangga)".

2. Research Method / Proposed Method



Gambar 1 Metode Penelitian

Penelitian ini memperoleh data yang bersumber dari studi literatur dan hasil wawancara dengan narasumber yaitu pemilik usaha dari Villa Gangga sendiri. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil observasi, nantinya akan dijadikan acuan untuk pengembangan sistem CRM (Customer Relationship Management) dengan menggunakan aplikasi Zoho. Penelitian ini mengumpulkan data menggunakan data primer dan sekunder. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan kepustakaan [13]. Data primer diperoleh dengan penelitian langsung ke tempat studi kasus di Villa Gangga dan wawancara dengan pemilik bisnis. Jenis data sekunder merupakan jenis data yang diperoleh dari studi literatur, penelitian terdahulu, jurnal ilmiah, e-book, dan forum. Metode pemodelan dan implementasi merupakan proses yang diterapkan pada ZohoCRM, khususnya kegiatan pemasaran yang belum pernah dilakukan perusahaan sebelumnya akan dimodelkan dengan model baru yang sesuai untuk VTiger CRM. Selain itu juga ditambahkan modul pengembangan khususnya modul kuesioner untuk mengukur kinerja bisnis perusahaan.

3. Tinjauan Pustaka

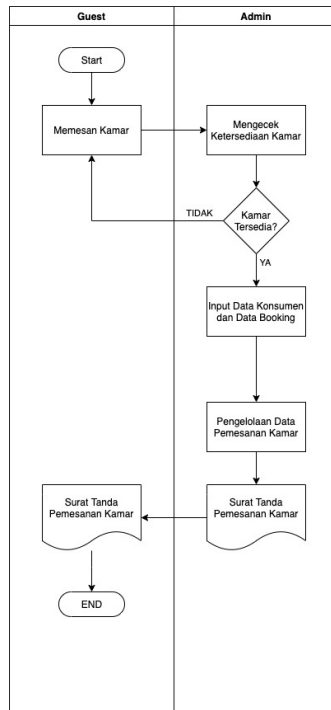
Berdasarkan hasil analisis dan pengumpulan data yang dilakukan di Villa Gangga, terdapat beberapa faktor penting yang dapat dijadikan acuan dalam penerapan proses bisnis berbasis CRM.

3.1 Proses Bisnis Existing

Proses bisnis adalah kumpulan tindakan terorganisir yang dimulai dengan kebutuhan pelanggan dan diakhiri dengan kepuasan pelanggan [14]. Berikut proses bisnis *existing* yang ada di Villa Gangga.

3.1.1 Proses Bisnis Pemesanan Kamar

Proses bisnis pemesanan kamar merupakan proses bisnis kegiatan pemesanan kamar. Untuk gambar *flowchart* dari proses bisnis pemesanan kamar yang sedang berjalan dapat terlihat pada penjabaran berikut.



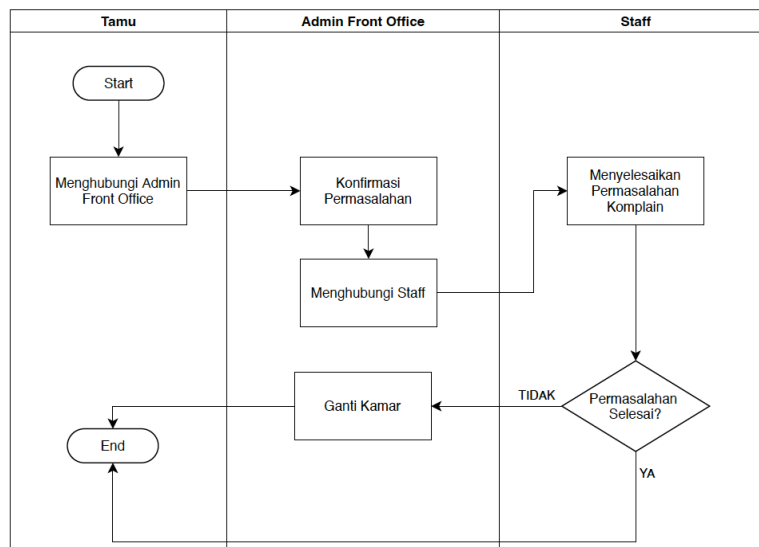
Gambar 2 Flowchart SOP Proses Bisnis Pemesanan Kamar

Gambar 2 adalah proses bisnis yang berjalan saat ini di Villa Gangga. Adapun alur gambar di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Tamu akan menghubungi Staff Admin untuk pemesanan kamar;
2. Admin akan memeriksa ketersediaan kamar sesuai dengan spesifikasi dan tanggal yang diminta oleh tamu;
3. Admin akan memproses data pemesanan kamar;
4. Admin akan menerbitkan surat tanda pemesanan kamar.

3.1.2 Proses Bisnis Komplain Kamar

Komplain Kamar merupakan kegiatan yang dilakukan oleh tamu ketika terdapat adanya permasalahan atau komplain terhadap kamar atau pelayanan pada Villa Gangga.



Gambar 3 Flowchart SOP Proses Bisnis Komplain Kamar

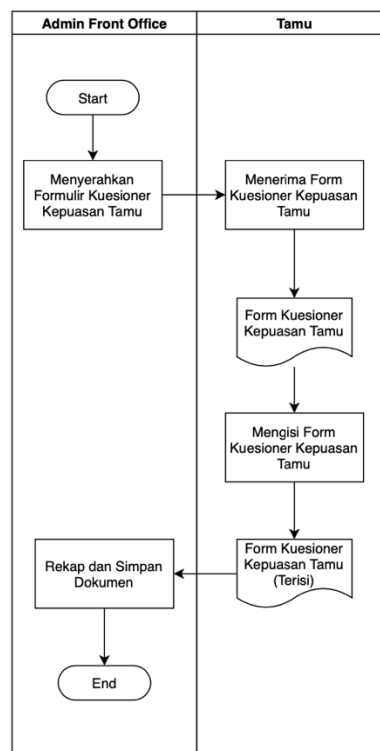
Gambar 3 merupakan proses bisnis komplain kamar yang sedang berjalan. Proses bisnis komplain kamar dimulai dari ketika tamu mendapatkan ada hal yang tidak sesuai

keinginan, maka tamu akan melapor ke admin *front office*, setelah itu *admin* akan mengonfirmasi permasalahan dengan cara mengecek langsung ke kamar yang bermasalah, kemudian *admin* akan menghubungi staff atau tenaga ahli terkait untuk membantu menyelesaikan permasalahan komplain kamar. Apabila permasalahan pada kamar tidak dapat diselesaikan, maka tamu akan diarahkan untuk ganti kamar.

1. Tamu memiliki keluhan terhadap kamar
2. Tamu akan menghubungi admin *front office*
3. Admin *front office* akan mengkonfirmasi permasalahan atau keluhan yang dialami tamu
4. Admin akan menghubungi Staff atau pegawai untuk membantu menyelesaikan permasalahan komplain kamar
5. Apabila permasalahan tidak dapat diselesaikan, tamu akan diarahkan ke kamar lain

3.1.3 Proses Bisnis Pemantauan Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah penilaian yang dibuat oleh pelanggan tentang tingkat kepuasannya sehubungan dengan keputusan mereka untuk membeli produk dan layanan [15]. Proses bisnis pemantauan pelanggan merupakan kegiatan bisnis yang dilakukan oleh Villa Gangga untuk menilai atau mengukur tingkat kepuasan pelanggan selama menginap di Villa Gangga.



Gambar 4 Flowchart SOP Proses Bisnis Pemantauan Kepuasan Pelanggan

Gambar 4 merupakan diagram alir dari proses bisnis pemantauan kepuasan pelanggan. Proses bisnis pemantauan kepuasan pelanggan biasanya dilakukan ketika tamu sudah selesai menginap. Proses bisnis ini dimulai dari pihak Villa Gangga memberikan kuesioner isian kepada pelanggan yang akan *checkout*, kemudian setelah form terisi pihak Villa Gangga akan menyimpan *form* untuk menjadi bagian dari evaluasi bulanan yang dilakukan oleh Villa Gangga.

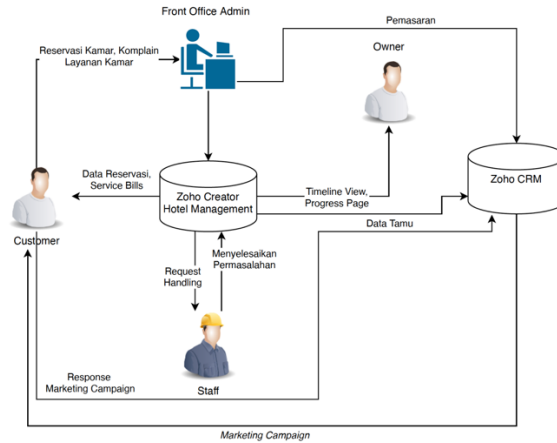
1. Manajemen menyerahkan formulir kuesioner kepuasan tamu
2. Tamu menerima formulir kepuasan tamu
3. Tamu mengisi formulir kepuasan tamu
4. Formulir yang sudah terisi diserahkan kembali ke pihak manajemen untuk disimpan dan dijadikan bahan evaluasi perusahaan

4. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan proses bisnis yang di usulkan, diperoleh hasil penelitian yang di usulkan dalam pembahasan sebagai berikut.

4.1. Gambaran Umum Sistem

Gambaran umum sistem yang akan diajukan dengan memanfaatkan modul modul pada Aplikasi Zoho. Modul-modul yang telah dipilih dari software Zoho ini sudah disesuaikan dengan modul yang bisa diimplementasikan dengan *Customer Relationship Management*. Gambaran umum dari pengimplementasian CRM menggunakan modul modul yang terdapat pada *Software Zoho* dan integrasinya dengan *software Zoho CRM* dapat dijelaskan pada Gambar 5 sebagai berikut.

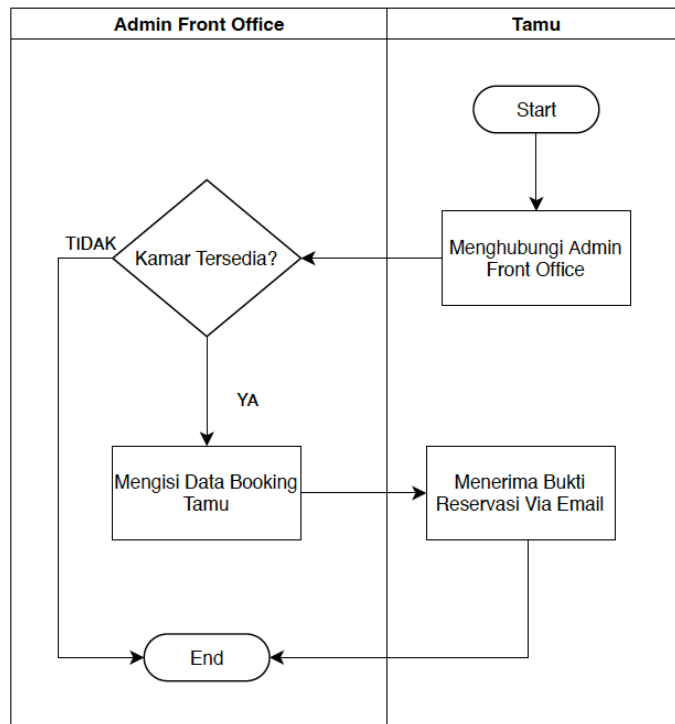


Gambar 5 Gambaran Umum Rencana Implementasi Sistem

4.2. Pemodelan dan Implementasi Proses Bisnis Usulan

4.2.1 Proses Bisnis Reservasi Kamar (Modul Front Desk)

Proses Bisnis Usulan Reservasi Kamar merupakan proses bisnis perubahan dimana sebelumnya proses reservasi kamar masih dilakukan secara manual, kini sudah terintegrasi dalam sebuah sistem sehingga memudahkan dari segi pendataan.



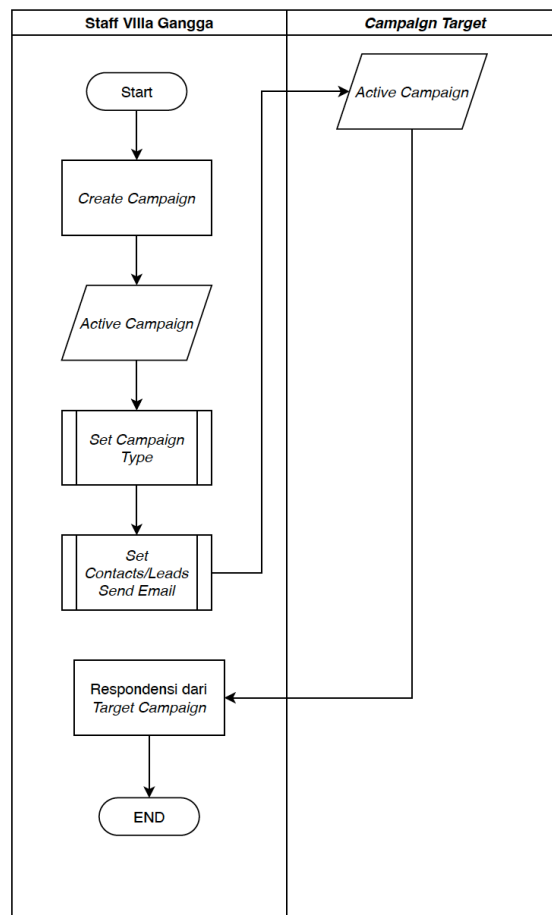
Gambar 6 *Flowchart* Usulan SOP Proses Bisnis Reservasi Kamar

Gambar 6 merupakan SOP dari proses bisnis reservasi kamar dimulai dari Tamu menghubungi Admin *Front Office*, Kemudian *admin Front Office* akan memeriksa ketersediaan kamar melalui modul *Front Desk*. Apabila kamar tersedia maka Admin akan mengisi data *booking* tamu dan tamu akan menerima bukti reservasi via email. Penjabaran tahapan SOP dari usulan proses bisnis reservasi tamu dapat dilihat pada *list* berikut.

1. Tamu akan menghubungi admin *front office*
2. Admin akan memeriksa ketersediaan kamar melalui aplikasi *Hotel Management* dari Zoho Creator
3. Apabila kamar tersedia, maka admin *front office* akan menginput data tamu dan informasi pemesanan kamar ke sistem
4. Apabila kamar tidak ada, admin akan berusaha mencari alternatif pengganti (relokasi kamar/tanggal)

4.2.2 Proses Bisnis Usulan Pemasaran

Proses Bisnis Usulan Pemasaran merupakan bagian dari *Operational CRM*, yang berguna dalam mengoptimalkan proses bisnis pemasaran, melihat perkembangan pemasaran, menentukan target hingga menentukan saluran komunikasi. Sebagai contoh pada aplikasi Zoho CRM terdapat Modul *Campaigns* yang proses bisnis penggunaannya dapat dijelaskan sebagai berikut.

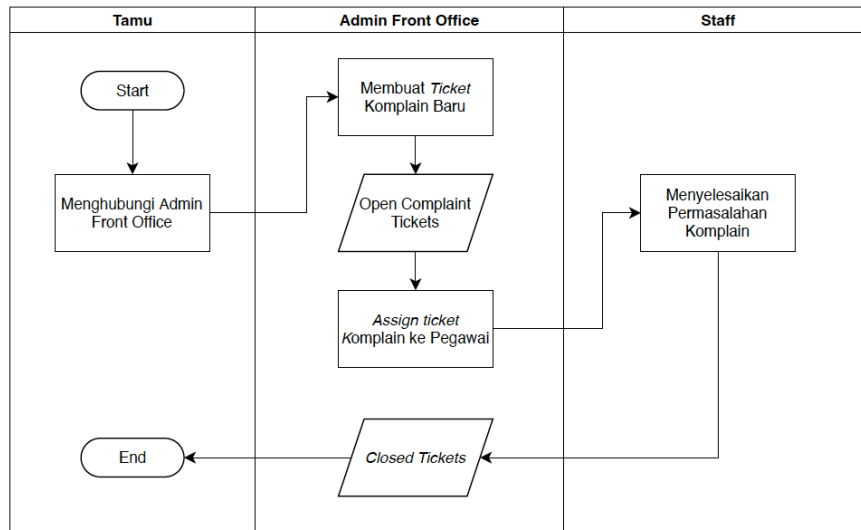


Gambar 7 *Flowchart* Usulan SOP Proses Bisnis Pemasaran

Gambar 7 di atas adalah diagram aliran usulan SOP Bisnis Proses Pemasaran pada Villa Gangga melalui *email*. Menggunakan modul *Campaign* pada Zoho CRM, perusahaan dapat menginformasikan info terbaru tentang Villa Gangga dan Promo yang sedang berlangsung. Pada saat akan menggunakan modul *Campaign*, pengguna harus sudah memiliki kontak dari calon *Target Campaign*.

4.2.3 Proses Bisnis Usulan Komplain Kamar

Proses Bisnis Usulan Komplain Kamar merupakan bagian dari *Operational CRM*, yang mana hal ini berkaitan dengan pelayanan pelanggan. Implementasi Proses Bisnis Usulan Komplain kamar ini diharapkan dapat meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan. Adapun *workflow* dari implementasi Komplain Kamar menggunakan Zoho yaitu sebagai berikut.



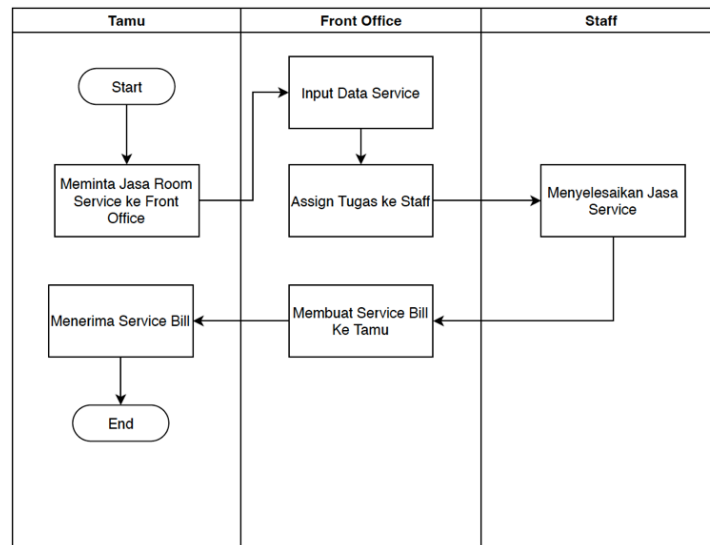
Gambar 8 Flowchart Usulan SOP Proses Bisnis Komplain Kamar

Gambar 8 di atas adalah proses bisnis usulan Komplain Kamar menggunakan modul *Request Handling*, SOP dari proses bisnis usulan komplain kamar dimulai dari Tamu menghubungi admin *front office* terkait permasalahan kamarnya, kemudian admin *front office* membuat tiket komplain baru, setelah itu tiket komplain akan diberikan kepada pegawai yang akan bertanggung jawab menyelesaikan komplain. Setelah permasalahan komplain selesai, admin akan menutup tiket komplain sebagai bukti bahwa masalah telah ditangani. Penjabaran tahapan SOP dari usulan proses bisnis komplain tamu dapat dilihat pada *list* berikut.

1. Tamu akan menghubungi admin *front office*
2. Admin menerima permasalahan/keluhan dari tamu
3. Admin akan membuat *Complaint Ticket* baru
4. Status pada *Complaint Ticket* yang telah dibuat akan menjadi status *Open*
5. Admin *Front Office* akan mendistribusikan *Complaint Ticket* kepada pegawai
6. Pegawai akan menyelesaikan permasalahan *Complaint Ticket*
7. Setelah permasalahan selesai, maka admin akan mengubah status *Complaint Ticket* menjadi *Close* Sebagai tanda bukti bahwa permasalahan telah selesai dikerjakan

4.2.4 Proses Bisnis Jasa Service

Service atau Jasa Layanan tamu adalah jasa pelayanan yang disediakan oleh pihak hotel untuk tamu. Melalui modul *Service*, pihak hotel dapat dengan mudah mendata kebutuhan tamu dan menugaskan ke staf terkait. Penjabaran dari Proses Bisnis *Service* yang dijelaskan pada Gambar 9.



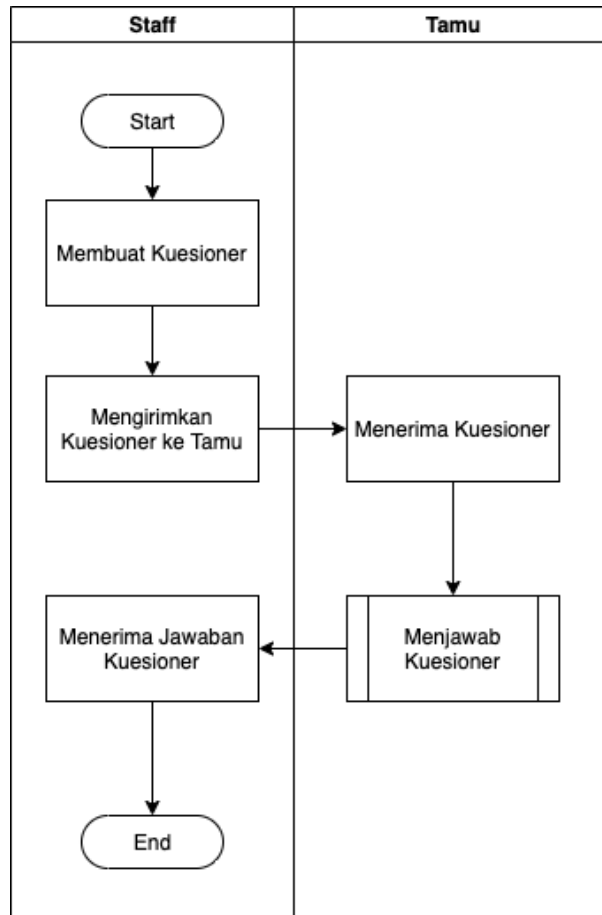
Gambar 9 Flowchart Usulan SOP Proses Bisnis Jasa Service

Gambar 9 di atas adalah proses bisnis usulan Jasa Service/Layanan Kamar menggunakan modul *Service Usage*. Proses bisnis dimulai dari Tamu Menghubungi *Front Office* untuk meminta jasa layanan yang dikehendaki, setelah itu *Front Office* akan menginput data *service* Tamu ke sistem, kemudian *Front Office* akan menugaskan *staff* untuk menyelesaikan jasa *service*. Setelah itu *Front Office* kemudian akan membuat *Service Bill* yang nantinya akan diterima oleh tamu. Penjabaran tahapan SOP dari usulan proses bisnis Jasa *Service* tamu dapat dilihat pada *list* berikut.

1. Tamu akan menghubungi Admin *Front Office* untuk meminta jasa layanan kamar atau yang biasa dikenal dengan istilah *Room Service*
2. Admin *Front Office* akan menginput data kebutuhan tamu
3. Admin *Front Office* akan memberikan tugas ke Staf untuk memenuhi kebutuhan layanan kamar tamu
4. Staf akan menyelesaikan jasa *Room Service*
5. Admin *Front Office* akan membuat *service bill* ke tamu
6. Tamu akan menerima *service bill* untuk *Room Service* yang dipesan

4.2.5 Proses Bisnis Survei Kepuasan Pelanggan

Survei Kepuasan Pelanggan merupakan proses bisnis guna mendapatkan data kepuasan pelanggan dan memaksimalkan proses implementasi CRM, adapun proses dari rencana SOP Implementasi proses bisnis survei kepuasan pelanggan dapat dilihat pada Gambar 10



Gambar 10 Flowchart Usulan SOP Proses Bisnis Survei Kepuasan Pelanggan

Gambar 10 adalah proses bisnis usulan Survei Kepuasan Pelanggan, Proses bisnis dimulai ketika tamu sudah selesai menginap, kemudian *Front Office* akan mengirimkan *link* untuk pengisian survei. Tamu nantinya akan mengisi survei guna sebagai *feedback* terhadap pengalaman selama menginap di Villa Gangga. Penjabaran tahapan SOP dari usulan proses bisnis Jasa *Service* tamu dapat dilihat pada *list* berikut.

1. Setelah tamu *checkout* dari kamar, admin akan menghubungi tamu untuk mengirimkan *link* survei
2. Tamu mengisi data survei
3. Setelah data terisi, Villa Gangga akan melakukan *review* terhadap data survei yang telah diisi oleh tamu

5. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pembahasan yang telah dijelaskan pada bagian diatas, dapat ditarik kesimpulan akhir pada Tabel 1.

Tabel 1 Korelasi dan Permasalahan

No.	Permasalahan	Penyelesaian
1.	Proses bisnis reservasi kamar masih dilakukan dengan cara manual sehingga rentan terjadi berbagai permasalahan seperti data <i>booking</i> kamar tidak tercatat, dan <i>double booking</i> kamar.	Mengintegrasikan dengan modul <i>Front Desk</i> agar proses reservasi kamar menjadi lebih efisien.
2.	Proses bisnis pemasaran belum dilakukan, sehingga	Membuat proses bisnis

	promo yang berlaku pada Villa Gangga sulit untuk diketahui oleh calon tamu yang akan menginap.	pemasaran usulan dengan menggunakan fitur yang terdapat pada modul <i>Campaign</i> yang ada pada aplikasi Zoho CRM.
3.	Prosedur Komplain Masih Belum terdata dengan baik, sehingga keluhan tamu terkadang mendapatkan penanganan yang lambat.	Membuat proses bisnis yang dapat mengelola komplain pelanggan dengan modul <i>Request Handling</i>
4.	Proses Jasa <i>Service</i> ke Tamu masih dilakukan dengan cara manual dan belum terdata dengan baik, sehingga terkadang tambahan <i>service</i> tamu tidak tercatat.	Membuat proses bisnis <i>service</i> tamu yang terintegrasi dengan kamar tamu menggunakan Modul <i>Service</i>
5.	<i>Room Maintenance</i> Belum terdata dengan baik	Modul <i>Maintenance</i> dapat mengakomodir antara kebutuhan pelanggan dengan ketersediaan kamar yang siap untuk dijual.
6.	Survei Kepuasan Pelanggan belum dilakukan secara optimal, sehingga keputusan bisnis yang diambil kurang akurat.	Modul <i>Survey</i> pada Zoho CRM digunakan sebagai sarana wadah pemantauan kepuasan pelanggan

Daftar Pustaka

- [1] Maissy P. Babar; Mardhalia Saitakela, "Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada Klinik Valerie Beauty," *JITU J. Inform. Technol. Commun.*, vol. 3, no. 1, 2019.
- [2] V. U. T. Ellynia, "Penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada Aplikasi Pengiriman Pesan Instan," vol. V, no. 1, pp. 20–26, 2014.
- [3] S. Kosasi, "Perancangan Sistem Electronic Customer Relationship Management Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan," *J. Sist. Inf. DAN Teknol. Inf.*, vol. 4, no. Oktober 2015, pp. 92–102, 2015.
- [4] E. Nurwati, A. Bintarto, and A. A. Kristiadi, "PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)," vol. 5, no. 1, pp. 1322–1338, 2021.
- [5] A. Nugroho, "Customer relationship management implementation in the small and medium enterprise," *AIP Conf. Proc.*, no. March, 2018, doi: 10.1063/1.5028076.
- [6] B. Hardjono and L. P. San, "Customer Relationship Management Implementation and its Implication to Customer Loyalty in Hospitality Industry," *J. Din. Manaj.*, vol. 8, no. 1, pp. 92–107, 2017, doi: 10.15294/jdm.v8i1.10414.
- [7] N. L. M. Sugiarn, D. Pramana, and N. N. H. Puspita, "Implementasi CRM (Customer Relationship Management) Pada Sistem Informasi Travel X Berbasis Web," *J. Sist. dan Inform.*, vol. 9, p. 53, 2015.
- [8] H. B. Akhmad Izzudin Amin, Erlan Darmawan, "Implementasi CRM (Customer Relationship Management) pada Sistem Informasi Reservasi Fotografi Berbasis Web di

- Toko Aini Photo Kuningan,” *J. Sist. dan Inform.*, vol. 9, p. 9, 2018.
- [9] B. Hardjono and L. P. San, “Customer Relationship Management Implementation and its Implication to Customer Loyalty in Hospitality Industry Implementasi Manajemen Hubungan Pelanggan dan Implikasinya terhadap Loyalitas Pelanggan pada Industri Rumah Sakit,” vol. 8, no. 36, pp. 92–107, 2017.
- [10] V. Guerola-Navarro, H. Gil-Gomez, R. Oltra-Badenes, and J. Sendra-García, “Customer relationship management and its impact on innovation: A literature review,” *J. Bus. Res.*, vol. 129, no. November 2020, pp. 83–87, 2021, doi: 10.1016/j.jbusres.2021.02.050.
- [11] D. R. Wicaksono, “Implementasi Customer Relationship Management (CRM) di Atria Hotel Malang,” *J. Kaji. dan Terap. Pariwisata*, vol. 2, no. 1, pp. 19–26, 2021, doi: 10.53356/diparojs.v2i1.41.
- [12] R. W. Sembiring Brahmana, F. A. Mohammed, and K. Chairuang, “Customer Segmentation Based on RFM Model Using K-Means, K-Medoids, and DBSCAN Methods,” *Lontar Komput. J. Ilm. Teknol. Inf.*, vol. 11, no. 1, p. 32, 2020, doi: 10.24843/lkjiti.2020.v11.i01.p04.
- [13] M. Islam, “Data Analysis: Types, Process, Methods, Techniques and Tools,” *Int. J. Data Sci. Technol.*, vol. 6, no. 1, p. 10, 2020, doi: 10.11648/j.ijdst.20200601.12.
- [14] N. A. Nurlankyzy, “Business Process as the Basis of the Process Approach in Enterprise Management,” *Int. J. Eng. Manag. Res.*, vol. 9, no. 2, pp. 166–170, 2019, doi: 10.31033/ijemr.9.2.22.
- [15] L. Hale, “Wiley Encyclopedia of Management,” *Distrib. Sales Manag.*, vol. 43, no. 1, p. 24, 2002, doi: 10.1079/9780851995410.0059.
-