

## Pengaruh Implementasi CRM Berbasis Csat Terhadap Efektivitas Penjualan Di Kopi Muria Zayna

Doni Indra Pramana<sup>1</sup>, Arif Setiawan<sup>2</sup>, Yudie Irawan<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup>Universitas Muria Kudus

e-mail: [1202053153@std.umk.ac.id](mailto:1202053153@std.umk.ac.id), [arif.setiawan@umk.ac.id](mailto:arif.setiawan@umk.ac.id), [yudie.irawan@umk.ac.id](mailto:yudie.irawan@umk.ac.id)

*Abstract - Kopi Muria Zayna, a home-based coffee producer in Indonesia, faces challenges in increasing monthly sales and maintaining optimal relationships with customers. One of the main causes is the lack of use of information technology in existing sales systems, as well as low levels of customer satisfaction that cannot be measured systematically. This research aims to implement a Customer Relationship Management (CRM) system based on Customer Satisfaction Score (CSAT) in the web-based sales system at Kopi Muria Zayna. Through observation, interviews and literature study methods, this research identifies how the use of information technology can strengthen customer relationships and increase sales. The research results show that implementing CSAT-based CRM can provide significant benefits in increasing monthly sales and customer satisfaction, as well as increasing efficiency in monitoring and managing customer data. Thus, this research contributes to the company in improving its sales performance and building better relationships with customers.*

*Keywords - Sales Information System, Customer Satisfaction, CRM, CSAT*

**Abstrak -** Kopi Muria Zayna, produsen kopi rumahan di Indonesia, menghadapi tantangan dalam meningkatkan penjualan bulanan serta menjaga hubungan yang optimal dengan pelanggan. Salah satu penyebab utama adalah kurangnya pemanfaatan teknologi informasi dalam sistem penjualan yang ada, serta rendahnya tingkat kepuasan pelanggan yang tidak terukur secara sistematis. Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan sistem Customer Relationship Management (CRM) berbasis Customer Satisfaction Score (CSAT) pada sistem penjualan berbasis web di Kopi Muria Zayna. Melalui metode observasi, wawancara, dan studi pustaka, penelitian ini mengidentifikasi bagaimana penggunaan teknologi informasi dapat memperkuat hubungan pelanggan dan meningkatkan penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan CRM berbasis CSAT dapat memberikan manfaat signifikan dalam meningkatkan penjualan bulanan dan kepuasan pelanggan, sekaligus meningkatkan efisiensi dalam pemantauan dan pengelolaan data pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi bagi perusahaan dalam memperbaiki kinerja penjualannya serta membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan.

**Kata Kunci -** Sistem Informasi Penjualan, Kepuasan Pelanggan, CRM, CSAT

### I. PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, teknologi informasi telah menjadi pilar utama dalam mendukung proses penjualan dan pengambilan keputusan yang lebih efisien dan efektif. Sistem informasi penjualan berbasis teknologi elektronik memungkinkan perusahaan untuk menyampaikan informasi yang relevan tentang produk terbaru, melakukan promosi, serta mempermudah pelanggan dalam proses pemesanan produk. Meskipun banyak perusahaan telah mengadopsi sistem ini untuk meningkatkan efisiensi dan pelayanan, masih ada banyak UMKM, terutama di sektor industri kopi, yang belum memaksimalkan potensi sistem informasi penjualan secara optimal.

Untuk meningkatkan kualitas layanan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang yang lebih kuat, banyak perusahaan yang mengimplementasikan sistem *Customer Relationship Management* (CRM). CRM memungkinkan perusahaan mengelola interaksi dengan pelanggan secara lebih terstruktur, meningkatkan kepuasan, serta mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Salah satu metode yang efektif untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan adalah Skor Kepuasan Pelanggan (CSAT), yang memberikan wawasan tentang bagaimana perusahaan memenuhi harapan pelanggan dalam aspek transaksi, pengiriman, dan layanan pelanggan.

Urgensi penelitian ini muncul karena Kopi Muria Zayna, sebagai salah satu UMKM produsen kopi di Kudus, Jawa Tengah, menghadapi tantangan besar dalam pengelolaan penjualannya. Perusahaan ini masih mengandalkan pencatatan manual untuk transaksi dan pemasaran yang tidak terstruktur, khususnya di media sosial. Praktik ini menyebabkan fluktuasi pendapatan yang tinggi dan pemasaran yang kurang efektif. Oleh karena itu, penelitian ini sangat penting untuk mengatasi masalah tersebut dengan mengimplementasikan sistem CRM berbasis CSAT yang

dapat memberikan informasi yang lebih cepat dan akurat, serta memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Tanpa adanya sistem informasi penjualan yang terintegrasi, perusahaan akan terus kesulitan dalam mengelola data pelanggan dan membuat keputusan yang lebih baik untuk meningkatkan penjualan.

Gap penelitian ini terletak pada kurangnya penelitian yang mengkaji implementasi sistem CRM berbasis CSAT dalam konteks UMKM di sektor kopi, khususnya yang mengintegrasikan teknologi untuk meningkatkan efektivitas penjualan dan pengelolaan hubungan pelanggan. Sebagian besar studi CRM fokus pada perusahaan besar atau menggunakan metode yang tidak sesuai dengan kebutuhan UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi kekosongan tersebut dengan mengembangkan dan menguji sistem CRM berbasis CSAT yang dapat diterapkan dalam skala kecil dan menengah.

Novelty penelitian ini terletak pada penerapan sistem CRM berbasis CSAT yang dirancang khusus untuk kebutuhan UMKM di sektor kopi, yang belum banyak dieksplorasi dalam literatur. Penelitian ini tidak hanya menilai dampak teknologi terhadap penjualan, tetapi juga mengevaluasi sejauh mana sistem CRM berbasis CSAT dapat memperbaiki hubungan pelanggan dan meningkatkan loyalitas melalui umpan balik langsung dari pelanggan. Implementasi sistem ini di Kopi Muria Zayna diharapkan dapat menjadi model bagi UMKM lainnya dalam mengoptimalkan pemasaran dan pengelolaan hubungan pelanggan menggunakan teknologi.

## II. PENELITIAN YANG TERKAIT

Pada penelitian [1], membahas tentang Kios Tani Murni adalah perusahaan domestik yang fokus pada penjualan produk pertanian. Pendapatan bulanan toko ini rendah karena kurangnya kesadaran masyarakat tentang keberadaan dan cara kerja toko ini. Tidak menggunakan teknologi informasi dalam proses penjualan. Keterkaitan antara pelanggan dan penjual terhambat karena kurangnya platform obrolan. Oleh karena itu, dalam studi ini, sebuah sistem informasi berbasis Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM) akan dirancang untuk proses penjualan, dengan menerapkan pendekatan Framework for Applications of Systems Engineering (FAST) dan framework PIECES. Sistem ini dapat memudahkan owner dalam pengelolaan penjualan, mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Fitur diskusi dalam aplikasi membantu pelanggan untuk dapat menyampaikan pendapat, kritik atau saran.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh [2], membahas Tasya Caffe sebuah kedai kopi dengan banyak pesaingnya membuat pelanggan dari tasya coffe menjadi menurun. Saat ini promosi dan pengolahan data penjualan yang dilakukan oleh tasya coffe masih secara konvensional, belum menggunakan sistem. Hal ini menyebabkan terjadinya penurunan penjualan, kesalahan dan tidak efisien dalam pencarian data. Oleh karena itu dibangun sebuah sistem CRM (*Customer Relationship Management*) menggunakan metode waterfall untuk membantu proses bisnis Tasya Caffe agar meningkatkan penjualan dan mempermudah pengelolaan data.

Selanjutnya pada penelitian yang dilakukan oleh [3], Persaingan bisnis online semakin ketat keberadaan informasi menjadi begitu penting, Sama halnya dengan Toko Zu Ms Glow Sumut Stockist, Toko tersebut membutuhkan suatu website interaktif tujuan untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan kepada pelanggan pembelian, karena selama ini toko tersebut masih melakukan pencatatan secara manual dan menjual produk hanya di toko saja. Hal ini yang menyebabkan jangkauan pemasaran yang kurang efektif sehingga pencatatan produk dan transaksi masih dilakukan secara manual yaitu dicatat atau direkap pada buku. Pencatatan pada buku tersebut bisa mengakibatkan rentan akan hilangnya data pelanggan. Oleh karena itu, dibutuhkan yang dapat mendukung proses pemasaran dan penjualan produk kepada pelanggan dengan menggunakan metode *Customer Relationship Management* (CRM). Sistem dirancang dengan menggunakan metode *Rapid Application Development* (RAD).

Pada jurnal yang ditulis oleh [4], dalam mengelola bisnis penjualan gazebo dan rumah kayu masih menerapkan penjualan secara konvensional yang mengandalkan sales untuk memberikan informasi kepada pelanggan, itu menyebabkan sulitnya menjangkau pelanggan dari daerah luar dan pelanggan pun susah dalam mencari informasi Perusahaan, selain itu perusahaan juga kesulitan dalam mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan. Oleh karena itu solusi terbaik dari masalah di atas adalah dibangun suatu sistem informasi berbasis website yang mampu memasarkan produk secara online dengan mengimplementasikan model CRM (*Customer Relationship Management*), yang berfokus pada tiga konsep CRM yaitu mendatangkan pelanggan baru (*Acquire*), meningkatkan nilai pelanggan (*Enhance*), dan mempertahankan pelanggan lama (*Retain*).

Dalam penelitian selanjutnya oleh [5], dalam proses penjualannya, Toko Bella Frame ART mengalami banyak permasalahan, seperti metode promosi pada toko masih menggunakan brosur, poster dan pamflet, sehingga pemilik toko memerlukan biaya yang tidak sedikit untuk menyampaikan informasi ketarget pasar secara luas, selain itu penyimpanan data produk masih manual menggunakan buku besar sebagai media catat data produk sehingga data belum tersimpan rapih dan belum terperinci. penyimpanan hasil *feedback* atau pesan dengan pelanggan juga

dibutuhkan, agar membantu pihak toko dalam melakukan pengambilan keputusan dalam pemasaran produk dan pelayanan pelanggan untuk kedepannya. Berdasarkan masalah tersebut, Pentingnya penerapan suatu strategi manajemen hubungan pelanggan pada teknologi sistem informasi adalah untuk membantu usaha ini dalam melakukan layanan tanya jawab sebagai fasilitas penyampaian keluhan serta permintaan pelanggan.

### III. METODE PENELITIAN

#### 1. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk memastikan ketepatan, relevansi, dan kehandalan informasi yang digunakan. Data dikumpulkan melalui dua sumber utama: primer dan sekunder.

##### 1. Sumber Data Primer diperoleh langsung dari subjek penelitian. Metode utama yang digunakan adalah:

###### 1. Observasi

Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap objek atau sistem yang diteliti, yaitu sistem penjualan dan interaksi antara Kopi Muria Zayna dengan pelanggan. Observasi ini bertujuan untuk memahami secara langsung bagaimana proses penjualan dilakukan dan bagaimana hubungan dengan pelanggan terjalin.

###### 2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak-pihak terkait, seperti pemilik usaha, staf, dan pelanggan Kopi Muria Zayna. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi lebih dalam tentang pengalaman pelanggan, proses penjualan, dan kendala yang dihadapi dalam menjaga hubungan dengan pelanggan.

##### 2. Sumber Data Sekunder diperoleh dari berbagai literatur atau dokumen yang relevan. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data sekunder meliputi:

###### 1. Studi Pustaka

Menggunakan buku, artikel, dan jurnal yang membahas tentang CRM, CSAT, serta pengembangan sistem informasi penjualan berbasis web [6]. Hal ini bertujuan untuk memperoleh teori dan konsep yang dapat mendukung pengembangan sistem dalam penelitian ini.

###### 2. Studi Dokumentasi

Pengumpulan dan pemeriksaan dokumen atau laporan yang berkaitan dengan penjualan dan interaksi pelanggan pada Kopi Muria Zayna, seperti laporan penjualan, feedback pelanggan, dan catatan interaksi sebelumnya.

#### 2. Metode Pengembangan Sistem

Tahap pengembangan sistem dalam penelitian ini menggunakan metode *Agile Software Development* untuk merancang dan mengembangkan website penjualan berbasis CRM berbasis CSAT. Metode Agile dipilih karena fleksibilitasnya dalam menghadapi perubahan dan kemampuannya untuk bekerja cepat serta beradaptasi dengan kebutuhan pengguna [7]. Proses pengembangan sistem dengan menggunakan metode Agile meliputi langkah-langkah berikut:

##### 1. Perancangan (*Planning*)

Mengumpulkan data dari hasil observasi dan wawancara untuk merancang sistem, serta membuat diagram sistem yang mendetail [8]. Fokus utama pada fase ini adalah pemahaman terhadap kebutuhan pengguna dan pelanggan Kopi Muria Zayna.

##### 2. Implementasi (*Implementation*)

Tahap di mana pengembang mulai membangun sistem, termasuk pembuatan antarmuka pengguna yang mudah digunakan dan dokumentasi teknis [9]. Pengembangan website ini bertujuan untuk memungkinkan pemesanan produk, serta pengelolaan dan pemantauan hubungan pelanggan melalui sistem CRM berbasis CSAT.

##### 3. Pengujian (*Testing*)

Uji perangkat lunak dilakukan untuk memastikan bahwa sistem berjalan dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan pengguna [10]. Pengujian ini mencakup uji fungsionalitas dan uji pengalaman pengguna (UX) untuk memastikan kemudahan penggunaan oleh pelanggan.

##### 4. Dokumentasi (*Documentation*)

Setiap langkah dan proses dalam pengembangan sistem didokumentasikan untuk mempermudah pemeliharaan dan pengembangan lebih lanjut [11].

##### 5. Penyebaran (*Deployment*)

Sistem yang telah selesai diuji akan diluncurkan kepada pelanggan. Proses ini melibatkan

pemberitahuan kepada pelanggan tentang pembaruan sistem dan memberikan pelatihan dasar terkait penggunaan sistem baru [12].

6. Pemeliharaan (*Maintenance*)

Sistem akan terus dipelihara untuk memastikan kelancaran operasionalnya. Pembaruan dan perbaikan dilakukan secara berkala untuk menanggapi *feedback* pengguna dan memastikan sistem tetap relevan dengan kebutuhan yang berkembang [13].

3. Metode Perancangan Sistem

Untuk merancang dan menggambarkan sistem secara visual, penelitian ini menggunakan *Unified Modeling Language* (UML) [14]. UML memungkinkan pemodelan sistem perangkat lunak secara jelas dan efektif dengan menggunakan diagram yang mendokumentasikan berbagai aspek sistem, dari struktur data hingga alur kerja [7]. Beberapa diagram UML yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. *Use Case Diagram*

Menampilkan interaksi antara pengguna (pelanggan dan admin) dengan sistem, menggambarkan fungsi-fungsi utama yang ada dalam sistem CRM berbasis CSAT [15].

2. *Class Diagram*

Menggambarkan struktur kelas dalam sistem dan hubungan antar kelas, seperti kelas pelanggan, transaksi, dan laporan kepuasan [16].

3. *Sequence Diagram*

Menunjukkan urutan interaksi antara objek dalam sistem selama proses pemesanan atau penilaian kepuasan pelanggan [17].

4. *Activity Diagram*

Menggambarkan alur kerja dari tugas-tugas yang dilakukan oleh pengguna dan sistem, seperti proses pemesanan produk dan pengumpulan *feedback* pelanggan [18].

5. *Statechart Diagram*

Menunjukkan perubahan status objek dalam sistem, seperti perubahan status pesanan atau status kepuasan pelanggan yang telah diukur dengan CSAT [19].

4. Metode CRM (*Customer Relationship Management*)

*Customer Relationship Management (CRM)* adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengelola interaksi dengan pelanggan, meningkatkan hubungan jangka panjang, dan meningkatkan loyalitas serta kepuasan pelanggan [20]. Sistem CRM yang diimplementasikan pada penelitian ini bertujuan untuk mengelola dan memperbaiki hubungan antara Kopi Muria Zayna dengan pelanggan mereka. CRM memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi pelanggan setia, memahami kebutuhan mereka, serta memberikan layanan yang lebih personal. Dalam penelitian ini, sistem CRM digunakan untuk mengumpulkan data pelanggan, melacak interaksi dengan pelanggan, serta mengelola umpan balik dan keluhan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan [21]. CRM berbasis web memungkinkan tim Kopi Muria Zayna untuk mengakses data pelanggan secara real-time, memberikan respon cepat, serta melakukan tindak lanjut yang lebih terorganisir [22].

5. Metode CSAT (*Customer Satisfaction Score*)

*Customer Satisfaction Score (CSAT)* adalah salah satu metrik utama yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan [23]. CSAT memberikan gambaran langsung mengenai seberapa puas pelanggan terhadap pengalaman mereka dengan perusahaan, apakah itu terkait dengan kualitas produk, layanan pelanggan, atau aspek lainnya dari interaksi mereka dengan bisnis.

Rumus CSAT [24]

CSAT dihitung dengan cara sederhana menggunakan survei singkat yang meminta pelanggan untuk memberikan penilaian mereka terhadap pengalaman yang baru saja mereka alami. Biasanya, pelanggan diminta untuk memberikan skor dalam skala tertentu, misalnya dari 1 hingga 5. Setelah itu, skor CSAT dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$CSAT = \frac{\text{Jumlah pelanggan yang puas}}{\text{Jumlah pelanggan yang memberikan umpan balik}} \times 100\%$$

1. Jumlah pelanggan yang puas adalah jumlah pelanggan yang memberikan penilaian positif, seperti memilih

skor 3, 4 atau 5 pada skala 1 hingga 5, yang mengindikasikan kepuasan.

2. Jumlah pelanggan yang memberikan umpan balik adalah total pelanggan yang memberikan penilaian atau respon terhadap survei CSAT.

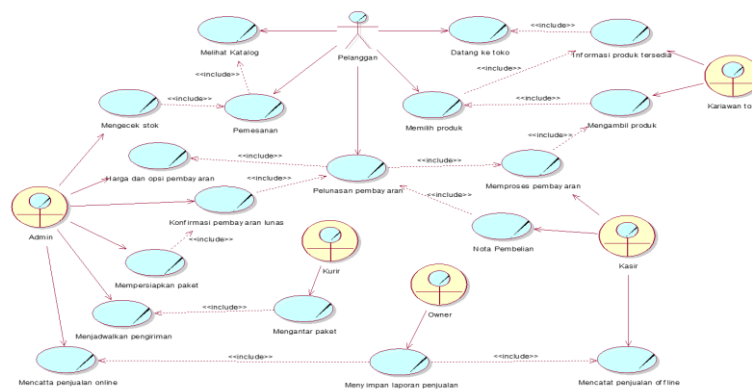
CSAT digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan layanan yang diberikan oleh Kopi Muria Zayna. Dalam sistem yang dikembangkan, pelanggan akan diminta untuk memberikan penilaian melalui survei singkat setelah melakukan transaksi atau pemesanan. Penilaian ini mengukur kepuasan mereka dalam berbagai aspek, seperti kualitas produk, pelayanan, dan kecepatan jasa kirim. Skor CSAT yang dikumpulkan digunakan untuk mengevaluasi kinerja sistem penjualan dan kualitas pelayanan. Hasil dari penilaian CSAT akan digunakan sebagai acuan untuk melakukan perbaikan berkelanjutan dalam operasional dan pemasaran, serta untuk memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 1. Perancangan Sistem

###### 1. *Bussiness Use Case Diagram*

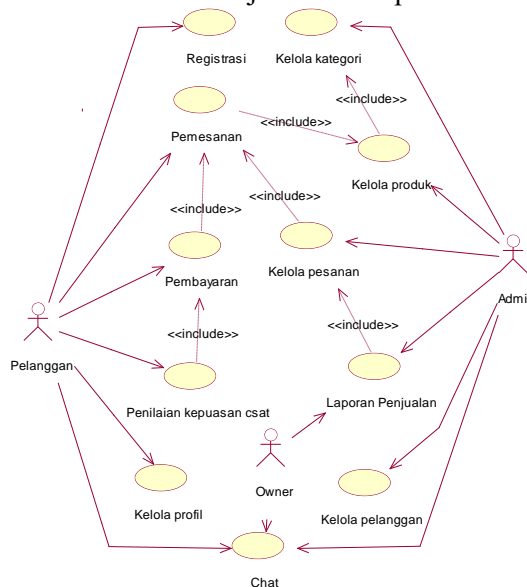
Diagram Use Case bisnis memperlihatkan hubungan-hubungan antara aktor-aktor bisnis, use case bisnis, dan pekerja-pekerja bisnis dalam organisasi [25]. Berikut ini adalah penggambaran diagram *Business Use Case* yang terdapat pada Gambar 1.



Gambar 1. *Business Usecase* Kopi Muria Zayna

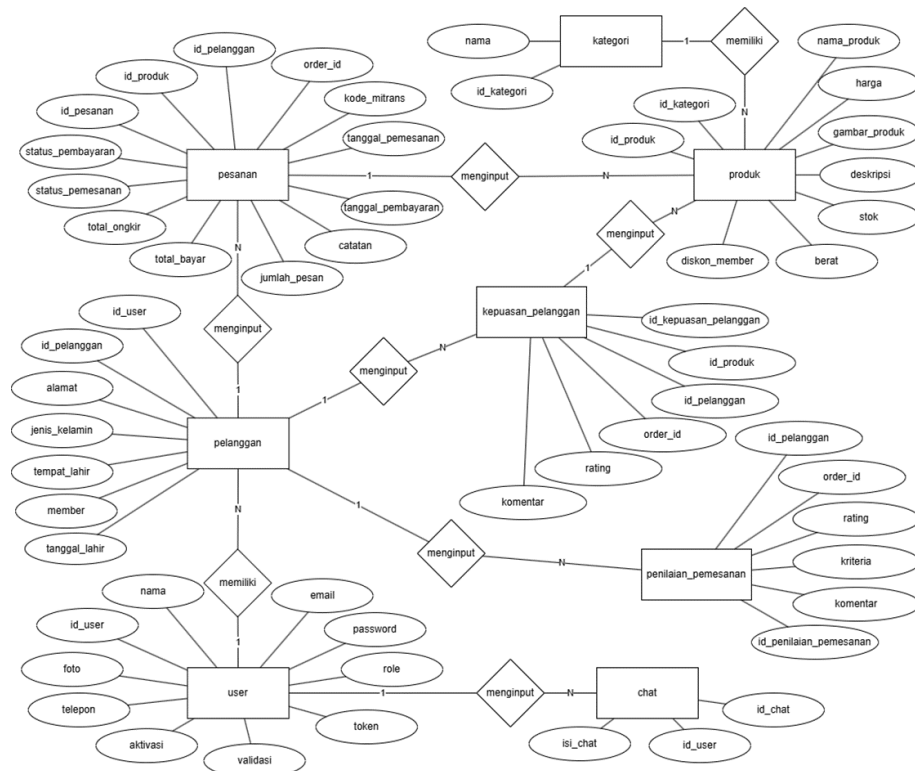
###### 2. *Use Case Diagram*

*System use case* diagram merupakan penggambaran dari keterlibatan peran di sistem (aktor) dan proses yang dilakukan oleh sistem (use case) yang ada di diagram. Diagram ini menunjukkan proses-proses yang terdapat dalam business use case yang telah dibuat[8]. Sehingga bisa dilakukan penggambaran diagram sistem use case dari Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Customer Satisfaction Score (CSAT) Pada Sistem Informasi Penjualan di Kopi Muria Zayna seperti gambar 2 berikut.



Gambar 2. *Usecase Diagram* Sistem Informasi Manajemen Penjualan Dengan Metode Eoq (Economic Order Quantity) Di Cv. Biromedia Electric Securindo

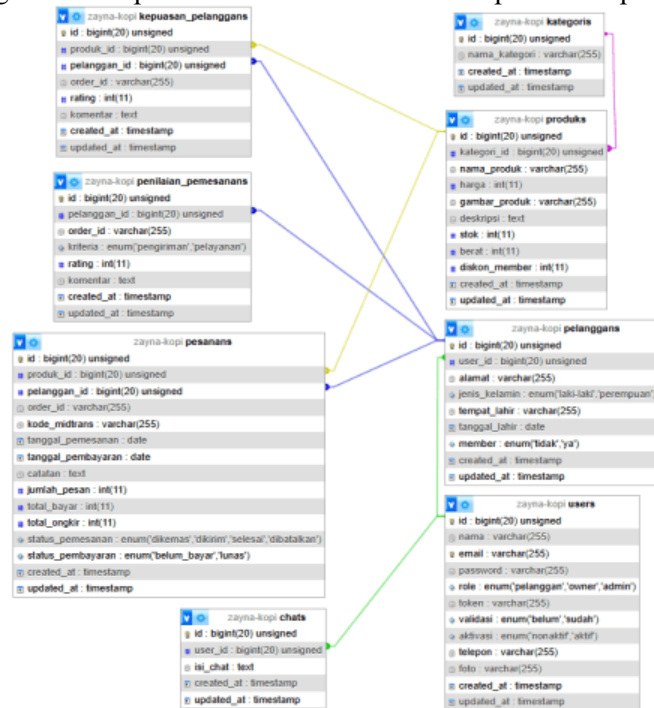




Gambar 5. ERD Kopi Muria Zayna

5. Relasi Tabel

Relasi tabel yang terbentuk pada struktur tabel diatas ini dapat dilihat pada gambar 5 berikut.



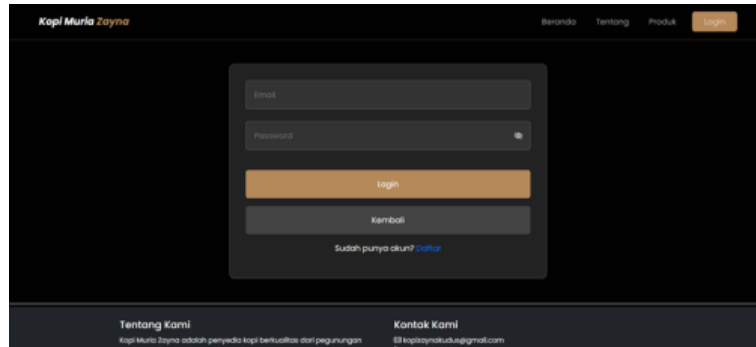
Gambar 5. Relasi Tabel Kopi Muria Zayna

2. Tampilan Sistem

1. Halaman Login User

Tampilan sistem halaman login merupakan tampilan awal yang diberikan kepada user atau pengguna untuk mengakses akun. Tampilan dari halaman login dapat dilihat pada gambar 7 berikut.





Gambar 7. Tampilan Halaman Login User

2. Halaman Utama Pelanggan

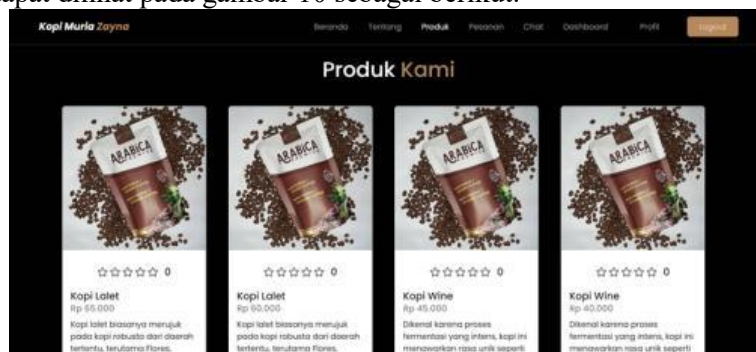
Halaman utama pelanggan menampilkan beranda, tentang kami, produk, pesanan, chat, profil. Halaman utama pelanggan dapat dilihat pada gambar 9 sebagai berikut



Gambar 9. Tampilan Halaman Utama Pelanggan

3. Halaman Produk

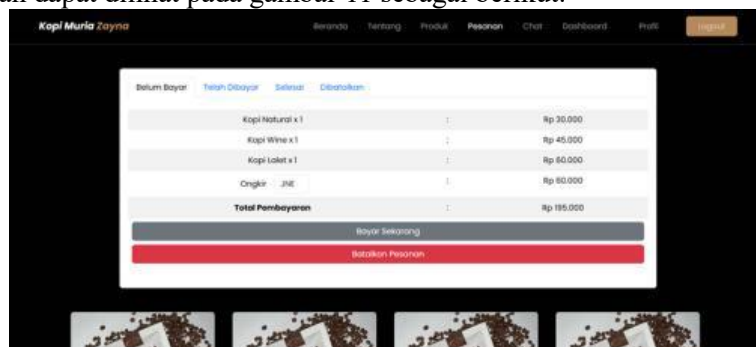
Halaman produk dapat dilihat pada gambar 10 sebagai berikut.



Gambar 10. Tampilan Halaman Produk

4. Halaman Pemesanan

Halaman pemesanan dapat dilihat pada gambar 11 sebagai berikut.

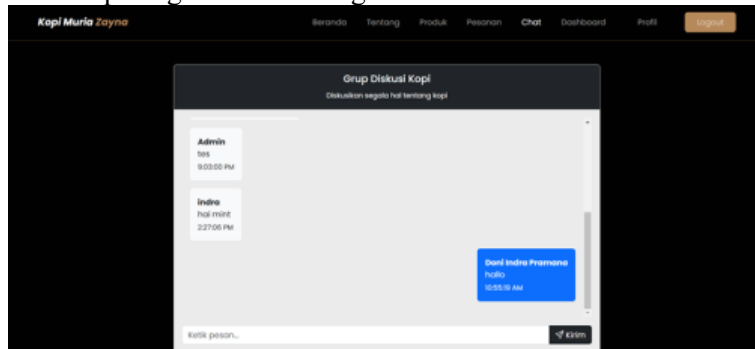


Gambar 11. Tampilan Halaman Pemesanan



5. Halaman Chat

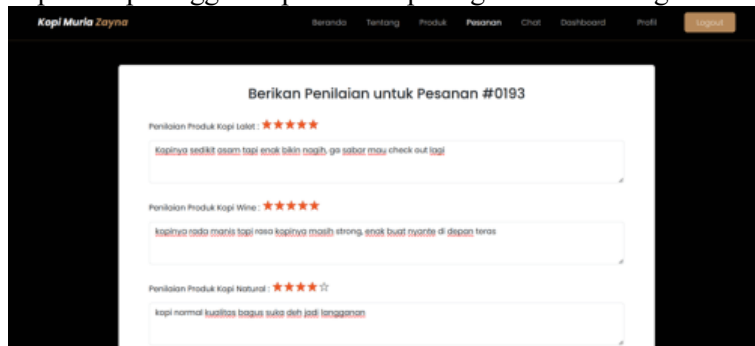
Halaman chat dapat dilihat pada gambar 13 sebagai berikut.



Gambar 13. Tampilan Halaman Chat

6. Halaman Mengisi Penilaian Kepuasan Pelanggan

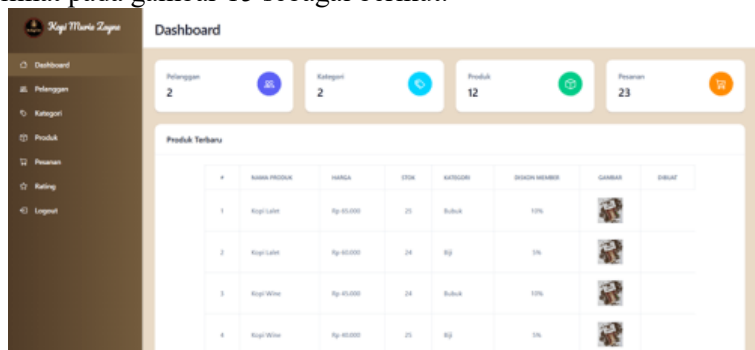
Halaman penilaian kepuasan pelanggan dapat dilihat pada gambar 14 sebagai berikut.



Gambar 14. Tampilan Halaman Mengisi Penilaian Kepuasan Pelanggan

7. Halaman Utama Admin dan Owner

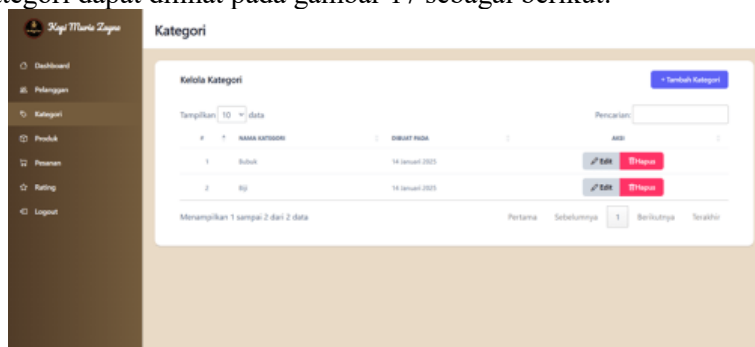
Halaman awal admin dan owner menampilkan data pelanggan, kategori, produk, pesanan dan menampilkan sidebar dashboard, pelanggan, kategori, produk, pesanan, rating dan logout. Halaman utama admin dan owner dapat dilihat pada gambar 15 sebagai berikut.



Gambar 15. Tampilan Halaman Utama Admin dan Owner

8. Halaman Kelola Kategori

Halaman kelola kategori dapat dilihat pada gambar 17 sebagai berikut.



Gambar 17. Tampilan Halaman Kelola Kategori

9. Halaman Kelola Produk

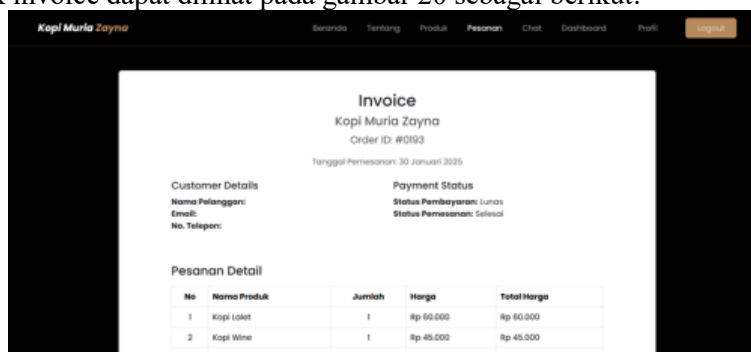
Halaman kelola produk dapat dilihat pada gambar 18 sebagai berikut.



Gambar 18. Tampilan Halaman Kelola Produk

10. Halaman Cek Invoice

Halaman cek invoice menampilkan invoice dari pesanan dan form ini disimpan pada *class* pesanan pada gambar 3. Halaman cek invoice dapat dilihat pada gambar 20 sebagai berikut.



Gambar 20. Tampilan Halaman Cek Invoice

3. Perhitungan metode CSAT (*Customer Satisfaction Score*)

*Customer Satisfaction Score (CSAT)* adalah metrik yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan setelah mereka melakukan transaksi atau menggunakan layanan. Dalam penelitian ini, CSAT dihitung berdasarkan feedback yang diberikan oleh pelanggan Kopi Muria Zayna setelah melakukan pembelian.

Langkah-langkah Perhitungan CSAT:

1. Menentukan parameter kepuasan: Pelanggan diminta untuk memberikan penilaian pada skala 1 hingga 5, dengan:
  - 1: Sangat Tidak Puas
  - 2: Tidak Puas
  - 3: Cukup Puas
  - 4: Puas
  - 5: Sangat Puas
2. Mengumpulkan *feedback* dari pelanggan: Berikut adalah contoh data *feedback* pelanggan sebagai berikut:
  - 40 pelanggan memberikan nilai 5 (Sangat Puas)
  - 30 pelanggan memberikan nilai 4 (Puas)
  - 10 pelanggan memberikan nilai 3 (Cukup Puas)
  - 15 pelanggan memberikan nilai 2 (Tidak Puas)
  - 5 pelanggan memberikan nilai 1 (Sangat Tidak Puas)
3. Menghitung jumlah pelanggan yang puas: Pelanggan yang memberikan nilai 3, 4 atau 5 dianggap sebagai pelanggan yang puas.
 

Pelanggan yang puas: 40 (nilai 5) + 30 (nilai 4) + 10 (nilai 3) = 80 pelanggan
4. Menghitung total pelanggan yang memberikan feedback: Jumlah total pelanggan yang memberikan feedback

adalah:

Total pelanggan yang memberikan feedback: 40 (nilai 5) + 30 (nilai 4) + 10 (nilai 3) + 15 (nilai 2) + 5 (nilai 1) = 100 pelanggan

5. Menggunakan rumus CSAT:

$$CSAT = \frac{80}{100} \times 100\% = 80\%$$

Hasil Perhitungan CSAT:

Berdasarkan perhitungan di atas, *Customer Satisfaction Score* (CSAT) untuk periode penelitian ini adalah 80%.

Interpretasi Hasil CSAT:

CSAT 80% menunjukkan bahwa 80% dari pelanggan yang memberikan feedback merasa puas dengan produk dan layanan yang mereka terima. Skor ini memberikan indikasi bahwa meskipun mayoritas pelanggan merasa puas, masih ada peluang untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan guna meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.

## V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Customer Satisfaction Score (CSAT) pada Sistem Informasi Penjualan di Kopi Muria Zayna, dapat disimpulkan bahwa sistem yang dikembangkan berhasil mencapai tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Meningkatkan Efisiensi dan Akurasi Transaksi: Penerapan sistem informasi berbasis web dengan menggunakan metode CRM berbasis CSAT berhasil mempercepat dan mempermudah proses transaksi penjualan. Fitur-fitur seperti Chat dan Member memungkinkan interaksi langsung yang lebih cepat antara pelanggan dan pemilik, serta memberikan kemudahan dalam proses pembelian dengan memberikan diskon bagi pelanggan yang terdaftar sebagai member. Hal ini berkontribusi pada peningkatan efisiensi transaksi dan pengelolaan data pelanggan secara otomatis.
2. Memberikan Informasi Produk yang Cepat dan Akurat: Dengan adanya sistem ini, pelanggan dapat dengan mudah memperoleh informasi tentang produk yang tersedia secara real-time. Fitur Rating memungkinkan pelanggan untuk menilai kualitas produk yang mereka beli, memberikan informasi yang akurat mengenai produk yang disukai dan yang perlu diperbaiki. Hal ini mendukung peningkatan kualitas layanan dan memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan dengan cepat.
3. Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Implementasi sistem CRM berbasis CSAT juga berhasil meningkatkan loyalitas pelanggan dengan memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik. Fitur Member yang menawarkan diskon khusus bagi pelanggan yang sering berbelanja akan mendorong pelanggan untuk terus berbelanja dan tetap loyal kepada Kopi Muria Zayna. Selain itu, hasil penilaian dari sistem CSAT memungkinkan pemilik usaha untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara langsung, serta mengambil tindakan yang tepat untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk. Dengan demikian, sistem ini berperan penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.
4. Mendukung Pertumbuhan Bisnis: Dengan penerapan sistem yang efektif, Kopi Muria Zayna dapat mengelola interaksi dengan pelanggan secara lebih terstruktur, meningkatkan kualitas produk, dan mempercepat proses transaksi. Hal ini berkontribusi pada pertumbuhan bisnis yang lebih pesat, karena dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama dengan cara yang lebih efisien dan responsif.

Dengan demikian, sistem CRM berbasis CSAT yang diterapkan pada Kopi Muria Zayna telah berhasil mencapai tujuan penelitian untuk menyediakan solusi yang efektif dalam meningkatkan efisiensi transaksi, memberikan informasi produk yang cepat dan akurat, serta memperkuat loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.

## V. DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Abdulloh, 7 In 1 Pemrograman Web Untuk Pemula, PORTAL: ElexMedia.id, 2023.
- [2] T. B. A. C. W. Abdur Rochma, "Sistem Informasi Penjualan Furniture Berbasis Web Studi Kasus Iser Raya Mebe," *AJCSR [Academic Journal of Computer Science Research]*, vol. 3, no. 2, 2023.
- [3] T. S. A. Adwin Oktavian Triatmaja, "Rancang Bangun Sistem Penjualan dan Controlling Stok Parfum Pada Toko Raja Parfum," *JUSTEK : JURNAL SAINS DAN TEKNOLOGI*, vol. 6, no. 1, pp. 49-59, 2023.
- [4] R. L. A. T. N. A. Bakti Wiji Lestari, "Analisis Komparatif Perencanaan Kebutuhan Bahan Baku Kayu Guna Meningkatkan Efisiensi Biaya Pada Mebel Srikandi Kota Sorong – Papua Barat," *Jurnal Manajemen Bisnis dan Organisasi (JMBO)*, vol. 1, no. 2, 2023.

- [5] D. I. A. T. Beno Jange, "Peran Inovasi Teknologi Dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional Dalam Manajemen Ekonomi: Sebuah Kajian Kritis Literatur," *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, vol. 7, no. 1, 2023.
- [6] M. Budi Hartono, Cara Mudah dan Cepat Belajar Pengembangan Sistem Informasi, Semarang: YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK, 2023.
- [7] A. R. d. D. Damayanti, "Aplikasi Transaksi Penjualan Berbasis Web Menggunakan Metode RAD Pada Percetakan Akhtar Printing," *LOGIC : Jurnal Ilmu Komputer dan Pendidikan*, vol. 2, no. 1, pp. 273-282, 2023.
- [8] D. R. H. S. Dasril Aldo, "Metode FAST Untuk Pembangunan Sistem Inventory," *JURNAL INOVTEK POLBENG - SERI INFORMATIKA*, vol. 6, no. 2, 2023.
- [9] R. M. d. Erdisna, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan dan Pengendalian Stock Barang Dengan Metode EOQ dan Reorder Point," *Jurnal Informasi dan Teknologi*, vol. 2, no. 2, pp. 42-47, 2023.
- [10] N. I. T. W. Erni Ermawati, "Sistem Informasi Penjualan Furniture Berbasis Web," *Jurnal Interkom*, vol. 13, no. 3, 2023.
- [11] Q. S. P. W. D. A. Gayuh Minang Lati, "Analisis Sistem Persediaan Produk Karra Inner Menggunakan Metode EOQ Probabilistik Sederhana Pada Kimka Hijab," *Jurnal Logistik Bisnis*, vol. 13, no. 1, pp. 1-8, 2023.
- [12] K. M. d. D. Haryadi, "Implementasi Sistem Informasi Dalam Perbaikan Kualitas Laporan Keuangan pada CV. Awan Mandiri Berbasis Web," *Journal of Artificial Intelligence and Innovative Applications*, vol. 3, no. 1, 2023.
- [13] R. F. A. d. N. Hasti, "Sistem Informasi Penjualan Sandal Berbasis Web," 2023.
- [14] Y. I. d. F. N. M. A. Latief, "Implementasi Platform Penjualan Berbasis Web dengan Fitur Payment Gateway Pada Shopfish Aquarium Kudus," *Jurnal Teknik Informatika*, vol. 5, no. 1, 2025.
- [15] E. R. H. U. M. Fathun Niam, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: WIDINA MEDIA UTAMA, 2024.
- [16] B. I. F. P. F. Maria Ulfa, "Sistem Informasi Persediaan Obat Pada Puskesmas Betung Kota Kab. Banyuasin Menggunakan Metode Economic Order Quantity (EOQ)," *ZONAsi: Jurnal Sistem Informasi*, vol. 4, no. 2, pp. 51-62, 2023.
- [17] A. S. M. S. E. Mario Angelo Kevin Buga Langoday, "Penerapan Metode Multiple Step pada Sistem Informasi Laba Rugi Keuangan Resto untuk Monitor Efisiensi Operasional," *JUSTIN (Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi)*, vol. 11, no. 2, 2023.
- [18] N. A. F. P. Prio Utomo, "Metode Penelitian Tindakan Kelas (PTK): Panduan Praktis untuk Guru dan Mahasiswa di Institusi Pendidikan," *Pubmedia Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Indonesia*, vol. 1, no. 4, pp. 1-19, 2024.
- [19] F. Rahma, "Rancang Bangun Sistem Informasi Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Berbasis Kelompok," *JURNAL NASIONAL TEKNOLOGI DAN SISTEM INFORMAS*, vol. 4, no. 1, 2023.
- [20] F. S. Rusydi A.Siroj, "Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah Untuk Analisis Data," *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, vol. 7, no. 3, 2024.
- [21] Y. I. Sri Rezeki Candra Nursari, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online," *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, vol. 8, no. 2, pp. 107-116, 2024.
- [22] B. Unhelkar, Software Engineering with UML, CRC Press, 2023.
- [23] M. D. F. d. W. Wartariyus, "Pemanfaatan Software Bone dalam Pembuatan Sistem Kasir pada Percetakan Kingprinting (Utilization of Bone Software in Making a Cashier System in Kingprinting Printing)," *Jurnal Ilmu Siber dan Teknologi Digital (JISTED)*, vol. 1, no. 2, pp. 135-141, 2023.
- [24] G. d. R. Wijanarko, "Sistem Informasi Penjualan Pada Distro 2brothers Semarang," *Prosiding Seminar Nasional Sains dan Teknologi*, vol. 13, no. 1, pp. 301-310, 2023.
- [25] M. W. I. M. W. A. Wiyanda Vera Nurfajriani, "Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, vol. 10, no. 17, pp. 826-833, 2024.