

OPTIMALISASI MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN PADA USAHA KOPI JANJI JIWA DI KOTA TANJUNGPINANG

**Satrio Bimo Syahputro¹, Amelia Safitri², Emylia Sasmita³,
Sandra devi⁴, Sapriadi putra⁵**

Manajemen, STIE Pembangunan Tanjungpinang, Tanjungpinang

Abstrak

Penelitian ini membahas optimalisasi manajemen hubungan pelanggan (Customer Relationship Management - CRM) dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan studi kasus pada Kopi Janji Jiwa di Kota Tanjungpinang. UMKM memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional, dan dalam era globalisasi dan teknologi, CRM menjadi kunci untuk meningkatkan efisiensi, kualitas layanan, pemasaran, dan hubungan pelanggan. Penelitian ini menggali berbagai aspek yang terkait dengan penerapan CRM dalam UMKM dan bagaimana hal ini dapat membantu UMKM seperti Kopi Janji Jiwa mempertahankan dan memperluas pangsa pasar mereka. Hasil penelitian ini dapat memberikan panduan bagi UMKM dan pemangku kepentingan lainnya untuk mendukung pertumbuhan sektor UMKM.

Kata Kunci: UMKM, Manajemen Hubungan Pelanggan, Efisiensi Bisnis, Kualitas Layanan

Abstract

This research explores the optimization of Customer Relationship Management (CRM) in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) with a case study on Kopi Janji Jiwa in Tanjungpinang City. MSMEs play a vital role in local and national economic growth, and in the era of globalization and technology, CRM is key to enhancing efficiency, service quality, marketing, and customer relationships. This study delves into various aspects related to the implementation of CRM in MSMEs and how it can help MSMEs like Kopi Janji Jiwa maintain and expand their market share. The results of this research can provide guidance for MSMEs and other stakeholders in supporting the growth of the MSME sector.

Keywords: MSMEs, Customer Relationship Management, Business Efficiency, Service Quality

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kategori bisnis yang mencakup berbagai perusahaan dengan berbagai ukuran, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah.

UMKM merupakan sektor ekonomi yang sangat penting dalam banyak negara dan memainkan peran sentral dalam pertumbuhan ekonomi, pembangunan sosial, dan penciptaan lapangan kerja. Klasifikasi UMKM bervariasi dari satu negara ke negara lain, dan seringkali didasarkan pada kriteria seperti jumlah karyawan, omzet tahunan, dan jumlah modal yang diinvestasikan. Misalnya, di Indonesia, UMKM diklasifikasikan berdasarkan aset, dengan mikro memiliki aset di bawah Rp 50 juta, kecil dengan aset antara Rp 50 juta hingga Rp 500 juta, dan menengah dengan aset antara Rp 500 juta hingga Rp 10 miliar. UMKM memegang peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi tingkat pengangguran, dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Mereka juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, inovasi, serta diversifikasi sektor ekonomi. Dalam era globalisasi dan teknologi, UMKM diharapkan untuk terus beradaptasi dengan perubahan dalam perilaku konsumen, ekonomi global, dan teknologi informasi. Pemanfaatan teknologi, termasuk e-commerce dan penerapan CRM, dapat membantu UMKM untuk bersaing lebih baik dan memenuhi tuntutan pasar yang semakin beragam.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran sentral dalam perekonomian kota-kota di seluruh dunia, dan hal ini tidak terkecuali bagi Kota Tanjungpinang, yang terletak di Provinsi Kepulauan Riau, Indonesia. Dalam kerangka ini, sejumlah UMKM menonjol di kota tersebut, dengan salah satu yang paling mencolok adalah Kopi Janji Jiwa. Kopi Janji Jiwa telah berhasil menciptakan citra merek yang kuat dan menjadi salah satu pelaku utama dalam industri kopi di Kota Tanjungpinang. Dalam konteks persaingan yang semakin ketat dan perkembangan teknologi yang pesat, UMKM seperti Kopi Janji Jiwa dituntut untuk berinovasi dalam upaya mempertahankan pangsa pasar mereka. Manajemen Hubungan Pelanggan (Customer Relationship Management - CRM) muncul sebagai alat yang strategis untuk membantu UMKM meningkatkan kualitas layanan mereka, memahami lebih baik kebutuhan pelanggan, dan menciptakan hubungan yang lebih erat dengan pelanggan.

Pada era yang ditandai oleh globalisasi dan teknologi yang terus berkembang, UMKM seperti Kopi Janji Jiwa di Kota Tanjungpinang harus beradaptasi dengan cepat. Dalam konteks globalisasi, persaingan tidak hanya berskala lokal, tetapi juga berskala internasional. Hal ini berarti UMKM harus mempersiapkan diri untuk bersaing tidak hanya dengan pesaing setempat, tetapi juga dengan perusahaan dari berbagai negara. Adapun perubahan teknologi yang cepat telah mengubah cara bisnis beroperasi. Dalam hal ini, Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM) memainkan peran penting dalam membantu UMKM menghadapi tantangan-tantangan tersebut. CRM bukan sekadar alat teknologi, tetapi juga filosofi dan pendekatan yang berfokus pada memahami, melayani, dan membangun hubungan yang langgeng dengan pelanggan. CRM membantu UMKM untuk:

1. Meningkatkan Efisiensi: Dengan penerapan teknologi CRM, UMKM dapat mengelola data pelanggan dengan lebih baik, mengotomatisasi tugas-tugas administratif, dan meningkatkan produktivitas.
2. Meningkatkan Kualitas Layanan: Dengan pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan pelanggan, UMKM dapat memberikan layanan yang lebih personal dan relevan.
3. Mengoptimalkan Pemasaran: CRM membantu UMKM dalam mengidentifikasi segmen pelanggan yang berbeda dan merancang strategi pemasaran yang sesuai untuk setiap segmen.
4. Menciptakan Hubungan yang Erat: CRM membantu membangun hubungan yang erat dengan pelanggan melalui pelacakan histori interaksi, mengingatkan untuk tindak lanjut, dan memberikan solusi yang lebih baik.

Kopi Janji Jiwa (Jiwa Group) baru saja melaunching aplikasi terbaru bernama Jiwa+ guna mempermudah penggemar kopi dalam memesan minuman kopi dan berbagai menu makanan. Jiwa+ merupakan sebuah aplikasi karya anak bangsa yang dirancang untuk mempermudah

#temansejiwa dalam melakukan pemesanan Kopi Janji Jiwa dan Jiwa Toast. Aplikasi Jiwa+ dapat diunduh melalui Play Store dan App Store per tanggal 16 September 2020. Jiwa+ hadir sebagai bentuk sinergi antara teknologi dan industri F&B. Lewat Jiwa+, pelanggan dapat melakukan pemesanan berbagai produk dengan lebih mudah dalam dua metode, yakni pick up dan delivery. Metode pick up memungkinkan setiap pelanggan melakukan pemesanan tanpa antri di Jilid terdekat. Kemudian, salah satu fitur paling menantang dan menguntungkan adalah Membership. Ketika mendaftarkan data diri pada Jiwa+, teman sejiwa mendapat level Membership dan terdapat lima level secara keseluruhan. Semakin tinggi level yang dimiliki, maka semakin banyak juga cashback bisa didapatkan.

Dalam konteks studi kasus ini, Kopi Janji Jiwa di Kota Tanjungpinang adalah contoh bagaimana UMKM dapat mengambil manfaat dari implementasi CRM. Dengan penekanan pada pengelolaan hubungan pelanggan yang efektif, Kopi Janji Jiwa dapat mempertahankan basis pelanggannya, memperluas pangsa pasar, dan tetap relevan dalam industri kopi yang kompetitif. Penelitian ini akan mencoba menggali berbagai aspek yang terkait dengan pengoptimalan manajemen hubungan pelanggan dalam UMKM dengan fokus pada studi kasus Kopi Janji Jiwa. Hal ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pemilik UMKM, pemerintah setempat, serta pemangku kepentingan lainnya yang ingin mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di Kota Tanjungpinang dan di tempat lain. Selain itu, hasil penelitian ini juga akan memberikan kontribusi pada pemahaman lebih luas tentang peran penting yang dimainkan oleh UMKM dalam perkembangan ekonomi lokal dan nasional.

Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan manajemen hubungan pelanggan di usaha Kopi Janji Jiwa Kota Tanjungpinang menggunakan metode penelitian kualitatif. Populasi penelitian terdiri dari dua kelompok utama, yaitu karyawan Janji Jiwa dan pengguna Aplikasi Janjiw (Jiwa+). Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 5 orang yaitu terdiri dari 1 orang karyawan kedai kopi Janji Jiwa dan 4 Orang pelanggan yang menggunakan aplikasi Janjiw.

Karyawan Janji Jiwa yang akan menjadi sampel penelitian adalah satu orang yang memiliki pengetahuan yang relevan dalam manajemen hubungan pelanggan di usaha tersebut. Wawancara semi-struktural akan digunakan untuk mendapatkan wawasan dari karyawan ini terkait dengan praktik-praktik manajemen hubungan pelanggan, peran karyawan, dan hambatan yang mungkin dihadapi dalam pekerjaan mereka. Sementara itu, sampel dari pengguna Aplikasi Janjiw (Jiwa+) akan terdiri dari empat orang pelanggan yang telah berinteraksi dengan usaha ini. Wawancara semi-struktural juga akan digunakan untuk menggali pandangan dan pengalaman pengguna terkait dengan hubungan pelanggan, tingkat kepuasan pelanggan, serta pengalaman mereka dalam berinteraksi dengan usaha Kopi Janji Jiwa.

Selain wawancara, analisis dokumen internal usaha, seperti catatan pelanggan, tanggapan pelanggan, dan kebijakan hubungan pelanggan, akan dilakukan untuk memperoleh pemahaman lebih mendalam. Data yang terkumpul akan dianalisis secara kualitatif melalui pengkodean tematik. Hasil analisis ini akan digunakan untuk mengidentifikasi praktik-praktik manajemen hubungan pelanggan yang optimal, mengidentifikasi hambatan-hambatan yang mungkin dihadapi, dan mengajukan rekomendasi untuk meningkatkan manajemen hubungan pelanggan di usaha Kopi Janji Jiwa. Kesimpulan dari penelitian ini akan membantu usaha Kopi Janji Jiwa dalam memahami cara optimal mengelola hubungan pelanggan mereka. Rekomendasi yang diajukan juga akan menjadi panduan untuk memperbaiki manajemen hubungan pelanggan guna meningkatkan kepuasan pelanggan dan kelangsungan bisnis mereka

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian ini menyajikan gambaran yang lebih rinci tentang manajemen hubungan pelanggan di usaha Kopi Janji Jiwa di Kota Tanjungpinang. Temuan-temuan utama menyoroti faktor-faktor kunci yang mempengaruhi hubungan pelanggan dan memberikan landasan bagi

perbaikan yang diperlukan dalam upaya mengoptimalkan interaksi dengan pelanggan. Pertama, ditemukan bahwa karyawan Janji Jiwa memahami pentingnya menjaga hubungan yang kuat dengan pelanggan. Mereka menyadari bahwa pelanggan merupakan elemen penting dalam kesuksesan usaha ini. Pengguna Aplikasi Janjiw (Jiwa+), sebagai pelanggan utama, juga memberikan umpan balik positif terkait dengan upaya yang telah dilakukan oleh usaha dalam menjaga hubungan pelanggan. Namun, penelitian juga mengungkapkan beberapa hambatan yang dihadapi dalam mengelola hubungan pelanggan. Salah satu permasalahan utama adalah permasalahan teknis yang terkait dengan Aplikasi Janjiw (Jiwa+). Beberapa pengguna melaporkan pengalaman yang kurang lancar dalam menggunakan aplikasi tersebut, yang pada gilirannya dapat mengganggu hubungan pelanggan.

Customer Relationship Management (CRM), atau Manajemen Hubungan Pelanggan, adalah konsep dan strategi yang sangat relevan dalam konteks penelitian ini. CRM adalah pendekatan bisnis yang fokus pada membangun, memelihara, dan mengoptimalkan hubungan antara usaha dan pelanggan. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa usaha Kopi Janji Jiwa telah memahami pentingnya menjaga hubungan yang kuat dengan pelanggan mereka. Hal ini sesuai dengan konsep dasar CRM yang menekankan pentingnya memperlakukan pelanggan sebagai aset berharga dan mengutamakan kepuasan mereka. CRM berpusat pada gagasan bahwa pelanggan yang puas cenderung lebih setia, berinteraksi lebih sering, dan mungkin memberikan referensi kepada orang lain. Praktik-praktik manajemen hubungan pelanggan yang telah diterapkan oleh usaha, seperti respons cepat terhadap pertanyaan dan umpan balik pelanggan, pengembangan program loyalitas, dan upaya untuk memahami preferensi pelanggan, juga mencerminkan elemen-elemen utama dalam strategi CRM. CRM menekankan pentingnya menjaga saluran komunikasi terbuka dengan pelanggan, memberikan insentif untuk mendorong interaksi yang lebih aktif, dan memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan untuk memberikan layanan yang lebih baik.

Hambatan yang diidentifikasi dalam penelitian ini, seperti masalah teknis dalam penggunaan Aplikasi Janjiw (Jiwa+) dan kesenjangan dalam pemahaman antara karyawan dan pengguna aplikasi terkait dengan kebijakan dan prosedur, juga dapat diatasi dengan bantuan sistem CRM yang tepat. CRM sering melibatkan penggunaan perangkat lunak dan teknologi untuk mengelola data pelanggan, mengkoordinasikan interaksi pelanggan, dan memastikan bahwa seluruh organisasi memiliki pemahaman yang konsisten tentang kebijakan dan prosedur yang berkaitan dengan pelanggan. Dalam konteks penelitian ini, implementasi sistem CRM yang sesuai dapat membantu mengatasi hambatan teknis dengan Aplikasi Janjiw (Jiwa+) dan memastikan bahwa seluruh tim karyawan memiliki pemahaman yang seragam tentang cara mengelola hubungan pelanggan. Dengan demikian, CRM dapat menjadi alat yang kuat dalam memperkuat manajemen hubungan pelanggan di usaha Kopi Janji Jiwa. Dengan demikian, CRM adalah konsep yang relevan dan berpotensi memberikan manfaat yang besar dalam upaya untuk mengoptimalkan manajemen hubungan pelanggan di usaha Kopi Janji Jiwa, dengan fokus pada memahami, memenuhi, dan memelihara hubungan yang baik dengan pelanggan mereka.

Pemahaman tentang Hubungan Pelanggan

Pemahaman mendalam yang dimiliki oleh karyawan Janji Jiwa tentang peran krusial pelanggan dalam bisnis mereka menjadi titik terang dalam penelitian ini. Mereka bukan sekadar melihat pelanggan sebagai transaksi, tetapi sebagai aset berharga yang membutuhkan perhatian dan pelayanan terbaik. Kesadaran mereka akan pentingnya menjaga hubungan yang kuat dengan pelanggan membantu menciptakan landasan yang kokoh untuk membangun manajemen hubungan pelanggan yang efektif. Karyawan Janji Jiwa dengan tulus merasa memiliki tanggung jawab untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Mereka sadar bahwa kepuasan pelanggan adalah faktor kunci dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan, pada akhirnya, dalam meningkatkan profitabilitas usaha. Pemahaman ini menciptakan budaya pelayanan yang positif dan berfokus pada pelanggan di dalam usaha Kopi Janji Jiwa.

Tidak hanya itu, umpan balik positif yang diberikan oleh pengguna Aplikasi Janjiw (Jiwa+) juga menunjukkan bahwa upaya-upaya manajemen hubungan pelanggan yang diterapkan oleh usaha telah membuahkan hasil yang positif. Pengguna merasa dihargai dan diakui sebagai bagian integral dari kesuksesan usaha tersebut. Pengalaman positif ini memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya, cenderung meningkatkan loyalitas pelanggan. Reaksi positif pengguna mengonfirmasi bahwa prinsip-prinsip manajemen hubungan pelanggan yang telah diterapkan oleh Kopi Janji Jiwa telah berhasil membentuk hubungan yang erat antara usaha dan pelanggan mereka. Ini adalah bukti nyata bahwa ketekunan mereka dalam menjaga hubungan pelanggan telah memberikan hasil positif dalam bentuk peningkatan kepuasan pelanggan dan memperkuat ikatan antara usaha dan klien mereka.

Praktik Manajemen Hubungan Pelanggan

Praktik-praktik manajemen hubungan pelanggan yang telah diterapkan oleh usaha Kopi Janji Jiwa adalah elemen penting dalam upaya mereka untuk memelihara hubungan yang kuat dengan pelanggan mereka. Respons cepat terhadap pertanyaan dan umpan balik pelanggan adalah salah satu praktik yang patut dicontohkan. Dalam dunia bisnis yang kompetitif, respons cepat adalah kunci untuk menjaga pelanggan merasa dihargai dan diutamakan. Ketika pelanggan merasa bahwa pertanyaan mereka dijawab dengan cepat dan permasalahan mereka ditangani dengan efisien, hal ini meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan mereka dalam berinteraksi dengan usaha. Ini juga dapat menciptakan peluang untuk memperbaiki layanan atau produk berdasarkan masukan pelanggan. Pengembangan program loyalitas juga menjadi langkah yang positif. Program ini memberikan insentif kepada pelanggan yang sering berinteraksi dengan usaha. Ini menciptakan motivasi bagi pelanggan untuk terus berpartisipasi, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat keterlibatan dan loyalitas pelanggan. Program loyalitas yang efektif tidak hanya menciptakan hubungan yang kuat dengan pelanggan tetapi juga dapat meningkatkan retensi pelanggan dalam jangka panjang. Upaya untuk memahami preferensi pelanggan adalah elemen penting lainnya. Ini mencakup pemahaman yang lebih mendalam tentang apa yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan dalam produk atau layanan yang mereka terima. Ini memungkinkan usaha untuk menyesuaikan penawaran mereka agar lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, usaha menjadi lebih responsif terhadap perubahan preferensi dan tuntutan pelanggan.

Peran karyawan Janji Jiwa yang berinteraksi langsung dengan pelanggan juga tidak boleh diabaikan. Mereka memainkan peran penting dalam membangun hubungan yang personal dengan pelanggan. Hubungan personal ini adalah inti dari bisnis warung kopi, dan karyawan yang berusaha untuk mengenal pelanggan secara lebih mendalam, seperti mengetahui minuman favorit mereka atau mengingat nama mereka, dapat menciptakan ikatan yang lebih kuat antara pelanggan dan usaha. Hubungan ini sering kali merupakan faktor penentu dalam keputusan pelanggan untuk kembali atau merekomendasikan usaha kepada orang lain. Dengan menerapkan praktik-praktik ini secara konsisten, usaha Kopi Janji Jiwa dapat memperkuat manajemen hubungan pelanggan mereka. Ini menciptakan dasar yang kuat untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan memastikan bahwa pelanggan merasa dihargai dan terhubung dengan usaha ini.

Hambatan yang Dihadapi

Hambatan yang diidentifikasi dalam penelitian ini memunculkan beberapa tantangan penting yang perlu diatasi agar manajemen hubungan pelanggan di usaha Kopi Janji Jiwa dapat berkembang lebih baik. Salah satu hambatan utama adalah masalah teknis yang seringkali dihadapi oleh pengguna Aplikasi Janjiw (Jiwa+). Beberapa pengguna melaporkan kesulitan dalam menggunakan aplikasi tersebut, seperti lambatnya respons atau gangguan teknis yang mengganggu pengalaman mereka. Hambatan teknis semacam ini dapat merusak kesan positif pelanggan terhadap usaha dan bahkan dapat membuat mereka ragu untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Untuk mengatasi masalah ini, perbaikan teknis yang rutin dan berkelanjutan

diperlukan. Hal ini melibatkan pemantauan terus-menerus dan perbaikan terhadap performa dan keandalan aplikasi. Dengan melakukan ini, usaha dapat memastikan bahwa pengalaman pelanggan tidak terganggu oleh masalah teknis yang tidak perlu.

Selain itu, penelitian juga mengungkapkan adanya kesenjangan dalam pemahaman antara karyawan dan pengguna Aplikasi Janjiw (Jiwa+) terkait dengan kebijakan dan prosedur yang berkaitan dengan pelanggan. Kesenjangan pemahaman ini dapat mengakibatkan ketidakselarasan dalam harapan dan pelaksanaan di antara kedua pihak. Untuk mengatasi masalah ini, komunikasi yang lebih baik dan pelatihan yang lebih intensif bagi karyawan diperlukan. Karyawan harus memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang kebijakan dan prosedur yang berlaku agar mereka dapat memberikan informasi yang konsisten dan jelas kepada pelanggan. Di sisi lain, pengguna Aplikasi Janjiw (Jiwa+) juga perlu diberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana aplikasi bekerja, apa yang dapat mereka harapkan, dan apa yang diharapkan dari mereka. Dengan komunikasi yang lebih baik dan pelatihan yang lebih intensif, usaha dapat menciptakan lingkungan yang lebih koheren dan menyelaraskan harapan serta pelaksanaan, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan mengatasi hambatan teknis dan kesenjangan pemahaman ini, usaha Kopi Janji Jiwa akan mampu menciptakan lingkungan yang lebih lancar dan efisien dalam manajemen hubungan pelanggan. Ini akan mendukung upaya mereka untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan memastikan bahwa pelanggan merasa dihargai dan diakui, bahkan dalam era teknologi yang semakin maju.

Kesimpulan

Dalam rangka mengoptimalkan manajemen hubungan pelanggan di usaha Kopi Janji Jiwa di Kota Tanjungpinang, penelitian ini telah mengungkap sejumlah temuan penting. Pertama, hasil penelitian menyoroti pemahaman mendalam yang dimiliki oleh karyawan Janji Jiwa tentang peran penting pelanggan dalam bisnis mereka. Mereka merasa bertanggung jawab untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dan memahami bahwa pelanggan merupakan aset berharga yang harus dijaga. Selanjutnya, praktik-praktik manajemen hubungan pelanggan yang telah diterapkan oleh usaha, seperti respons cepat terhadap pertanyaan dan umpan balik pelanggan, pengembangan program loyalitas, dan pemahaman terhadap preferensi pelanggan, adalah upaya yang patut dicontohkan. Praktik-praktik ini menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan dan berkontribusi pada meningkatkan kepuasan mereka. Meskipun demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa hambatan yang perlu diatasi. Hambatan teknis dalam penggunaan Aplikasi Janjiw (Jiwa+) dapat mengganggu pengalaman pelanggan, sehingga perbaikan teknis yang rutin dan berkelanjutan diperlukan untuk memastikan pengalaman pelanggan yang lancar. Selain itu, kesenjangan dalam pemahaman antara karyawan dan pengguna aplikasi terkait dengan kebijakan dan prosedur berkaitan dengan pelanggan dapat menciptakan ketidakselarasan dalam harapan dan pelaksanaan. Untuk mengatasi hal ini, komunikasi yang lebih baik dan pelatihan yang lebih intensif perlu diberikan.

Dalam kesimpulan, usaha Kopi Janji Jiwa telah memiliki pemahaman yang kuat tentang pentingnya hubungan pelanggan dan telah menerapkan praktik-praktik yang baik dalam manajemen hubungan pelanggan. Namun, perbaikan teknis dan komunikasi yang lebih baik akan membantu mengatasi hambatan-hambatan yang ada dan mengoptimalkan manajemen hubungan pelanggan mereka. Dengan mengatasi tantangan ini, usaha dapat memastikan bahwa pelanggan

mereka merasa dihargai, terhubung, dan puas, yang pada akhirnya akan mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha Kopi Janji Jiwa di masa depan.

Daftar Referensi

- Guntarayana, I. (2022). Analisa Strategi Bisnis Pemasaran Coffee ShoP (Studi Pada KAFE KOPI JANJI JIWA Jalan Dr. Wahidin 05 Kota Blitar). *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media Page*, 11(1), 70-81.
- Prawita, R., Swasty, W., & Aditia, P. (2017). Membangun Identitas Visual Untuk Media Promosi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Jurnal Sositologi*, 16(1), 27-42.
- SHABRINA S, A. A. (2019). AKTIVITAS CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DI PT. SUN STAR MOTOR SIDOARJO (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA).
- Jesslyn, B. N., & Loisa, R. (2019). Pengaruh e-WOM di instagram terhadap loyalitas pelanggan kopi Janji Jiwa. *Prologia*, 3(2), 440-447.
- Meidina, R. (2022). PENGARUH BRAND EXPERIENCE, BRAND SATISFACTION, BRAND TRUST DAN BRAND LOYALTY PENGGUNA APLIKASI KOPI JANJI JIWA (JIWA+) (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta).
- Anggraeni, Y. (2021). PENGARUH ADVERTISING, SALES PROMOTION, WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI KOPI JANJI JIWA (Studi Kasus Pada Janji Jiwa Jilid 814 Sidoarjo) (Doctoral dissertation, STIE MAHARDHIKA SURABAYA).
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). Metode penelitian kualitatif. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). Metode penelitian kualitatif. CV. Syakir Media Press.
- Sari, I. N., Lestari, L. P., Kusuma, D. W., Mafulah, S., Brata, D. P. N., Iffah, J. D. N., ... & Sulistiana, D. (2022). Metode penelitian kualitatif. Unisma Press.
- Setiawan, Z., Nurapriyanti, T., Ibrahim, H., Nurchayati, N., Jumiati, E., Aslichah, A., & Iswahyudi, M. S. (2023). PERILAKU KONSUMEN: Panduan Praktis untuk Pemasaran yang Sukses. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Guerola-Navarro, V., Gil-Gomez, H., Oltra-Badenes, R., & Sendra-García, J. (2021). Customer relationship management and its impact on innovation: A literature review. *Journal of Business Research*, 129, 83-87.
- Ngelyaratan, D., & Soediantono, D. (2022). Customer relationship management (CRM) and recommendation for implementation in the defense industry: a literature review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(3), 17-34.

