

# Perancangan dan Desain CRM pada Aplikasi CallTenant

Kania Amalia, Hari Ginardi, dan Abdul Munif

Departemen Informatika, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)  
*e-mail:* munif@if.its.ac.id

**Abstrak**—Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan CallTenant yang berupa aplikasi yang menghubungkan antara *event organizer* dan *tenant* dengan menerapkan Customer Relationship Management sebagai acuan aplikasi CallTenant. CRM bertujuan untuk mengubah pengelolaan data dan pelayanan terhadap pelanggan yang masih manual dan mencegah perusahaan dari kerugian serta kurangnya strategi untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan mengobservasi kondisi sistem dan pasar yang sudah ada sebagai objek penelitian. Dari hasil penelitian tersebut, maka diperoleh data dan bukti bahwa CRM dibutuhkan pengguna untuk mencari suatu informasi dengan cepat, pengguna dapat mendapatkan pelanggan baru, mempertahankan pelanggan, serta meningkatkan hubungan antar *event* dan *tenant* dalam kasus CallTenant ini. Sebagai tambahan bagi perusahaan, CRM dapat mengurangi biaya operasional karena aplikasi dapat diakses kapanpun dan di manapun, meningkatkan produktivitas kerja, meningkatkan jumlah pelanggan, dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Hasil akhir dari penelitian ini adalah menghasilkan CRM yang akan diterapkan pada CallTenant untuk memfasilitasi *event* dan *tenant* dalam menjalankan aktivitasnya. CRM memiliki tiga tahap penting yaitu *Acquire*, *Enhance*, dan *Retain* yang digunakan sebagai acuan utama dalam mendirikan perusahaan.

**Kata Kunci**—CRM, CallTenant, Event, Pelanggan, Tenant.

## I. PENDAHULUAN

SALAH satu bisnis yang sedang diminati kaum muda saat ini adalah bisnis *event organizer* [1]. Biasanya, *Event Organizer* akan mengadakan bazaar atau acara yang diselenggarakan untuk beberapa hari. Namun, sampai saat ini masih banyak *entrepreneur* muda yang belum berkesempatan mengikuti *event* tersebut sebagai *tenant*. Selama ini persebaran informasi terbesar hanya melalui sosial media, sehingga timbul masalah kurangnya informasi mengenai *event* tersebut bagi *tenant*, sulitnya mencari *tenant* yang cocok bagi *event*, sulitnya *event* dan *tenant* untuk menjangkau lokasinya masing-masing, dan masih banyak permasalahan lainnya. Oleh karena adanya keterbatasan komunikasi dan publikasi, maka adanya suatu aplikasi yang dapat mengintegrasikan data-data *event* dan *tenant* tersebut ke dalam suatu wadah akan sangat berguna untuk memperluas publikasi dan komunikasi antar *event* dan *tenant* tersebut, sehingga dapat meningkatkan

potensi bisnis yang sudah ada.

CallTenant adalah suatu aplikasi yang bertujuan untuk membantu memudahkan komunikasi antar *event* dan *tenant* dengan layanan dan fitur yang disediakan. Layaknya Go-Jek yang bertujuan untuk membantu memudahkan masyarakat mencari kendaraan umum, aplikasi CallTenant sendiri juga memiliki tujuan sosial membantu mengefisienkan kegiatan masyarakat, maka CallTenant membutuhkan CRM yang merupakan fungsi terintegrasi yang menunjang sebuah perusahaan dalam bidang pemasaran, penjualan, dan pelayanan sehingga dapat meningkatkan nilai kepuasan pelanggan. Berdasarkan 3 tahap penting, yaitu *Acquire*, *Enhance*, dan *Retain* [2]. Customer Relationship Management (CRM) sangat dibutuhkan dalam membangun suatu perusahaan karena berfokus pada merawat membangun dan mengelola hubungan antara perusahaan atau organisasi dan *stakeholder*. Tujuan dari semua kegiatan CRM adalah untuk memperoleh dan meningkatkan nilai pelanggan yaitu, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan serta profitabilitas pelanggan selama seluruh waktu hubungan pelanggan (*customer lifetime value*).

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Event Organizer

*Event Organizer* adalah sebuah jasa profesional untuk menyelenggarakan sebuah acara dalam ruangan ataupun di luar ruangan. Jasa dan peranan *Event Organizer* saat ini semakin banyak dibutuhkan seiring dengan pesatnya perumbuhan bisnis yang membutuhkan pengelolaan sebuah acara. Bisnis *Event Organizer* dapat dikatakan bisnis yang memiliki prospek yang sangat bagus dan menguntungkan. Saat ini sudah banyak pelaku usaha baru yang berminat untuk memulai usaha *Event Organizer*, tetapi menurut statistik dari *Small Business Administration* (SBA), data menunjukkan bahwa 50% usaha baru gagal di tahun pertama, 47.5% usaha baru lainnya gagal dalam kurun 5 tahun, dan usaha yang berhasil hanya 2,5%. Semua itu karena pelaku usaha tidak mampu menyelesaikan permasalahan usahanya [3].

### B. Tenants

*Tenant* adalah penyewa atau bisa juga toko atau usaha yang biasanya berpartisipasi dalam *event* dengan berbentuk *booth* atau sebuah *mini stage* yang dilengkapi beragam aksesoris yang digunakan sebagai ajang promo produk, jasa,

maupun *branding* perusahaan pada sebuah *event*/pameran. *Booth* tersebut berfungsi sebagai tempat promosi untuk menarik konsumen dan menjadi penghubung kegiatan penjual dan pembeli [4].

Sebuah *event* tidak akan luput dari hadirnya *tenant-tenant* untuk menyukseskan acaranya. Secara finansial, *tenant* merupakan sumber pendapatan sebuah *event* dalam pembayaran terhadap biaya investasi maupun untuk pembiayaan secara operasional. Saat ini kebanyakan pemilik dari *tenant* memilih mengikuti *event-event* yang ada karena untuk membuka toko langsung sendiri membutuhkan modal yang besar. Oleh sebab itu, *tenant* selalu ikut *event-event* di mall, gedung perkantoran, dll untuk mengetahui pangsa pasar.

C. Customer Relationship Management

CRM membuat perusahaan dapat mengelola hubungan bisnis serta data yang dibutuhkan oleh perusahaan tersebut. Dengan CRM, perusahaan dapat menyimpan data pelanggan, informasi penting pelanggan, petunjuk, serta peluang usaha dalam satu tempat atau *cloud* sehingga dapat diakses dengan mudah di manapun dan kapanpun.

1) Teknologi CRM

Teknologi CRM paling tidak harus memiliki elemen-elemen sebagai berikut ini [5]:

- Aturan-aturan bisnis  
Tergantung dari kompleksitas transaksi, aturan-aturan bisnis harus dibuat untuk memastikan bahwa transaksi dengan pelanggan dilakukan dengan efisien
- Pergudangan data  
Konsolidasi dari informasi tentang pelanggan harus dilakukan dalam sistem terpadu
- Situs/*Website*  
CRM harus memiliki kemampuan swalayan. Aplikasi berbasis web dapat mendukung ini
- Pelaporan (*Reporting*)  
Teknologi CRM harus mampu menghasilkan laporan yang akurat
- Meja bantu (*Help Desk*)  
Teknologi yang mampu mengintegrasikan informasi pelanggan ke aplikasi *help desk* akan menunjukkan keseriusan perusahaan

2) Tahapan CRM

- Mendapatkan pelanggan baru (*Acquire*)  
Pelanggan baru didapatkan dengan memberikan kemudahan pengaksesan informasi, inovasi baru, dan pelayanan yang menarik.
- Meningkatkan hubungan dengan pelanggan (*Enhance*)  
Perusahaan berusaha menjalin hubungan dengan pelanggan melalui pemberian pelayanan yang baik terhadap pelanggannya.
- Mempertahankan pelanggan (*Retain*)  
Merupakan usaha mendapatkan loyalitas pelanggan dengan mendengarkan pelanggan dan berusaha memenuhi keinginan pelanggan.

3) Perbandingan dengan CRM Sejenis

Zoho adalah *web-based* CRM yang didesain untuk menarik, mempertahankan, dan memuaskan pelanggan untuk meningkatkan bisnis. Fungsionalitas utama Zoho CRM adalah menggunakan manajemen *lead* dan *contact*, manajemen *sales pipeline*, dan *purchase control*. Zoho CRM menyediakan 10 komponen yang berbeda dengan modul utama *navigation panel* yang berguna untuk memudahkan fungsi *searching*. Namun, pengguna juga dapat mengkustomisasi *dashboard* menjadil lebih detil sesuai kebutuhan bisnis [11].

Dari beberapa contoh fitur ZohoCRM yang diambil sebagai elemen pembanding, dapat dilihat pada Tabel 1 bahwa dari sekian banyak fitur yang disediakan oleh ZohoCRM, sebagian besar digunakan juga di dalam CallTenant. Namun, dibangunnya CRM CallTenant dikarenakan tidak semua fitur ZohoCRM dapat diintegrasikan dengan sistem CallTenant atau dengan kata lain tidak fleksibel, seperti adanya fitur *wallet* untuk menyediakan dompet *virtual*, *reward* tertentu bagi *event/tenant*, *point* dari aktivitas tertentu, dan *review*.

D. Wallet

*Wallet* adalah sebuah dompet virtual (*e-wallet*) yang dimiliki setiap pengguna untuk menyimpan dana hasil penjualan (*remit*) dan dana hasil pengembalian (*refund*) transaksi. Manfaat adanya *Wallet* adalah [1]:

1. Mempercepat proses pengembalian dana (*refund*)
2. Mempercepat transfer dana ke penjual (*remit*)
3. Memberikan alternatif metode pembayaran lebih mudah & cepat.

Dengan adanya *wallet*, pelanggan tidak harus selalu memiliki uang tunai karena uang tersebut sudah berada dalam data elektronik dan setiap bertransaksi uangnya dipotong sesuai dengan jumlah yang harus dibayarkan sehingga pelanggan tidak perlu khawatir memikirkan uang kembalian. Semua data atau jejak transaksi pelanggan pun juga akan tersimpan dalam basis data sehingga mudah untuk dilacak kembali. Selain itu, dompet virtual ini memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan layanan perbankan tradisional yaitu penghematan waktu, pengendalian biaya, mengurangi resiko kerugian dan pencurian, mudah digunakan, serta kenyamanan [6]. Contoh *wallet* yang sudah ada pada saat ini yaitu TokoCash, BukaDompet, Go-Pay, dll.

Tabel 1.  
Perbandingan CRM CallTenant dengan CRM Sejenis

	CallTenant	Zoho
Database Backend	MySQL	Proprietary
Bahasa	PHP, JavaScript	Java
Implementasi		
<i>Web-based</i>	Ya	Ya
<i>Sales Force</i>	Tidak Ada	<i>Leads</i>
<i>Automation</i>	User	<i>Accounts</i>
<i>CRM Analytics</i>	Admin	<i>Standard Dashboard</i>
	Admin	<i>Standard Reports</i>
Manajemen	<i>Tenant</i>	Produk
Inventori	Admin ( <i>Financial</i> )	<i>Invoice</i>

	<i>Event</i>	<i>Vendor</i>
<i>Customer Support</i>	Admin ( <i>Financial</i> )	<i>Purchase Order</i>
	<i>Contact Us</i>	<i>Cases</i>
	<i>Feedback</i>	<i>Solutions</i>
	<i>FAQ</i>	<i>Visitor History</i>
		<i>Module</i>
<i>Review</i>	Ya	<i>Custom</i>
<i>Wallet</i>	Ya	Tidak Ada
<i>Point</i>	Ya	<i>Custom</i>
<i>Reward</i>	Ya	<i>Custom</i>

### III. DESAIN SISTEM

#### A. *CallTenant*

*CallTenant* adalah aplikasi berbasis web yang digunakan sebagai media penghubung bagi penyelenggara acara (*Event*) dan pemilik usaha (*Tenant*). Pada aplikasi *CallTenant* pihak *Event* dapat mempublikasikan *Event*-nya, dan juga membuat formulir pendaftaran sesuai kebutuhannya (form dinamis). Selain itu pihak *Event* juga dapat melihat laporan *Tenant* yang mendaftar pada *Event*-nya. Dalam melihat laporan, *Event* dapat memilih apakah hendak melihat rekap pendaftar secara keseluruhan ataupun dikelompokkan berdasar pertanyaan yang diajukan ataupun berdasarkan *Tenant* yang menjawab. Dari sisi pemilik usaha, *Tenant* dapat mencari *Event* sesuai kategori ataupun sesuai namanya.

Setelah melakukan pencarian *Tenant* juga dapat mendaftar pada *Event* yang diinginkan dengan cara mengisi form pendaftaran. Aplikasi *CallTenant* juga menyediakan fitur *Review* baik untuk *Event* ataupun *Tenant*, *FAQ* dan *Contact us*, yang diharapkan dapat membantu *User* apabila memiliki pertanyaan terkait dengan aplikasi *CallTenant*. *User* yang telah terdaftar pada aplikasi *CallTenant* dapat memiliki lebih dari satu *Event* atau lebih dari satu *Tenant*, tergantung pada *role*-nya, tetapi satu *User* hanya dapat menjadi *Event* atau *Tenant* saja.

#### B. CRM yang Akan Dibangun

##### 1) Tahap *Acquire* (Memperoleh Pelanggan Baru)

- **Pendaftaran**  
Fitur ini dirancang untuk menarik pelanggan baru untuk bergabung menjadi member untuk mendapatkan fasilitas keanggotaan dengan keuntungan tertentu.
- **Katalog**  
Bagian katalog akan menyajikan produk *event/tenant* yang dikelompokkan menjadi beberapa kategori misalkan seperti popularitas, ulasan, dll untuk memudahkan dan mengurangi waktu pengguna dalam mencari informasi produk.
- ***Frequently Asked Questions***  
Halaman ini menampilkan tentang pertanyaan yang sering ditanyakan kepada pihak *CallTenant* sehingga dapat digunakan menjadi informasi awal bagi calon pelanggan.
- ***Contact Us***  
Pelanggan yang merasa masih kurang mengerti mengenai sistem *CallTenant* atau hal

lain yang berhubungan dapat menghubungi pihak *Calltenant* dengan fitur *Contact Us*.

##### 2) Tahap *Enhance* (Meningkatkan Hubungan dengan Pelanggan)

- ***My Profile***  
Pelanggan yang sudah terdaftar menjadi member *CallTenant* dapat mengelola profilnya setiap saat demi kebutuhan bisnisnya.
- ***Pembayaran Online***  
*Event* dan *Tenant* dapat bertransaksi melalui web *CallTenant* melalui transfer ATM dengan dilengkapi dengan fitur konfirmasi pembayaran. Segala pembayaran akan masuk ke pihak *CallTenant* terlebih dahulu sehingga mengurangi terjadinya penipuan, kemudian setelah melalui proses konfirmasi *event*, maka *tenant* akan terdaftar dan uang pendaftaran akan masuk ke *wallet event*
- ***Wallet***  
Member *CallTenant* juga dapat menggunakan fitur *Wallet* sehingga tidak perlu repot melalui transfer ATM untuk melakukan transaksi pembayaran. *Wallet* merupakan dompet *virtual* yang dapat dipakai dalam web *CallTenant*.
- ***Review***  
*Event* yang terdaftar dalam *CallTenant* dapat menggunakan fitur *review* yang ditujukan kepada *tenant* yang mendaftarkan diri padanya dan sebaliknya bagi *tenant* dapat menggunakan fitur *review* yang ditujukan kepada *event* yang pernah didaftarkan olehnya.

##### 3) Tahap *Retain* (Mempertahankan Pelanggan)

- ***Point***  
Fitur *Point* merupakan salah satu keuntungan fitur keanggotaan. *Point* ini nantinya dapat ditukar dengan *reward* yang tersedia. Setiap transaksi yang telah selesai terkonfirmasi akan mendapatkan *point* baik bagi *event* maupun *tenant*.
- ***Reward***  
Hadiah atau *Reward* hanya dapat ditukarkan menggunakan *point* yang didapatkan dari transaksi yang pernah dilakukan dalam web *CallTenant*.

#### C. Implementasi CRM pada *CallTenant*

##### 1) Transaksi Utama Pembayaran

Transaksi pembayaran pendaftaran antar *tenant* dan *event* pada Gambar 1 dapat dilakukan dengan dua metode pembayaran yaitu melalui transfer bank yang harus melakukan upload bukti pembayaran terlebih dahulu sedangkan dengan menggunakan *wallet* langsung bisa ke proses selanjutnya.

2) *Fitur Review*

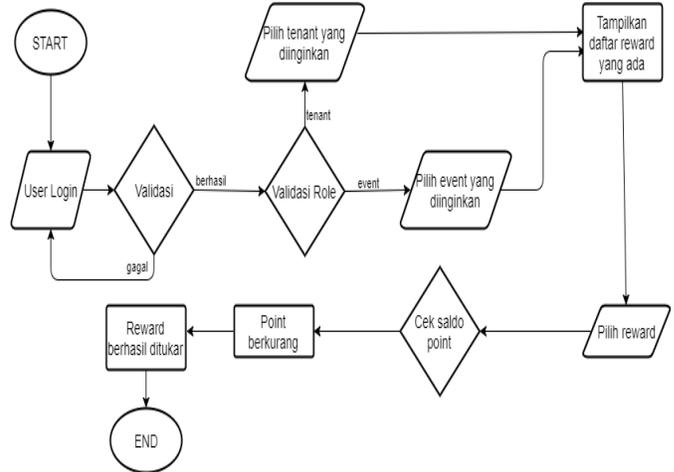
*Review* atau menulis ulasan dapat digunakan oleh *event* dan *tenant* yang saling berhubungan atau dengan kata lain suatu *tenant* pernah mendaftar pada *event* tersebut, begitu pun sebaliknya *event* pernah menerima *tenant* tersebut seperti yang dijelaskan pada Gambar 2.

3) *Fitur Reward dan Point*

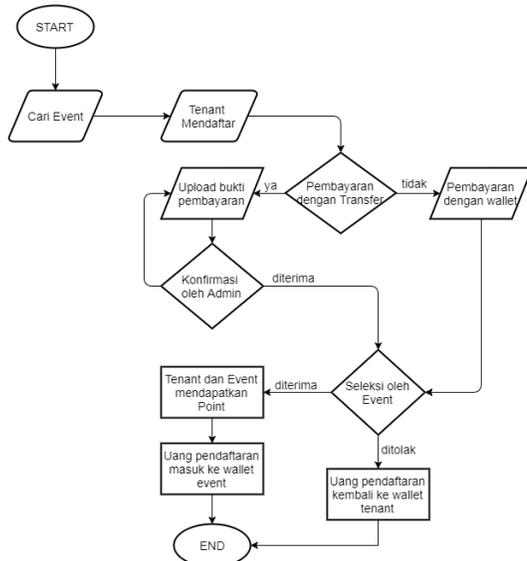
*Reward* adalah hadiah yang dapat ditukarkan dengan *point* oleh *event* maupun *tenant*, di mana *point* didapatkan dari beberapa aktivitas dalam CallTenant seperti transaksi pendaftaran antar *event* dan *tenant*, pengisian *feedback*, dan pertama kali mendaftar menjadi member CallTenant. Alur penukaran reward dapat dilihat pada Gambar 3

4) *Fitur Wallet*

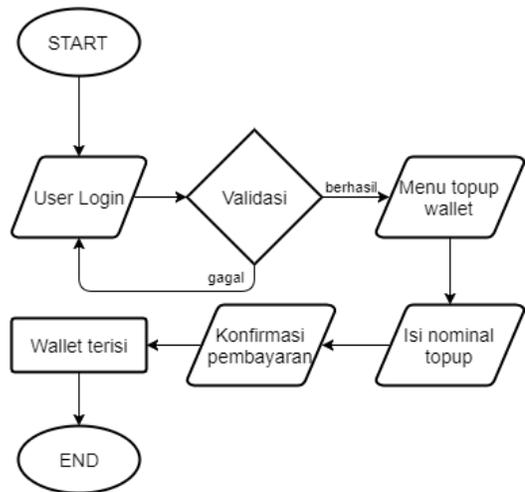
*Tenant* dapat melakukan transaksi menggunakan *wallet* yang dapat diisi melalui transfer bank. Sebaliknya bagi *event* sendiri, *wallet* dapat digunakan sebagai dompet virtual untuk menyimpan uang pendaftaran yang didapatkan dari *tenant* seperti pada Gambar 4.



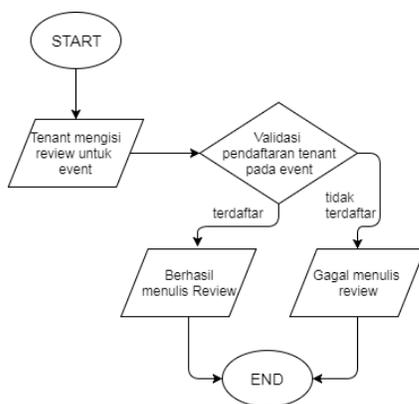
Gambar 3. Alur Proses Penggunaan Reward dan Point.



Gambar 1. Alur Transaksi Pembayaran Utama.



Gambar 4 Alur Pengisian Wallet



Gambar 2. Alur Mengisi Review.

IV. PENGUJIAN DAN EVALUASI

Pengujian dilakukan dengan dua cara yaitu uji coba fungsionalitas yang dilakukan secara mandiri serta uji coba melalui kuesioner yang melibatkan 25 responden. Semua responden yang terlibat dianalisis berdasarkan kategori umur, pekerjaan, pendapatan bulanan, pengalaman menjadi *event/tenant*, dan frekuensi dalam mengikuti *event*.

Hasil skor setiap pertanyaan pada kuesioner yang didapatkan diambil hasil pilihan skor terbanyaknya pada setiap pertanyaannya kemudian ditentukan apakah berhasil atau tidak melalui penghitungan *Confidence Interval*. *Confidence Interval* adalah rentang antara dua nilai di mana nilai suatu *Sample Mean* tepat berada di tengah-tengahnya.

Tabel 2.  
Hasil Pengujian Kuesioner Tenant.

Pertanyaan	Mean	Stdev	Z*(s/√(n))	Confidence Interval			Error result	Error Level	Keterangan
				CI	Mean ↑	Mean ↓			
Tingkat kemudahan dan kelengkapan mencari informasi dalam menggunakan fitur Contact Us	4.3	0.48	0.30	0.30	4.60	4.00	3%	24%	Berhasil
Tingkat kemudahan dan kelengkapan mendapatkan informasi dalam menggunakan fitur Frequently Asked Questions	4.5	0.53	0.33	0.33	4.83	4.17	4%	24%	Berhasil
Tingkat ketertarikan terhadap CallTenant atas adanya fitur Feedback	4.4	0.52	0.32	0.32	4.72	4.08	4%	24%	Berhasil
Apakah anda tetap ingin menggunakan CallTenant dengan adanya fitur Point dan tukar dengan Reward?	4.4	0.70	0.43	0.43	4.83	3.97	5%	24%	Berhasil
Apakah jenis reward yang ditawarkan menarik bagi anda?	4.1	0.88	0.54	0.54	4.64	3.56	6%	24%	Berhasil
Apakah hadiah point (dari pertama kali pendaftaran sebagai member dan mengisi feedback) menarik bagi anda?	4.4	0.70	0.43	0.43	4.83	3.97	5%	24%	Berhasil
Apakah fitur wallet meningkatkan kualitas transaksi anda?	4.4	0.70	0.43	0.43	4.83	3.97	5%	24%	Berhasil
Apakah fitur review mempermudah anda dalam mengelola informasi?	4.3	0.48	0.30	0.30	4.60	4.00	3%	24%	Berhasil

Tabel 3.  
Hasil Pengujian Kuesioner Event

Pertanyaan	Mean	Stdev	Z*(s/√(n))	Confidence Interval			Error Result	Error Level	Keterangan
				CI	Mean ↑	Mean ↓			
Tingkat kemudahan dan kelengkapan mencari informasi dalam menggunakan fitur Contact Us	4.1	0.88	0.54	0.54	4.64	3.56	6%	24%	Berhasil
Tingkat kemudahan dan kelengkapan mendapatkan informasi dalam menggunakan fitur Frequently Asked Questions	4.1	0.74	0.46	0.46	4.56	3.64	5%	24%	Berhasil
Tingkat ketertarikan terhadap CallTenant atas adanya fitur Feedback	4.4	0.52	0.32	0.32	4.72	4.08	4%	24%	Berhasil
Apakah anda tetap ingin menggunakan CallTenant dengan adanya fitur Point dan tukar dengan Reward?	4.2	0.63	0.39	0.39	4.59	3.81	4%	24%	Berhasil
Apakah jenis reward yang ditawarkan menarik bagi anda?	4.2	0.79	0.49	0.49	4.69	3.71	5%	24%	Berhasil
Apakah hadiah point (dari pertama kali pendaftaran sebagai member dan mengisi feedback) menarik bagi anda?	4	0.67	0.41	0.41	4.41	3.59	5%	24%	Berhasil
Apakah fitur wallet meningkatkan kualitas transaksi anda?	4.3	0.48	0.30	0.30	4.60	4.00	3%	24%	Berhasil
Apakah fitur review mempermudah anda dalam mengelola informasi?	4.5	0.53	0.33	0.33	4.83	4.17	4%	24%	Berhasil

Tabel 4.  
Hasil Pengujian Kuesioner Admin

Pertanyaan	Mean	Stdev	Z*(s/√(n))	Confidence Interval			Error result	Error Level	Hasil
				CI	Mean ↑	Mean ↓			
Tingkat Kemudahan, Efektivitas, dan Efisiensi dalam mengelola data Frequently Asked Question (Melihat, Menambah, Mengubah, dan Menghapus data)	4	0.71	0.44	0.62	4.44	3.56	15%	39.20%	Berhasil
Tingkat Kemudahan, Efektivitas, dan Efisiensi dalam mengelola data Keuangan (Wallet dan Payment)	4.2	0.45	0.28	0.39	4.48	3.92	10%	39.20%	Berhasil
Tingkat Kemudahan, Efektivitas, dan Efisiensi	4.4	0.55	0.34	0.48	4.74	4.06	12%	39.20%	Berhasil

dalam mengelola data Contact Us (Melihat dan Membalas pesan)										
Tingkat Kemudahan, Efektivitas, dan Efisiensi dalam mengelola data Reward dan Point (Melihat, Menambah, Mengubah, dan Menghapus data)	4.2	0.84	0.52	0.73	4.72	3.68	18%	39.20%	Berhasil	
Tingkat Kemudahan, Efektivitas, dan Efisiensi dalam mengelola data User	4	1.22	0.76	1.07	4.76	3.24	27%	39.20%	Berhasil	
Tingkat Kemudahan, Efektivitas, dan Efisiensi dalam mengelola data Event	4.2	0.84	0.52	0.73	4.72	3.68	18%	39.20%	Berhasil	
Tingkat Kemudahan, Efektivitas, dan Efisiensi dalam mengelola data Tenant	4.2	0.84	0.52	0.73	4.72	3.68	18%	39.20%	Berhasil	
Tingkat Kemudahan, Efektivitas, dan Efisiensi dalam mengelola data Feedback	4.6	0.55	0.34	0.48	4.94	4.26	12%	39.20%	Berhasil	
Tingkat Kemudahan, Efektivitas, dan Efisiensi dalam mengelola data Review (Tenant dan Event)	4.4	0.55	0.34	0.48	4.74	4.06	12%	39.20%	Berhasil	

Nilai sebuah *confidence interval* dapat dinyatakan dengan Kemungkinan (*Probability*) berapa *sample* dalam 100 kali pengambilan *samples* nilai *Population Mean* sesungguhnya akan masuk dalam sebuah rentang *sample mean* [9]. *Confidence Interval* menggunakan rumus :

$$CI = \bar{x} \pm Z \frac{s}{\sqrt{n}} \quad (1)$$

Dimana  $\bar{x}$  adalah rata-rata dari nilai kuesioner, Z adalah nilai dari *confidence*, s adalah standar deviasi, dan n adalah jumlah responden. Penentuan hasil didapat dari perbandingan nilai *error result* dan *error level* yang didapatkan pada penghitungan *error level* pada akurasi survei [10] pada masing-masing pertanyaan seperti yang tertera dalam pada Tabel 2 hingga Tabel 4.

Apabila nilai *error result* dibawah persentase *error level*, maka status menjadi "Berhasil" dan dianggap responden setuju dengan hasil survei yang telah diberikan. Sedangkan, apabila *error result* lebih dari persentase *error level* maka status menjadi "Tidak Berhasil" dan dianggap responden tidak setuju dengan hasil kuesioner yang telah diberikan. Kuesioner diberikan pada responden dengan populasi 25 orang dan kenyataan responden yang mengisi adalah 10 orang pada masing-masing *Event* dan *Tenant* serta 5 orang pada admin.

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah melakukan perancangan, implementasi, uji coba, dan evaluasi, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. CRM yang diimplementasikan ditujukan untuk CallTenant sesuai dengan kebutuhannya.
2. Fitur CRM yang dibuat pada CallTenant sudah sesuai dengan tahapan CRM yaitu *Acquire* (Menambah Pelanggan), *Enhance* (Meningkatkan Hubungan dengan Pelanggan), dan *Retain* (Mempertahankan Pelanggan).
3. Fitur *Wallet* yang dibuat bagi CRM CallTenant berguna untuk memudahkan proses transaksi pengguna sehingga menjadi daya tarik CallTenant
4. Evaluasi responden terhadap CRM dinilai menarik dan berhasil digunakan sesuai dengan hasil pada Tabel 2 hingga Tabel 4.

Sedangkan, saran untuk pengembangan selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Penambahan metode pembayaran supaya memudahkan pengguna melakukan transaksi dan menjadi daya tarik bagi CallTenant
2. Pesan *contact us* yang dikirimkan oleh pengguna umum menggunakan email akan dikirimkan kembali balasannya ke email si pengirim
3. Penambahan fitur *withdrawal* yaitu penarikan uang dari *wallet*
4. Penambahan kelengkapan data dalam halaman *Frequently Asked Questions*

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] admin, "7 Bisnis Kreatif Yang Diminati Anak Muda," 26 September 2016. [Online]. Available: <http://tabloidpeluangusaha.com/7-bisnis-kreatif-yang-diminati-anak-muda.html>. [Accessed 27 September 2017].
- [2] S. Montana and M. M. Noor, "PENGEMBANGAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT BERBASIS SISTEM E-COMMERCE," *CommIT*, vol. 4, pp. 139-149, Oktober 2010.
- [3] A. Sulistio, "Analisa Usaha Event Organizer," [Online]. Available: <http://www.analisausaha.com/analisa-usaha-event-organizer/>. [Accessed 27 September 2017].
- [4] E. Interior, "Pengertian Dan Penjelasan Tentang Booth/Pameran," [Online]. Available: <http://www.interiorfurnituremurah.com/2016/01/pengertian-dan-penjelasan-tentang.html>. [Accessed 12 January 2018].
- [5] A. Zuhdi and H. Setiawan, "Implementasi Customer Relationship Management pada Perusahaan Kontraktor Pembangunan," *Konferensi Nasional Sistem Informasi*, Bandung, 2006.
- [6] N. Herucahyono, "Fitur Baru: BukaDompot – Dompot Virtual Anda," *BukaLapak*, [Online]. Available: <https://blog.bukalapak.com/2013/09/fitur-baru-bukadompot-dompot-virtual-anda/>. [Accessed 12 January 2018].
- [7] "Kekurangan dan kelebihan dari sistem pembayaran elektronik," *unichange*, [Online]. Available: [https://unichange.me/in/articles/advantages\\_of\\_electronic\\_payment\\_systems](https://unichange.me/in/articles/advantages_of_electronic_payment_systems). [Accessed 14 January 2018].
- [8] "Zoho CRM Reviews: Overview, Pricing, and Features," *FinancesOnline*, [Online]. Available: <https://reviews.financesonline.com/p/zoho-crm/>. [Accessed 29 December 2017].
- [9] "SURVEY STATISTICAL CONFIDENCE: HOW MANY IS ENOUGH?," *GreatBrook*, [Online]. Available: <https://greatbrook.com/survey-statistical->

- confidence-how-many-is-enough. [Accessed January 2018].
- [10] "Survey Random Sample Calculator," custom insight, [Online]. Available: <https://www.custominsight.com/articles/random-sample-calculator.asp>. [Accessed 6 January 2018].
- [11] "Zoho CRM Reviews: Overview, Pricing, and Features," FinancesOnline, [Online]. Available: <https://reviews.financesonline.com/p/zoho-crm/>. [Accessed 29 December 2017].