

## PERANCANGAN DESAIN *USER INTERFACE* FITUR *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* PADA APLIKASI KREALOGI

Silvira Laras Shinta<sup>1</sup>, Auria Farantika Yogananti<sup>2</sup>

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro

E-mail: 114201802983@mhs.dinus.ac.id<sup>1</sup>, yogananti.au@dsn.dinus.ac.id<sup>2</sup>

---

### INFO ARTIKEL

---

**Riwayat Artikel :**

Diterima : 21 Juni 2022

Disetujui : 2 Agustus 2022

---

**Kata Kunci :**

Desain antarmuka, desain fitur aplikasi, krealogi, manajemen hubungan pelanggan

---

### ABSTRAK

Aplikasi Krealogi merupakan sebuah aplikasi *supply chain management* untuk membantu para pelaku UMKM mengelola bisnisnya secara digital. Berdasarkan permasalahan yang didapat, aplikasi Krealogi memerlukan perancangan desain fitur *Customer Relationship Management (CRM)* untuk menyelesaikan kesulitan-kesulitan yang dirasakan oleh penggunanya. Metode yang digunakan pada perancangan ini yaitu metode kualitatif dengan proses pengumpulan data melalui observasi dan wawancara, kemudian dilakukan analisis dengan metode *Design Thinking*. Dari proses tersebut dihasilkan ide dan strategi perancangan desain fitur ini; penciptaan fitur penyimpanan data kontak pelanggan, fitur integrasi kontak ke catat pesanan, fitur broadcast pesan ke pelanggan, fitur kartu nama, dan fitur analitik data *customer*. Perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan performa Aplikasi Krealogi dan membantu kesulitan yang dihadapi pengguna, khususnya pemilik UMKM mengelola bisnisnya secara maksimal.

---

### ARTICLE INFO

---

**Article History :**

Received : June 21, 2022

Accepted : August 2, 2022

---

**Keywords:**

Application feature design, customer relationship management, krealogi, user interface design

---

### ABSTRACT

*The Krealogi application is a supply chain management application to help MSME actors to manage their business digitally. Based on the obtained problems, the Krealogi application requires the design of a Customer Relationship Management (CRM) feature to solve the difficulties experienced by its users. The method used in this design is a qualitative method with the process of collecting data through observation and interviews, then the analysis is carried out using the Design Thinking method. From this process, the design ideas and strategies for this feature design were generated; the creation of customer's contact data storage features, contact integration features to record orders, broadcast message features to customers, business card features, and customer data analytics features. This design is expected to improve the performance of the Krealogi Application and help the difficulties faced by users, especially MSME owners to manage their business optimally.*

## 1. PENDAHULUAN

Pada zaman modern ini, sudah banyak terjadi perkembangan teknologi yang sangat pesat. Mulai dari perkembangan teknologi komputer, jaringan internet, ponsel pintar, dan masih banyak lagi. Salah satu hasil dari perkembangan teknologi lainnya yaitu semakin banyak bermunculan aplikasi-aplikasi yang dapat mendukung dan membantu berbagai pekerjaan manusia. Dengan adanya perkembangan teknologi tersebut sangat berpengaruh pada berbagai sektor, terlebih pada sektor bisnis. Banyak para pemilik UMKM yang memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan performa bisnisnya, seperti melakukan pemasaran secara digital melalui media sosial dan *e-commerce*, penggunaan aplikasi kasir untuk pencatatan transaksi, dan lain sebagainya. Dengan banyaknya UMKM yang memanfaatkan teknologi untuk perkembangan bisnisnya, maka diambillah peluang oleh Perusahaan Startup bernama Du Anyam untuk meluncurkan aplikasi Krealogi sebagai bentuk revolusi digital untuk para pemilik UMKM.

Aplikasi Krealogi merupakan sebuah aplikasi *supply chain management* untuk membantu para pelaku UMKM dalam mengelola bisnisnya secara digital. Krealogi menawarkan solusi secara menyeluruh, diantaranya yaitu menciptakan komunitas sebagai wadah untuk berjejaring dengan para pelaku usaha lainnya, menyediakan berbagai pelatihan untuk membantu mengembangkan kemampuan dan keterampilan UMKM, serta sebagai aplikasi yang mudah digunakan untuk melakukan pencatatan kegiatan operasional dan membuat perencanaan yang strategis. Aplikasi Krealogi rilis pada Maret 2021, yang dimana masih tergolong aplikasi baru. Pada saat ini aplikasi Krealogi baru memiliki 5 fitur unggulan, yaitu fitur inventori, fitur rencana produksi, fitur pencatatan pesanan masuk, fitur pencatatan pengeluaran/pemasukan, dan fitur laporan keuangan.

Berdasarkan pernyataan Ibu Wilda Romadona, selaku *Senior Product Manager* Krealogi, tim Krealogi sudah melakukan riset dan ditemukan salah satu kendala. Kendala tersebut yaitu pengguna merasakan kesulitan dalam menyimpan database pelanggan yang belum disediakan oleh aplikasi Krealogi. Pengguna masih mencatat secara manual dan menyimpannya melalui kontak Whatsapp. Pengguna juga menemui kendala untuk melakukan dua aktivitas sekaligus, yaitu mengecek catatan penjualan dan menghubungi konsumennya. Pada fitur pencatatan pesanan masuk juga hanya bisa merekam pesanan masuk tanpa menyimpan database konsumen/klien di dalamnya. Identitas UMKM juga masih sulit untuk disebarkan kepada pelanggan. Dari permasalahan tersebut, seharusnya aplikasi Krealogi menyediakan fitur untuk menyimpan database pelanggan yang dapat terintegrasi dengan pencatatan pesanan masuk, memfasilitasi pengguna untuk menghubungi konsumennya, serta menciptakan identitas pengguna yang dapat disebarkan kepada konsumennya. Dalam buku Manajemen Ritel: Teori & Strategi dalam Bisnis Ritel, hal tersebut nantinya akan berdampak baik terhadap bisnis, agar pemilik bisa lebih memahami kebiasaan pelanggan sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan secara jangka panjang dan meningkatkan profitabilitas bisnis. Berdasarkan hal tersebut, maka suatu usaha memerlukan sebuah sistem yang dapat merencanakan, menjadwalkan, dan mengendalikan segala aktivitas pra dan pasca penjualan dalam suatu organisasi, yang disebut sebagai *Customer Relationship Management*. (Syaikhudin, Sundari, & Yani, 2021)

Untuk membangun sistem *Customer Relationship Management (CRM)* ini maka diperlukan tahapan proses dari awal yaitu perancangan desain terlebih dahulu, kemudian desain CRM tersebut baru bisa dikembangkan menjadi sebuah sistem aplikasi. Maka dari itu, penulis akan melakukan perancangan desain *User Interface* untuk fitur *Customer Relationship Management (CRM)* aplikasi Krealogi yang mudah digunakan oleh pengguna dan tentunya dapat menyelesaikan permasalahan yang ada.

*User Interface* merupakan sebuah bentuk representasi visual dari sebuah produk digital. Biasanya diterapkan pada produk digital seperti aplikasi maupun situs website. *User Interface* berfungsi sebagai jembatan penghubung antara pengguna dengan sistem fungsionalitas sebuah produk. *User Interface* berisi rangkaian teks, bentuk, grafik, dan foto yang digabungkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan memiliki hasil interaksi yang fleksibel dan alami. Sebuah antar muka juga memiliki komponen *grid*, tata letak, tipografi, warna, animasi, dan interaksi mikro lainnya. (Malewicz & Malewicz, 2020). *User Experience* merupakan sebuah proses mendefinisikan dan mempelajari tingkat kemudahan pengguna dalam menggunakan sebuah produk. Bentuk

penerapannya pada produk digital yaitu ada pada antarmuka, pola navigasi, dan sistem komunikasinya. Tujuan dari *User Experience* (UX) adalah membuat keseluruhan kelompok pengguna bisa memiliki kemampuan untuk memahami dan menggunakan suatu produk dengan mudah dan menyenangkan. (Malewicz & Malewicz, 2020)

*Customer Relationship Management* (CRM) merupakan sebuah strategi yang berfungsi untuk menjalin komunikasi antara penjual dan pelanggan dengan tujuan untuk mengupayakan peningkatan penjualan dan penghasilan perusahaan. Secara spesifik CRM mengatur pengelolaan hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan dan berupaya menganalisis data tentang riwayat pelanggan dengan perusahaan untuk meningkatkan hubungan bisnis antara keduanya. Hal tersebut akan menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan memudahkan perusahaan untuk lebih mengenal pelanggan dengan baik. (Aripin, 2021)

*Design Thinking* merupakan sebuah metode desain yang dilakukan dengan pendekatan yang mengutamakan solusi sebagai pemecahan masalah. Metode ini sangat berguna ketika memecahkan masalah yang kompleks, tidak jelas atau yang belum diketahui, dengan cara memahami kebutuhan dan keperluan orang-orang yang terlibat, memikirkan kembali masalah dengan berpusat kepada pengguna, menghasilkan banyak solusi ide dalam melakukan sesi curah pendapat, dan membuat keputusan praktis. (Dam & Siang, 2021). Menurut model *Design Thinking* yang dipaparkan oleh Hasso Plattner, Institut Desain di Stanford (d.school) pada tahun 2010, ada 5 tahapan pada proses *Design Thinking*, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. (Plattner, 2010)

## 2. METODE

Metode penelitian yang digunakan pada perancangan ini yaitu metode kualitatif dengan proses pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Pendekatan analisa yang digunakan pada perancangan ini yaitu dengan metode *Design Thinking*.

### 2.1 *Empathize*

Pada tahap ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman empatik terkait dengan masalah yang sedang ingin dipecahkan. Pada proses ini dilakukan penelitian menggunakan metode kualitatif dengan cara wawancara dan observasi.

Proses wawancara dilakukan dengan pihak dari Krealogi oleh Du Anyam yaitu dengan *Senior* dan *Associate Product Manager* yang terlibat langsung dalam pengembangan Aplikasi Krealogi serta *Vendor Support & Trainee* yang terlibat langsung dengan pengguna Aplikasi Krealogi. Dengan metode wawancara ini penulis dapat meneliti dan menganalisis secara lebih dalam tentang sejarah aplikasi Krealogi, masalah yang dihadapi oleh pengguna, serta faktor-faktor lain yang berkaitan dengan objek penelitian.

Pada proses observasi dilakukan dengan cara mencoba dan mengamati aplikasi Krealogi secara langsung dan mencatat apa saja yang penulis rasakan dan amati terkait dengan objek penelitian yang sedang dibahas, sehingga pada tahap ini didapatkan pemahaman pribadi yang sinkron dengan masalah yang sedang diidentifikasi berdasarkan realita yang ada.

### 2.2 *Define*

Pada tahap ini dilakukan proses mengolah informasi yang telah dikumpulkan selama tahap *Empathize*. Seluruh informasi berdasarkan hasil pengamatan dianalisis dan disintesis untuk menentukan masalah inti yang telah diidentifikasi. Pada tahap *define* ini, analisis dilakukan dengan metode 5W1H. Metode analisis 5W1H merupakan sebuah metode analisis yang berangkat dari pertanyaan dasar untuk mengakumulasi informasi yang sudah didapat dan kemudian ditemukan jawaban yang dapat digunakan dalam menyelesaikan masalah yang ada. Metode 5W1H terdiri dari pertanyaan *what* (apa), *where* (di mana), *who* (siapa), *when* (kapan), *why* (mengapa), dan *how* (bagaimana).

### 2.3 Ideate

Pada tahap ini merupakan tahap untuk mulai menghasilkan ide-ide dan strategi kreatif. Proses ini dimulai dengan mulai berpikir di luar kebiasaan untuk mengidentifikasi solusi baru dari pernyataan masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya.

### 2.4 Prototype

Pada tahap ini merupakan tahap percobaan yang bertujuan untuk menemukan solusi terbaik pada tiap masalah yang sudah diidentifikasi. Solusi yang sudah dirancang bisa langsung diimplementasikan dalam bentuk prototype. Untuk mendapatkan solusi desain berupa *prototype*, diperlukan perancangan dasar yaitu membuat *sitemap*, *wireframe*, dan *user interface design*. Hasil *prototype* diperiksa ulang satu per satu, diperbaiki dan ditingkatkan kembali guna menghindari kesalahan kecil.

### 2.5 Testing

Pada tahap ini merupakan tahap pengujian *prototype* untuk mendefinisikan kembali masalah yang timbul dan mencari tahu pemahaman pengguna terkait dengan cara pengguna menggunakan aplikasi, cara pengguna berpikir, berempati, dan berperilaku. Selama tahap ini perlu dianalisis kembali untuk melakukan perubahan dan penyempurnaan ulang agar memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai produk beserta penggunaannya.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Empathize

Pada tahap ini untuk mendapatkan pemahaman terkait dengan masalah yang sedang ingin dipecahkan, dilakukan pengumpulan data dengan cara wawancara dan observasi.

Proses wawancara dilakukan kepada 3 narasumber yang berkaitan langsung dengan Aplikasi Krealogi. Narasumber yang pertama yaitu Ibu Wilda Romadona (*Senior Product Manager* Krealogi) mengatakan bahwa Aplikasi Krealogi launching pada akhir Maret 2021, di mana aplikasi ini masih tergolong baru dan masih memiliki banyak kekurangan. Saat ini Krealogi memiliki fitur-fitur utama yaitu inventori, rencana produksi, catat pesanan masuk, catat pengeluaran dan pemasukan, serta laporan. Fitur-fitur tersebut diperlukan karena sangat mempengaruhi serangkaian rantai pasok. Untuk harapan Krealogi kedepannya bagaimana kemudian UMKM-UMKM yang menggunakan aplikasi Krealogi ini menjadi *reliable supplier*. *Reliable supplier* dari sisi kualitas, kuantitas, harga dan juga pelaporan-pelaporan usahanya. Tim Krealogi juga sudah melakukan riset pengguna yang akhirnya didapatkan 4 kategori pengguna usia 22-51 tahun yang saat ini mengakses Aplikasi Krealogi. Pengguna tersebut dibedakan berdasarkan perbedaan tantangan adopsi teknologinya. Dalam proses pengembangan atau development Aplikasi Krealogi ini, tim Krealogi sudah melakukan riset dan ditemukan salah satu kendala yang memerlukan penyesuaian lebih lanjut. Hal tersebut terkait dengan pengembangan fitur Customer Relationship Management (CRM). Berikut adalah kondisi-kondisi dan kendala yang ditemukan:

- a. Pengguna tidak memiliki database pelanggan pada Aplikasi Krealogi
- b. Pengguna masih melakukan pencatatan manual di buku maupun kontak HP atau Whatsapp dalam menyimpan data customernya. Dari hal ini membuat pengguna cukup kesulitan dan perlu membuka ulang data yang dapat memakan waktu banyak.
- c. Pengguna menemui kendala untuk melakukan dua aktivitas sekaligus, yaitu mengecek catatan penjualan dan menghubungi konsumennya.
- d. Penyimpanan data konsumen pada aplikasi diharapkan dapat membantu pengguna dalam mengetahui siapa saja konsumennya untuk melakukan penjualan berdasarkan data penjualan yang sudah tercatat, sehingga pengguna bisa menghubungi kembali customernya dengan harapan untuk dapat melakukan pembelian kembali.

Berdasarkan interview tim Krealogi kepada para penggunanya, mereka membutuhkan integrasi fitur catatan pesanan yang juga sekaligus bisa menyimpan database klien atau pelanggannya mereka. Ketika ada hal yang terkait dengan produksi yang belum selesai, dan lain sebagainya, pengguna bisa melihat datanya dengan jelas. Selain itu fitur kartu nama juga diperlukan oleh pengguna. Di mana mereka bisa dengan mudah membagikan kartu nama mereka ke pelanggan pelanggan atau kontak-kontak di handphone mereka.

Narasumber yang kedua yaitu Ibu Mutia Aisa Rahmi (*Associate Product Manager* Krealogi). Ibu Mutia mengatakan bahwa masalah-masalah atau kendala yang ditemukan terkait dengan penyimpanan database pelanggan, kebiasaan pengguna dalam melakukan pencatatan manual, dan lain sebagainya, ditemukan berdasarkan pengalaman 7 tahun yang dirasakan oleh Du Anyam. Du Anyam merupakan induk dari Krealogi yang membina UMKM yang kebetulan Perajin di daerah Timur. Dari situ Du Anyam menemukan banyak masalah yang dihadapi oleh UMKM dan penggunanya. Dari hal tersebut muncul peluang untuk mendigitalisasikan masalah itu dengan tujuan untuk mempermudah UMKM dalam melakukan pengelolaan usaha. Krealogi juga melakukan banyak kerjasama dengan pemerintah daerah seperti NTT. Banyak UMKM di sana yang dibina dan diberi pelatihan mengenai pengelolaan usaha. Masalah-masalah yang ditemukan sebelumnya banyak didapat dari curhatan para UMKM yang mengikuti kelas pelatihan dari Krealogi ini. Setiap selesai melakukan pelatihan terdapat sesi tanya jawab mengenai kegiatan sehari-hari mereka dalam melakukan pengelolaan usahanya. Dari situ terdapat banyak catatan-catatan bermanfaat bagi Krealogi terkait kondisi realita para UMKM yang dapat dijadikan bahan evaluasi kedepannya. Ada juga yang mengalami kendala saat sedang melakukan pencatatan pesanan masuk di Aplikasi Krealogi. Pengguna ternyata salah memasukkan data alamat klien. Hal tersebut nantinya akan menjadi masukkan buat Tim Krealogi dalam melakukan pengembangan aplikasi selanjutnya.

Narasumber yang ketiga yaitu Ibu Shelvi Komala (*Vendor Support & Trainee* Krealogi). Ibu Shelvi mengemukakan bahwa selama menjadi *Vendor Support & Trainee* Krealogi, target audiens yang disasar adalah para UMKM yang memiliki kebiasaan melakukan pencatatan bisnis secara manual maupun para UMKM yang tidak memiliki kebiasaan melakukan pencatatan usaha. Dari hal tersebut, tim berusaha untuk merubah kebiasaan para UMKM yang sebelumnya tidak pernah mencatat kegiatan usahanya, baik itu mencatat biaya belanja, stok bahan baku, pesanan masuk, dll, maupun sudah mencatat tetapi masih manual menggunakan buku, menjadi bisa lebih terorganisir dalam melakukan pengelolaan usaha dan melakukan *record* data dengan mudah hanya melalui HP saja dengan Aplikasi Krealogi. Selama Ibu Shelvi melakukan pelatihan dan berkomunikasi langsung dengan pengguna, beberapa pernah ada yang menanyakan bagaimana cara melihat siapa saja yang sudah membeli, dan pengguna pun menginginkan untuk langsung menyimpan kontakannya. Hal tersebut bermaksud apabila *customer* melakukan pembelian untuk kedua kalinya atau seterusnya, pengguna bisa dengan mudah mengambil data dari kontak yang sudah ada tanpa menuliskan ulang nama, nomer handphone, alamat, dll. Penyimpanan kontak dengan sistem tersebut diharapkan pengguna dapat meningkatkan *loyalty customer*, memudahkan input data, dan melihat record data. Bagi beberapa UMKM yang usahanya sudah lumayan berjalan lama dan cukup besar, adanya penyimpanan data kontak dan *record* data usaha juga bisa menjadi strategi *marketing* tambahan untuk meningkatkan *loyalty customer*. Dari hal tersebut, harapan pengguna bisa membuat pelanggan yang sudah sering beli bisa dihubungi kembali untuk mendapatkan penawaran spesial atau harga khusus. Tujuannya yaitu agar pengguna bisa mempertahankan *customer* yang loyal dan membuat mereka mau melakukan pembelian lagi. Pengguna juga membutuhkan fitur *record* pelanggannya sudah berapa kali melakukan pembelian. Semua hal tersebut merupakan keluhan dan kebutuhan yang dialami pengguna, karena dari Aplikasi Krealogi sendiri belum menyediakan fitur-fitur tersebut.

Selain wawancara, pengumpulan data dan informasi juga dilakukan dengan cara observasi. Pada proses observasi dilakukan dengan mencoba dan mengamati aplikasi Krealogi secara langsung. Aplikasi Krealogi ini didapat penulis dengan cara mengunduhnya di *Play Store*. Dari hasil pengamatan, di dalam aplikasi Krealogi terdapat 5 fitur yang dapat membantu pengelolaan

bisnis para UMKM. Fitur-fitur tersebut di antaranya yaitu ada fitur buat rencana produksi, fitur pencatatan pesanan, fitur pencatatan transaksi, fitur manajemen gudang, dan fitur laporan keuangan. Di antara fitur-fitur tersebut, Aplikasi Krealogi belum menyediakan fitur penyimpanan data pelanggan serta fitur yang dapat memajemen hubungan antara pengguna (pemilik UMKM) dengan pelanggannya.

### 3.2 Define

Berdasarkan dari permasalahan dan data yang sudah dikumpulkan, kemudian didefinisikan dan dianalisis dengan menggunakan metode 5W1H. Berikut adalah penjabaran analisis 5W1H berdasarkan data yang sudah dikumpulkan:

1. *What* (Apa)

Terkait dengan perancangan ini, apa permasalahan yang dialami oleh pengguna ketika menggunakan Aplikasi Krealogi?

Berdasarkan hasil data wawancara yang sudah terkumpul, ditemukan bahwa:

- a. Pengguna kesulitan dalam mencari data pelanggan yang datanya menyebar karena pencatatan masih manual.
- b. Kesulitan mengecek catatan penjualan.
- c. Kesulitan menghubungi dan berinteraksi dengan pelanggan.
- d. Dalam melakukan pencatatan pesanan masuk di Aplikasi Krealogi, masih ada pengguna yang salah memasukkan data alamat klien.

2. *Where* (Di mana)

Di mana permasalahan tersebut terjadi?

Permasalahan tersebut terjadi pada Aplikasi Krealogi yang merupakan aplikasi resmi Krealogi oleh Du Anyam yang berada di bawah naungan PT. Karya Dua Anyam.

3. *Who* (Siapa)

Siapa *target audience* yang disasar oleh Aplikasi Krealogi?

*Target audience* yang disasar oleh Aplikasi Krealogi adalah seluruh UMKM yang bergerak di bidang apapun, dengan pemilik yang memiliki rentang usia 22 - 51 tahun.

4. *When* (Kapan)

Kapan permasalahan tersebut terjadi?

Permasalahan tersebut terjadi dan dapat diidentifikasi berdasarkan pengalaman 7 tahun yang dirasakan oleh PT. Karya Du Anyam dengan berinteraksi langsung bersama para UMKM. Selain itu, permasalahan tersebut juga semakin terasa semenjak rilisnya Aplikasi Krealogi pada Maret 2021 hingga saat ini yang cukup mendapat banyak kritik, saran, dan masukan dari pengguna secara langsung.

5. *Why* (Mengapa)

Mengapa masalah tersebut bisa terjadi?

Masalah tersebut dapat terjadi karena pada Aplikasi Krealogi belum menyediakan tampilan fitur untuk melakukan penyimpanan database pelanggan secara utuh, seperti nama pelanggan, alamat, kontak, dan data pelanggan yang penting lainnya. Dari masalah utama tersebut menimbulkan efek lainnya, seperti tidak terkumpulnya data dengan baik, data pelanggan tidak bisa otomatis dan terintegrasi langsung dengan pencatatan pesanan yang masuk, tidak bisa berinteraksi dan menghubungi pelanggan dengan cepat. Hal tersebut juga disebabkan karena aplikasi ini masih tergolong baru yang dirilis pada akhir Maret 2021, sehingga tampilan aplikasi masih belum maksimal dan masih dalam proses pengembangan untuk kedepannya.

6. *How* (Bagaimana)

Bagaimana cara menyelesaikan masalah yang ada di Aplikasi Krealogi tersebut?

Untuk menyelesaikan seluruh permasalahan yang ada, diperlukan fitur baru yang sangat relevan dengan masalah-masalah tersebut yaitu fitur *Customer Relationship Management (CRM)*. Dalam tahap awal perancangan fitur tersebut diperlukan pembuatan desain *user interface* agar fungsi yang diinginkan bisa disesuaikan dan dirancang dengan baik dalam

bentuk tampilan aplikasi fitur *Customer Relationship Management (CRM)*. Desain *user interface* fitur ini perlu dirancang dengan baik, efektif, dan sederhana agar dapat mudah digunakan oleh pengguna, mengingat *target audience* dari aplikasi ini berada direntang usia 22-51 tahun. Di mana pada usia tersebut merupakan usia dewasa yang memiliki tingkat kemampuan teknologi yang berbeda.

### 3.3 Ideate

Berdasarkan dari hasil pada tahap *Define*, maka hasil analisisnya yaitu pada perancangan ini akan menciptakan desain *User Interface* fitur *Customer Relationship Management (CRM)* yang dapat digunakan dengan mudah oleh target audiens. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan rancangan desain yang intuitif dan dapat mewakili fungsi yang akan diterapkan nantinya. Hal tersebut sangat berkaitan dengan desain *User Experience* yang baik, agar desain fitur yang dibuat bisa terasa nyaman, mudah digunakan, dan mudah dimengerti oleh target audiens.

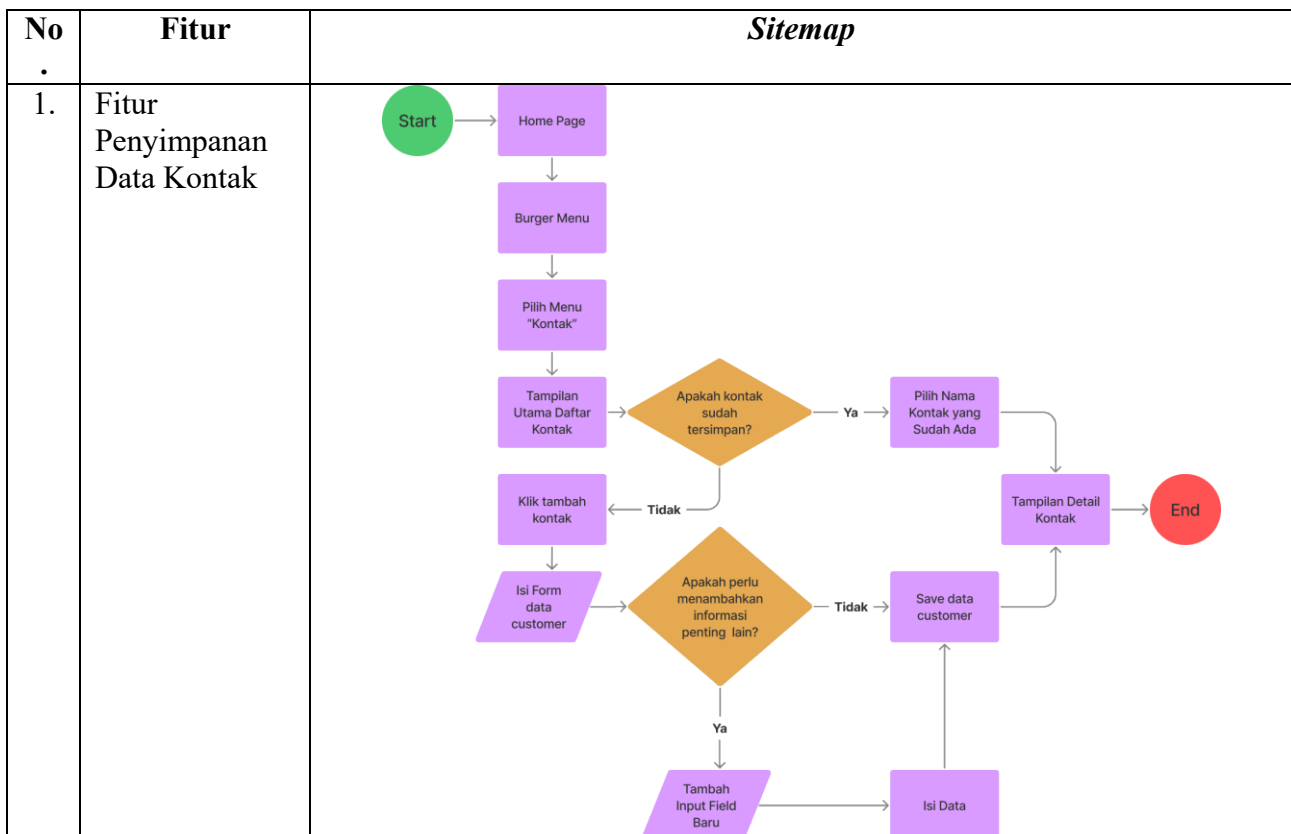
Dari hasil analisis tersebut ditemukan ide dan strategi kreatif untuk memecahkan masalah yang ada. Strategi perancangan yang akan dilakukan yaitu menciptakan 5 detail fitur yang dapat menunjang fitur CRM secara keseluruhan, yaitu:

1. Fitur Penyimpanan Data Kontak
2. Fitur Integrasi Kontak ke Catat Pesanan
3. Fitur Broadcast Pesan
4. Fitur Kartu Nama
5. Fitur Analitik Data Customer

### 3.4 Prototype

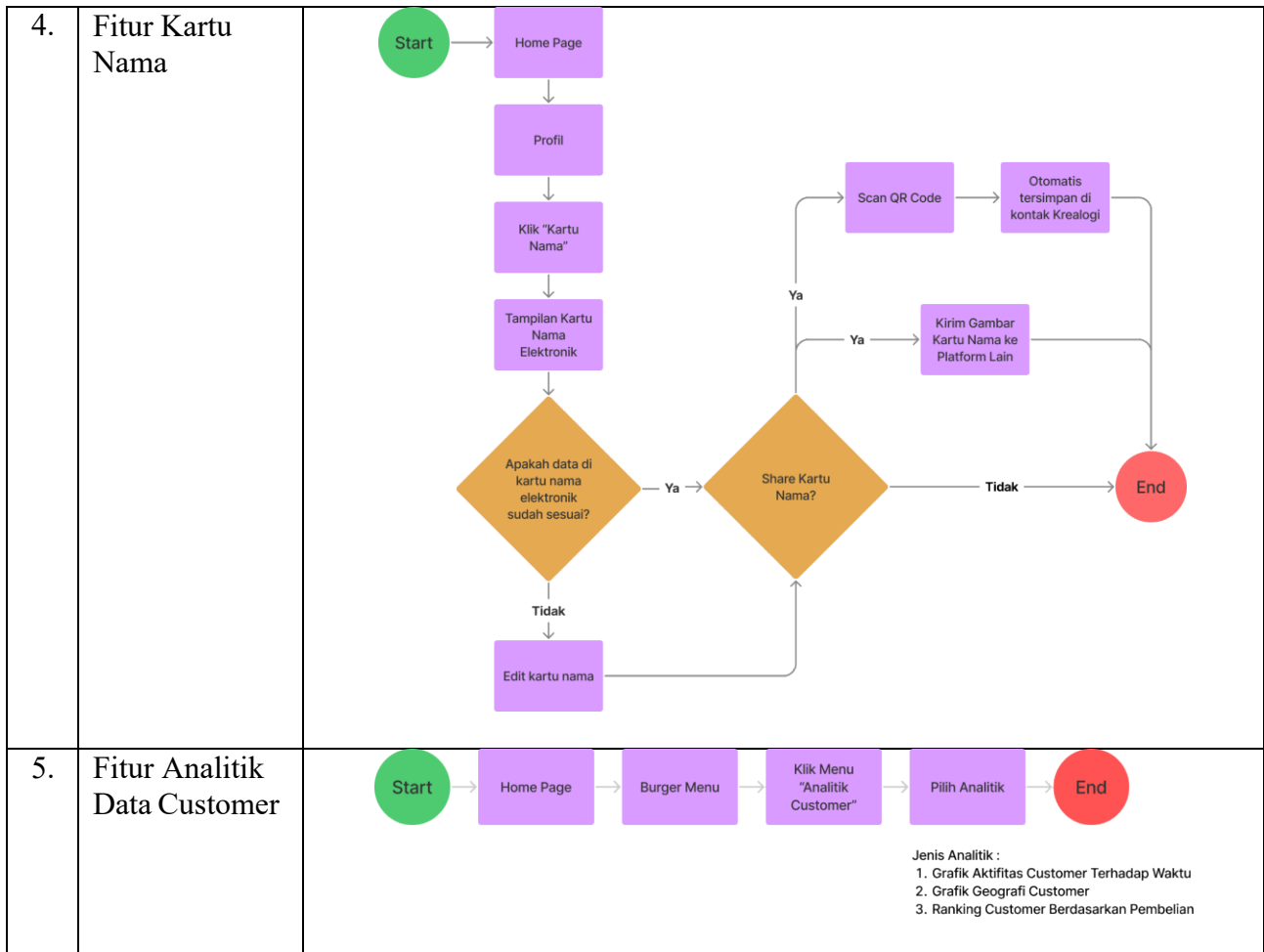
Pada tahap *prototype* ini proses perancangan dimulai dari merancang *sitemap*, *wireframe*, *user interface design*, hingga *prototype*. Berikut adalah hasilnya:

Tabel 1. *Sitemap* Fitur *Customer Relationship Management (CRM)*  
 [Sumber: penulis]

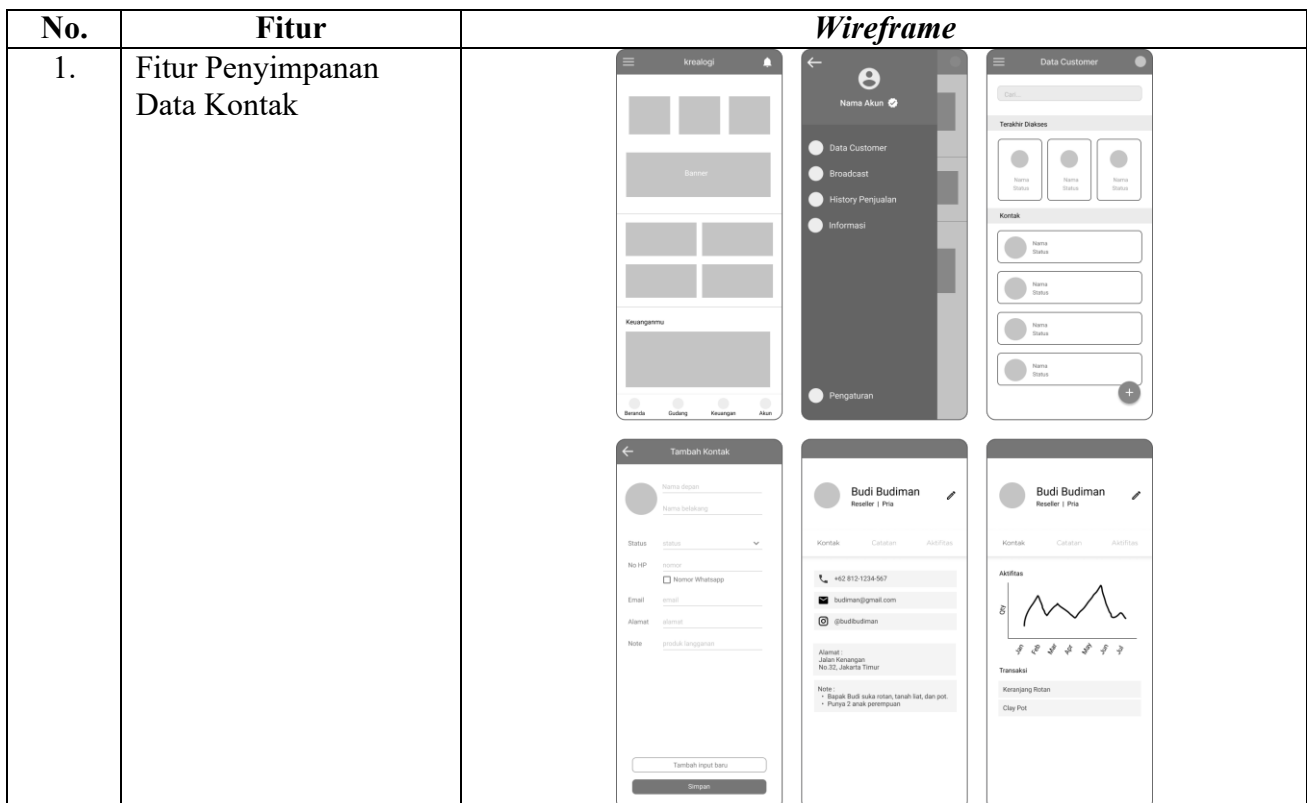


<p>2. Fitur Integrasi Kontak ke Catat Pesanan</p>	<pre>             graph TD             Start((Start)) --&gt; FormCatat[Form Catat Pesanan]             FormCatat --&gt; KlikTombol[Klik Tombol "Pilih Kontak"]             KlikTombol --&gt; TampilanDaftar[Tampilan Daftar Kontak Pelanggan]             TampilanDaftar --&gt; PilihKontak[Pilih Kontak yang Sudah Ada]             PilihKontak --&gt; PilihButton[Pilih Button "Isi Alamat Sesuai Kontak"]             PilihButton --&gt; Melanjutkan[Melanjutkan ke proses selanjutnya]             Melanjutkan --&gt; End((End))             </pre>
<p>3. Fitur Broadcast Pesan</p>	<pre>             graph TD             Start((Start)) --&gt; HomePage[Home Page]             HomePage --&gt; BurgerMenu[Burger Menu]             BurgerMenu --&gt; KlikMenu[Klik Menu "Broadcast"]             KlikMenu --&gt; TampilanHalaman[Tampilan Halaman Broadcast]             TampilanHalaman --&gt; D1{Pesan sudah pernah dikirim?}             D1 -- Ya --&gt; UbahGunakan[Ubah &amp; Gunakan Ulang Pesan]             D1 -- Tidak --&gt; D2{Broadcast ada di draft?}             D2 -- Ya --&gt; UbahGunakan             D2 -- Tidak --&gt; D3{Broadcast sudah dijadwalkan?}             D3 -- Ya --&gt; CariJadwal[Cari jadwal di kalender]             CariJadwal --&gt; DetailBroadcast[Detail Broadcast]             DetailBroadcast --&gt; D4{Ubah Jadwal atau Ubah Pesan?}             D4 -- Ya --&gt; IsiForm[Isi Form Broadcast]             D4 -- Tidak --&gt; D3             D3 -- Tidak --&gt; KlikBroadcast[Klik "Broadcast Baru"]             KlikBroadcast --&gt; IsiForm             UbahGunakan --&gt; IsiForm             IsiForm --&gt; PilihPlatform[Pilih Platform untuk melakukan share]             PilihPlatform --&gt; D5{Apakah perlu penjadwalan otomatis dalam mengirimi broadcast?}             D5 -- Ya --&gt; MasukkanTanggal[Masukkan tanggal dan waktu]             MasukkanTanggal --&gt; KirimPesan{Kirim Pesan?}             D5 -- Tidak --&gt; KirimPesan             KirimPesan -- Ya --&gt; KirimBroadcast[Kirim Broadcast]             KirimBroadcast --&gt; End((End))             KirimPesan -- Tidak --&gt; MasukkanDraft[Masukkan Pesan ke Draft]             MasukkanDraft --&gt; D2             </pre>





Tabel 2. Wireframe Fitur Customer Relationship Management (CRM)  
[Sumber: penulis]

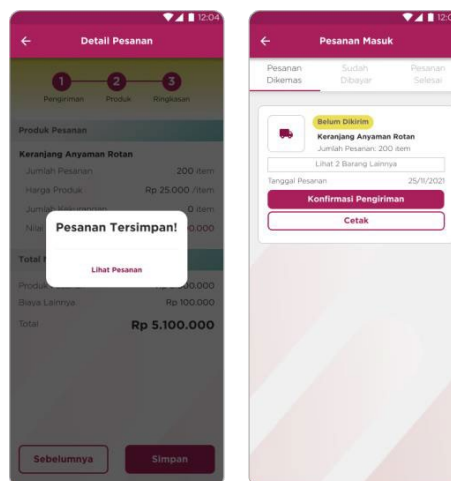
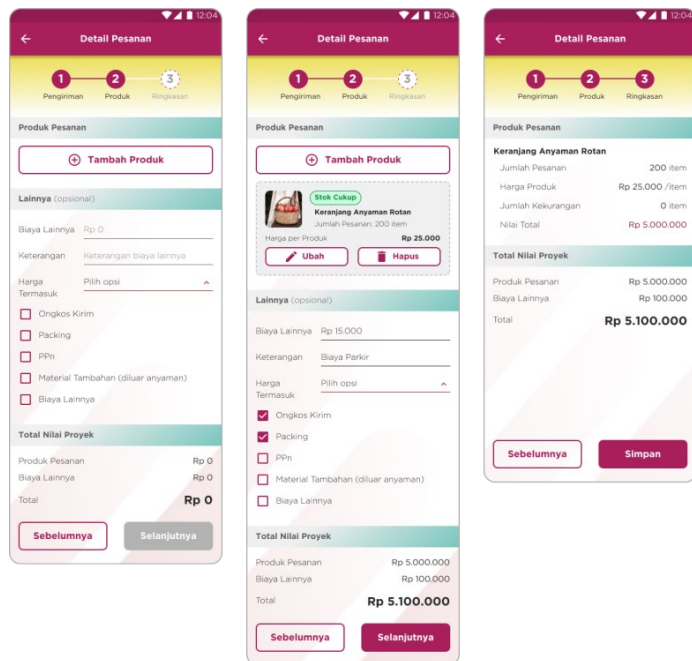
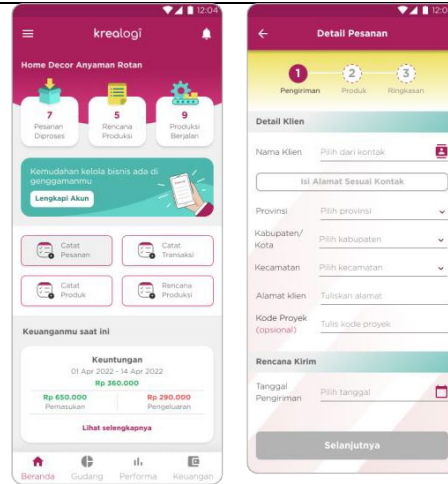


<p>2.</p>	<p>Fitur Integrasi Kontak ke Catat Pesanan</p>	
<p>3.</p>	<p>Fitur Broadcast Pesan</p>	
<p>4.</p>	<p>Fitur Kartu Nama</p>	
<p>5.</p>	<p>Fitur Analitik Data Customer</p>	

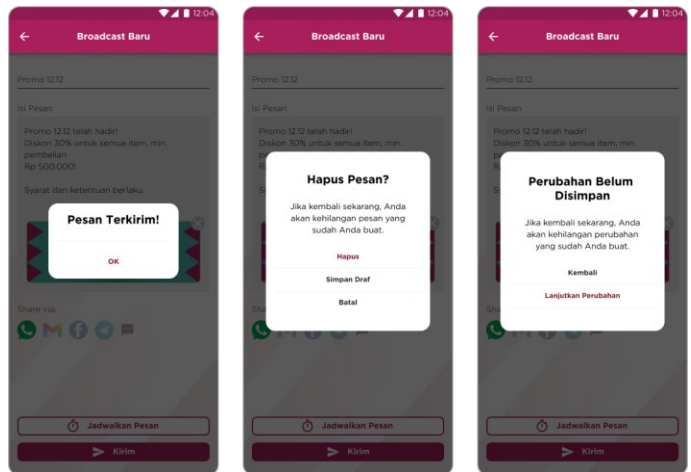
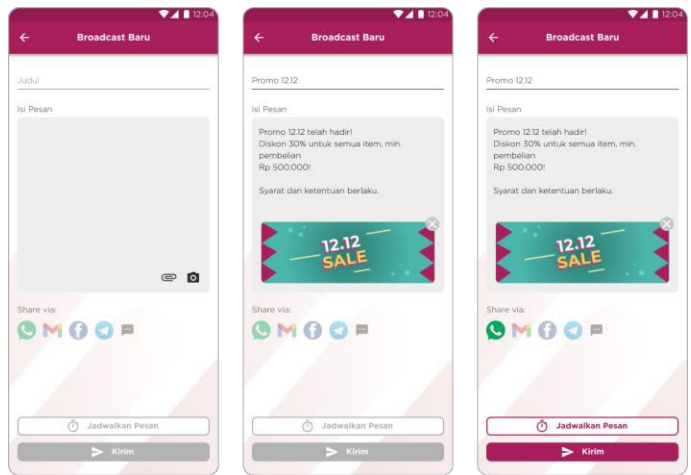
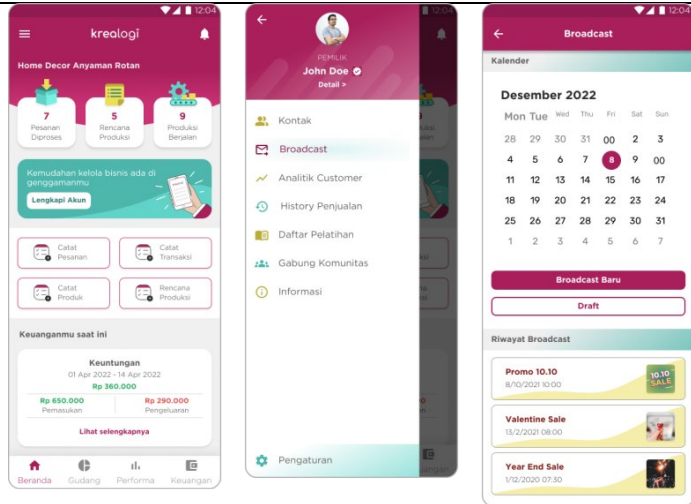
Tabel 3. *User Interface Design* Fitur *Customer Relationship Management (CRM)*  
 [Sumber: penulis]

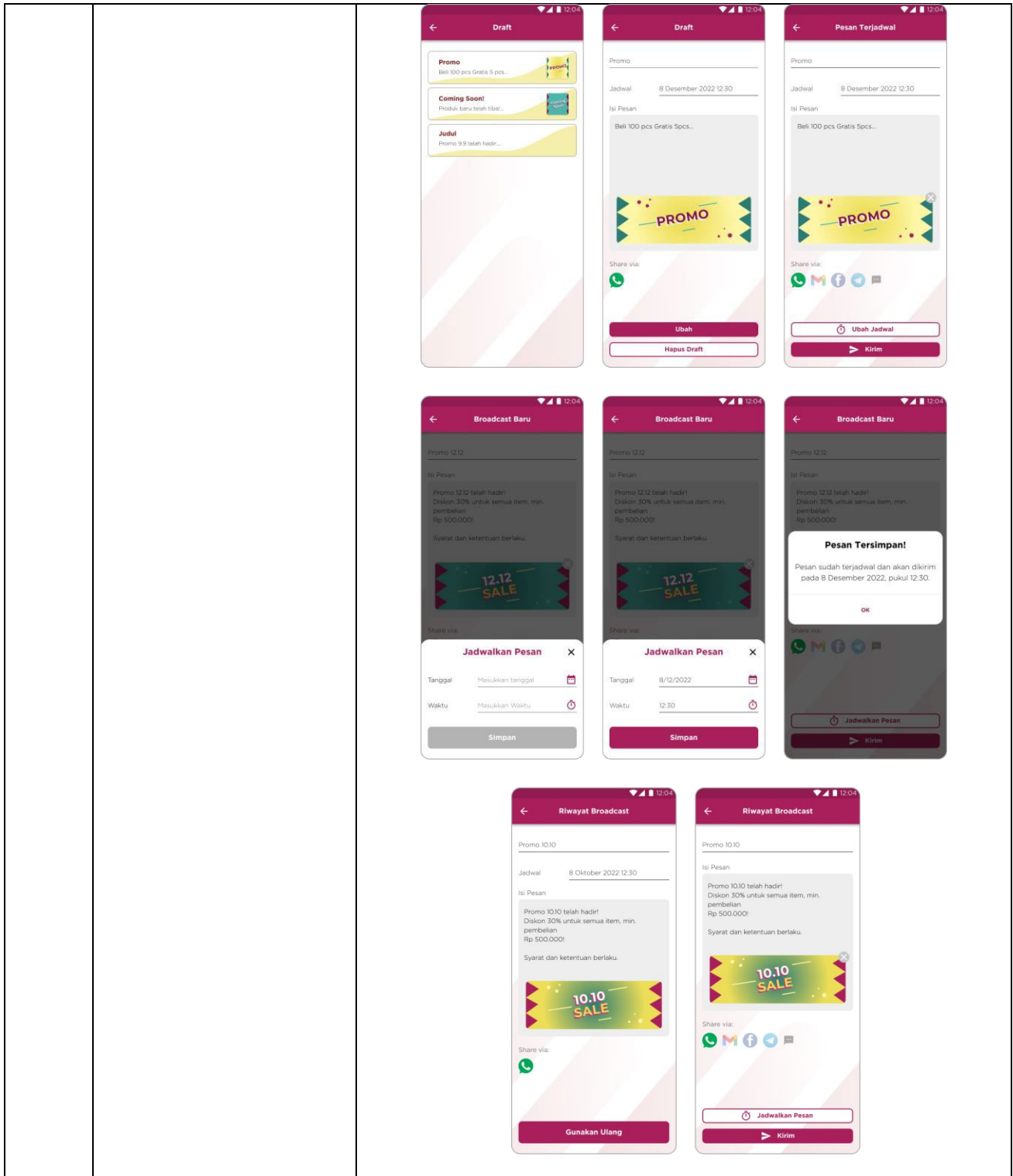
No.	Fitur	<i>User Interface Design</i>
1.	Fitur Penyimpanan Data Kontak	<p>The screenshots illustrate the user interface for the CRM feature, showing various views including the home dashboard, contact list, contact details, and the 'Tambah Kontak' (Add Contact) form. The interface includes sections for contact information, activity graphs, and transaction history.</p>

2. Fitur Integrasi Kontak ke Catat Pesanan

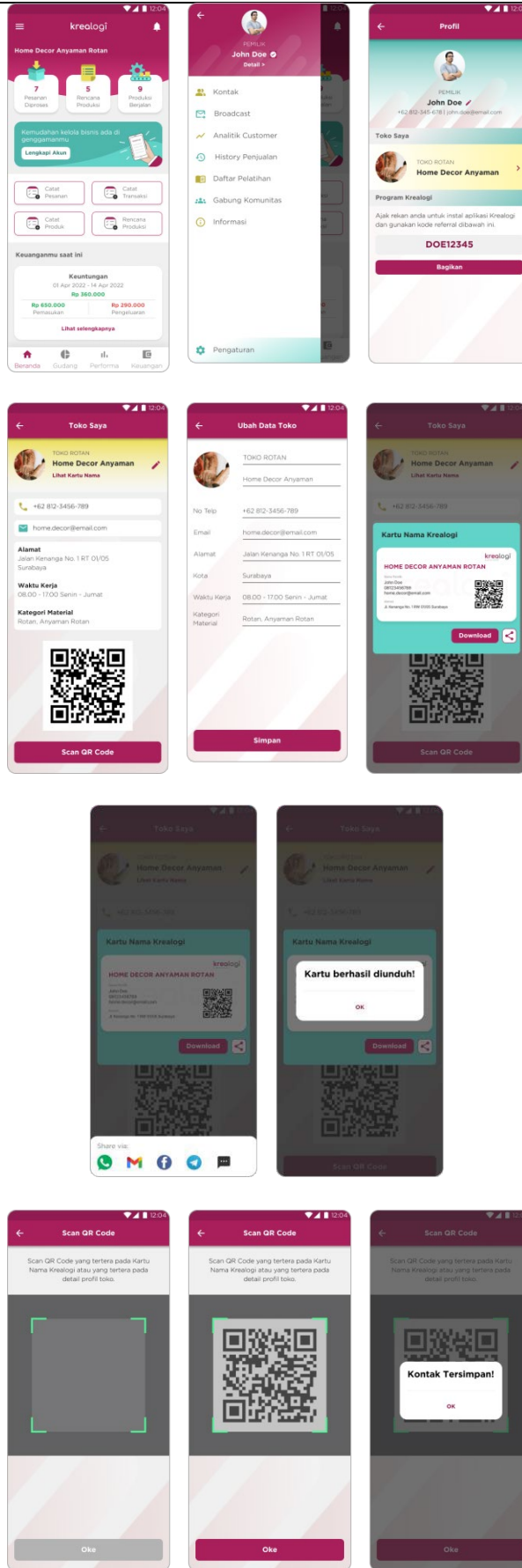


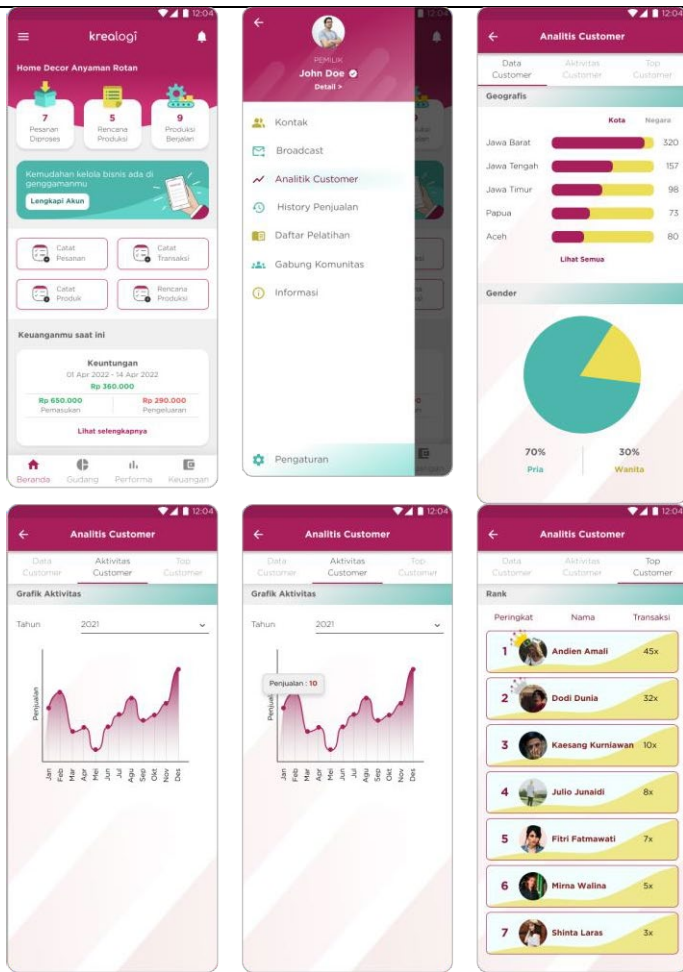
3. Fitur Broadcast Pesan





4. Fitur Kartu Nama



<p>5. Fitur Analitik Data Customer</p>	
--	---

### 3.5 Testing

Pada perancangan ini pengujian menggunakan metode *Black Box*. Metode tersebut menitikberatkan pada fungsi sistem dan bertujuan untuk mengetahui apakah sistem atau fitur pada aplikasi sudah berjalan dengan benar. Untuk *prototype* fitur *Customer Relationship Management (CRM)* pada Aplikasi Krealogi ini, akan diujikan kepada responden yang memiliki kriteria sesuai target audiens Krealogi. Responden bernama Riris Ursula yang berusia 45 tahun. Ibu Riris memiliki UMKM bernama Dapoer Riris & Hampers yang sistem penjualannya dilakukan secara *pre order*. Berikut adalah hasil pengujian *prototype* fitur CRM aplikasi Krealogi yang sudah dirancang:

Tabel 4. Hasil Pengujian *Prototype* Fitur CRM Aplikasi Krealogi  
[Sumber: penulis]

No.	Fitur	Hasil Pengujian & Feedback
1.	Fitur Penyimpanan Data Kontak	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pada tampilan utama kontak, responden merasa tampilan sudah sangat cukup.</li> <li>- Pada saat melakukan penyimpanan kontak baru, responden bisa melakukannya dengan baik.</li> <li>- Pada tampilan detail kontak, responden merasa sangat senang dengan fitur tersebut. Tampilan detail kontak mudah dan dapat memperjelas mengenai kebutuhan pesanan.</li> <li>- Responden menanyakan apa maksud dan fungsi dari <i>tab</i> “Aktivitas”. Hal tersebut menandakan bahwa tampilan pada <i>tab</i> “Aktivitas” masih kurang informatif dan intuitif.</li> </ul>



2.	Fitur Integrasi Kontak ke Catat Pesanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responden cukup kesulitan dalam menjangkau <i>button</i> input data klien saat ingin mencari data dari kontak, hal tersebut karena <i>button</i> berupa ikon kontak yang berukuran kecil.</li> <li>- Saat responden merasakan integrasi input data kontak dan otomatisasi input data alamat klien, responden merasa dimudahkan dengan adanya fitur tersebut.</li> </ul>
3.	Fitur Broadcast Pesan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responden dapat membuat pesan broadcast baru dan menjalankannya dengan baik.</li> <li>- Responden bisa melakukan penjadwalan pesan dan mengirim pesan.</li> <li>- Responden merasa bingung dan menanyakan mengenai riwayat <i>broadcast</i>, apakah berisi pesan yang sudah dilakukan atau pesan yang akan datang.</li> <li>- Responden tidak menyadari fungsi kalender dan penanda kalender.</li> <li>- <i>Pop up</i> informasi tambahan yang muncul mudah dimengerti dan dapat membantu mengarahkan responden.</li> <li>- Responden membutuhkan pengenalan tiap fungsi yang ada beserta deskripsinya, untuk membantu pengguna memahami fungsi yang ada. Hal tersebut karena banyaknya fungsi yang terdapat pada fitur <i>broadcast</i> pesan.</li> </ul>
4.	Fitur Kartu Nama	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responden cukup kesulitan dalam mencari fitur kartu nama.</li> <li>- Responden merasa flow menuju kartu nama terlalu panjang.</li> <li>- <i>Button</i> kartu nama kecil dan kurang menarik perhatian.</li> <li>- Saat sudah menemukan <i>button</i> kartu nama, responden dapat melakukan <i>share</i> kartu nama dan dapat mengunduhnya dengan baik. Responden merasa hal tersebut dapat memudahkan pengguna, sehingga tidak repot dan bisa langsung dibagikan kemana-mana.</li> <li>- Informasi usaha yang sudah otomatis terbentuk seperti kartu nama digital dirasa responden sangat memudahkan dan dapat dijadikan sebagai bahan pengenalan usaha.</li> </ul>
5.	Fitur Analitik Data Customer	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responden dapat mengoperasikan fitur dengan baik dan merasa sangat terbantu dengan adanya analitik data <i>customer</i>.</li> <li>- Responden menyukai tab “Top Customer” karena dapat mengetahui dengan mudah banyaknya <i>customer</i> melakukan transaksi, sehingga <i>customer</i> bisa di <i>treat</i> lebih.</li> <li>- Untuk kebutuhan usaha, responden ingin adanya laporan selera <i>customer</i> secara keseluruhan, bukan hanya individu.</li> <li>- Responden menginginkan adanya rekap data produk terfavorit, untuk memudahkan usahanya mengetahui produk mana yang laris terjual. Hal tersebut berpengaruh pada persiapan kebutuhan stok bahan untuk usaha kedepannya.</li> </ul>

#### 4. PENUTUP

##### 4.1. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu merancang desain *user interface* fitur *Customer Relationship Management (CRM)* Aplikasi Krealogi yang dapat mudah digunakan oleh pengguna

dengan menggunakan pendekatan analisa *design thinking*. Dari proses tersebut dihasilkan ide dan strategi yang dapat menunjang perancangan desain fitur *Customer Relationship Management (CRM)* ini. Diantaranya yaitu penciptaan fitur penyimpanan data kontak pelanggan, fitur integrasi kontak ke catat pesanan, fitur *broadcast* pesan ke pelanggan, fitur kartu nama, dan fitur analitik data *customer*. Berdasarkan hasil pengujian, fitur tersebut secara keseluruhan dapat bermanfaat dan dapat digunakan dengan cukup baik oleh pengguna. Akan tetapi masih ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dan memerlukan perbaikan untuk perkembangan fitur selanjutnya.

#### 4.2. Saran

Dalam proses perancangan ini, tahap *testing* atau pengujian fitur masih belum dilakukan secara maksimal. Maka dari itu, untuk perancangan selanjutnya dapat dilakukan *testing* atau pengujian fitur kepada target audiens dengan jumlah yang lebih banyak dengan kriteria spesifik. Hal tersebut bertujuan untuk memaksimalkan hasil pengujian fitur dan untuk mendapatkan *feedback* yang lebih banyak lagi untuk pengembangan fitur kedepannya.

### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Aria Ar Razi, Intan, R. M., & Pindi, S. (2018). Penerapan Metode Design Thinking Pada Model Perancangan UI/UX Aplikasi Penanganan Laporan Kehilangan dan Temuan Barang Terececer. *Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan*, Vol. 03 No. 02.
- Aripin, Z. (2021). *E-Business: Strategi, Model, dan Penerapannya*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dam, R. F., & Siang, T. Y. (2021, Januari). *5 Stages in the Design Thinking Process*. Retrieved Desember 13, 2021, from Interaction Design Foundation: <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>
- Galitz, W. O. (2007). *The Essential Guide to User Interface Design: An Introduction to GUI Design Principles and Techniques, Third Edition*. Indianapolis, Indiana: Wiley Publishing Inc.
- Garrett, J. J. (2011). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for The Web and Beyond, Second Edition*. California: New Riders.
- Malewicz, M., & Malewicz, D. (2020). *Designing User Interfaces*. Sopot: HYPE4.
- McKay, E. N. (2013). *UI is Communication: How to Design Intuitivw, User-Centered Interface by Focusing on Effective Communication*. Waltham: MA: Elsevier Inc.
- Plattner, H. (2010). *An Introduction to Design Thinking Process Guide*. Stanford: Institute of Design at Stanford.
- Reynaldi, A. (2019). *Perancangan Desain User Interface (UI) Aplikasi Pencari Kost*. Skripsi S-1 Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Negeri Malang.
- Sam, B. (2017, August 03). *Mobile App Design Articles: 6 Necessary Elements for Designing Mobile App User Interface*. Retrieved January 16, 2022, from AppSamurai: <https://appsamurai.com/6-necessary-elements-for-designing-a-perfect-mobile-app-user-interface/>
- Syaikhudin, Sundari, A., & Yani, A. (2021). *MANAJEMEN RITEL: Teori dan Strategi dalam Bisnis Ritel*. Lamongan: Academia Publication.
- Tubik. (2017, May 5). *UI/UX Design Glossary. Navigation Elements*. Retrieved March 21, 2022, from Medium: <https://uxplanet.org/ui-ux-design-glossary-navigation-elements-b552130711c8>
- Yablonski, J. (2020). *Laws of UX*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc.
- Zahra, W. K. (2020). *Redesain Website Visit Jawa Tengah*. Skripsi S-1 Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer Universitas Dian Nuswantoro.