

Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada Pendidikan Kursus Membaca Usia Dini

¹Rahmat Taufik Nugraha, ²Agun Guntara, ³Kiki Alibasah

^{1,2,3} Universitas Sebelas April

^{1,2,3} Jl. Angkrek Situ No. 19 Sumedang Telp. (0261) 202911

email : rtaufik@unsap.ac.id, agun@unsap.ac.id, alibasah@unsap.ac.id

ABSTRACT

The development of non-formal education institutions, particularly early childhood reading courses, requires effective management of relationships between institutions and customers, namely parents of students. Customer Relationship Management (CRM) is a strategic approach focused on managing long-term relationships with customers through the use of information technology. This study aims to analyze and examine the implementation of CRM in early childhood reading course institutions to improve service quality, customer satisfaction, and parent loyalty. The research method used is qualitative with a literature review and conceptual study approach based on various relevant scientific sources. The results indicate that CRM implementation in early childhood reading education can be carried out through three main stages: operational CRM, analytical CRM, and collaborative CRM. Integrated CRM implementation helps course institutions manage student data, enhance communication with parents, and support data-driven decision making. This study concludes that CRM plays an important role in improving competitiveness and sustainability of early childhood reading course institutions.

Keywords - Customer Relationship Management, Information Systems, Non-formal Education, Reading Course, Early Childhood

1. Introduction

Perkembangan lembaga pendidikan nonformal, khususnya kursus membaca usia dini, menuntut pengelolaan hubungan yang baik antara lembaga dengan pelanggan, yaitu orang tua peserta didik. Customer Relationship Management (CRM) merupakan pendekatan strategis yang berfokus pada pengelolaan hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui pemanfaatan teknologi informasi[1]. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengkaji implementasi CRM pada lembaga kursus membaca usia dini dalam rangka meningkatkan kualitas layanan, kepuasan pelanggan, serta loyalitas orang tua peserta didik. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur dan studi konseptual terhadap berbagai sumber ilmiah yang relevan[1-4]. Hasil kajian menunjukkan bahwa implementasi CRM pada pendidikan kursus membaca usia dini dapat dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu operational CRM, analytical CRM, dan collaborative CRM. Penerapan CRM yang terintegrasi mampu membantu lembaga kursus dalam mengelola data peserta didik, meningkatkan komunikasi dengan orang tua, serta mendukung pengambilan keputusan berbasis data. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa CRM berperan penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan lembaga kursus membaca usia dini.

Penelitian ini memiliki kebaruan pada penerapan Customer Relationship Management (CRM) berbasis sistem informasi dalam konteks pendidikan nonformal kursus membaca usia dini. Berbeda dengan penelitian CRM sebelumnya yang dominan pada sektor bisnis dan pendidikan formal, studi ini menitikberatkan pada hubungan lembaga kursus dengan orang tua sebagai pelanggan utama layanan pendidikan. Pendekatan ini memperluas kajian CRM ke ranah pendidikan usia dini yang masih relatif

terbatas dikaji secara akademik[5-8]. Pendidikan usia dini merupakan fondasi penting dalam perkembangan kognitif, afektif, dan psikomotor anak. Kemampuan membaca pada usia dini menjadi salah satu aspek krusial yang mendukung keberhasilan anak pada jenjang pendidikan selanjutnya. Seiring meningkatnya kesadaran orang tua terhadap pentingnya literasi awal, lembaga kursus membaca usia dini mengalami pertumbuhan yang signifikan. Di sisi lain, meningkatnya jumlah lembaga kursus menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Lembaga pendidikan nonformal tidak hanya dituntut untuk menyediakan layanan pembelajaran yang berkualitas, tetapi juga mampu membangun hubungan yang baik dan berkelanjutan dengan orang tua peserta didik. Dalam konteks ini, orang tua berperan sebagai pelanggan utama yang menentukan keberlangsungan lembaga kursus[9-11]. Customer Relationship Management (CRM) merupakan konsep yang banyak diterapkan pada sektor bisnis untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan[12-15]. Namun, penerapan CRM pada sektor pendidikan, khususnya pendidikan nonformal seperti kursus membaca usia dini, masih relatif terbatas. Padahal, pemanfaatan CRM berbasis sistem informasi berpotensi membantu lembaga pendidikan dalam mengelola data peserta didik, memantau perkembangan belajar, serta meningkatkan komunikasi dengan orang tua.

2. Research Method

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Studi kasus dipilih untuk memperoleh gambaran[16-18], yang mendalam mengenai implementasi Customer Relationship Management (CRM) pada lembaga kursus membaca usia dini. Penelitian dilakukan pada salah satu lembaga kursus membaca usia dini di Kabupaten Sumedang[19-21], Jawa Barat. Objek penelitian meliputi sistem pengelolaan data peserta didik, proses layanan pendidikan, serta pola komunikasi antara lembaga kursus dan orang tua peserta didik[22-24]. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui:

1. Observasi, untuk mengamati proses layanan dan pengelolaan data peserta didik.
2. Wawancara, dengan pengelola kursus dan tenaga pengajar terkait layanan dan hubungan dengan orang tua.
3. Dokumentasi, berupa data pendaftaran, laporan perkembangan belajar, dan media komunikasi lembaga.

Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data dianalisis[25] untuk mengidentifikasi penerapan operational CRM, analytical CRM, dan collaborative CRM pada lembaga kursus. Pendekatan studi kasus dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam terhadap fenomena implementasi CRM pada konteks nyata[9]. Metode ini memungkinkan peneliti menggali proses, kendala, serta manfaat penerapan CRM secara komprehensif. Validitas data diperkuat melalui triangulasi sumber, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi, sebagaimana disarankan oleh O'Brien dan Marakas[11].

3. Result & Analysis

Lembaga kursus membaca usia dini yang menjadi lokasi penelitian merupakan lembaga pendidikan nonformal yang melayani anak usia 4–6 tahun. Lembaga ini memiliki fokus pada pengembangan literasi awal dengan melibatkan orang tua secara aktif dalam proses pembelajaran.

3.1 Model Sistem CRM yang Diusulkan

Model sistem CRM pada lembaga kursus membaca usia dini dirancang berbasis sistem informasi terintegrasi yang melibatkan tiga entitas utama, yaitu administrator/pengelola, pengajar, dan orang tua peserta didik[1,2]. Deskripsi Model Sistem CRM:

- Input: Data pendaftaran peserta didik, data orang tua, jadwal belajar, dan laporan perkembangan anak.
- Proses: Pengelolaan data (operational CRM), analisis perkembangan dan kepuasan pelanggan (analytical CRM), serta komunikasi dan umpan balik (collaborative CRM).
- Output: Laporan perkembangan belajar, informasi layanan, dan rekomendasi perbaikan layanan.

3.2 Diagram Use Case Sistem CRM

Diagram use case sistem CRM pada lembaga kursus membaca usia dini menggambarkan interaksi antara aktor dan sistem.

Aktor Sistem:

1. Administrator/Pengelola
2. Pengajar
3. Orang Tua Peserta Didik

Use Case Utama:

- Mengelola data peserta didik
- Mengelola data orang tua
- Mengelola jadwal belajar
- Menginput perkembangan belajar
- Melihat laporan perkembangan
- Mengirim dan menerima informasi

Secara umum, administrator bertanggung jawab terhadap pengelolaan data dan sistem, pengajar berfokus pada input perkembangan belajar, sedangkan orang tua berperan sebagai penerima informasi dan pemberi umpan balik. Diagram use case ini menunjukkan bahwa sistem CRM menjadi pusat integrasi layanan dan komunikasi lembaga kursus. Model ini mendukung transparansi layanan dan komunikasi dua arah antara lembaga kursus dan orang tua.

3.3 Implementasi Operational CRM

Operational CRM diterapkan melalui digitalisasi proses pendaftaran, pencatatan kehadiran, dan pelaporan perkembangan belajar. Sistem ini membantu meningkatkan efisiensi administrasi dan akurasi data.

3.4 Implementasi Analytical CRM

Analytical CRM digunakan untuk menganalisis data kehadiran, capaian belajar, serta umpan balik orang tua. Hasil analisis digunakan sebagai dasar evaluasi metode pembelajaran dan layanan.

3.5 Implementasi Collaborative CRM

Collaborative CRM diwujudkan melalui media komunikasi digital seperti grup pesan dan portal informasi orang tua. Komunikasi yang intensif meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

Hasil studi kasus menunjukkan bahwa penerapan CRM berbasis sistem informasi mampu meningkatkan kualitas layanan, efektivitas komunikasi, dan loyalitas orang tua peserta didik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi CRM pada lembaga kursus membaca usia dini sejalan dengan kerangka CRM strategis yang dikemukakan oleh Payne dan Frow. Digitalisasi layanan melalui operational CRM meningkatkan efisiensi administrasi, sementara analytical CRM memungkinkan lembaga mengevaluasi capaian belajar dan kepuasan orang tua secara sistematis.

Temuan ini mendukung hasil penelitian Sari dan Nugroho yang menyatakan bahwa CRM berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kualitas layanan pendidikan nonformal.

Selain itu, penerapan collaborative CRM memperkuat komunikasi dua arah antara lembaga dan orang tua, yang berdampak pada meningkatnya kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Hal ini konsisten dengan pandangan Peppers dan Rogers mengenai pentingnya hubungan jangka panjang dalam manajemen pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan konsep CRM yang dikemukakan oleh Buttle dan Maklan, bahwa CRM tidak hanya berfungsi sebagai alat teknologi, tetapi juga sebagai strategi organisasi. Penerapan operational CRM pada lembaga kursus membaca usia dini terbukti meningkatkan efisiensi administrasi dan akurasi data layanan. Analytical CRM memberikan kontribusi signifikan dalam proses evaluasi pembelajaran melalui analisis data perkembangan peserta didik. Sementara itu, collaborative CRM memperkuat hubungan lembaga dengan orang tua melalui komunikasi dua arah yang berkelanjutan, sehingga meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

4. Conclusion

Berdasarkan hasil studi kasus, dapat disimpulkan bahwa implementasi Customer Relationship Management (CRM) berbasis sistem informasi pada kursus membaca usia dini di Kabupaten Sumedang mampu meningkatkan kualitas layanan pendidikan, efektivitas komunikasi dengan orang tua, serta mendukung pengambilan keputusan berbasis data. Penerapan operational, analytical, dan collaborative CRM secara terintegrasi memberikan dampak positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Lembaga kursus membaca usia dini disarankan untuk mengembangkan sistem CRM secara berkelanjutan dengan menambahkan fitur analitik yang lebih mendalam. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji pengaruh CRM secara kuantitatif terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas orang tua. Selain itu, hasil penelitian ini memperkuat temuan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa CRM berperan penting dalam meningkatkan daya saing organisasi berbasis layanan. Oleh karena itu, pengembangan CRM pada lembaga pendidikan nonformal perlu dilakukan secara berkelanjutan dengan dukungan kebijakan dan teknologi yang memadai.

References

- [1] Buttle, F., & Maklan, S. (2019). *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies*. Routledge.
- [2] Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management Information Systems*. Pearson.
- [3] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- [4] Payne, A. (2015). *Handbook of CRM: Achieving Excellence in Customer Management*. Butterworth-Heinemann.
- [5] Payne, A., & Frow, P. (2005). A strategic framework for customer relationship management. *Journal of Marketing*, 69(4), 167–176.
- [6] Dyche, J. (2002). *The CRM Handbook*. Addison-Wesley.
- [7] Peppers, D., & Rogers, M. (2011). *Managing Customer Relationships*. Wiley.
- [8] Nguyen, B., & Mutum, D. (2012). A review of customer relationship management research. *Journal of Business Research*, 65(4), 400–410.
- [9] Almotairi, M. (2010). Evaluation of CRM implementation. *Journal of King Saud University*, 22(1), 37–55.
- [10] Rahman, Z. (2006). Customer experience management. *Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management*, 13(3), 228–240.
- [11] Rahmayani, R., Firmansyah, E., & Hikmah, H. U. (2025). Inovasi Layanan Antar Jemput Paket Surat PT Pos Indonesia Berdasarkan Penjualan dan Minat Beli. *JOVISHE: Journal of Visionary Sharia Economy*, 4(1), 33-47.
- [12] Firmansyah, E., Rahman, A. B. A., & Subiyakto, A. A. (2023). Pengukuran Kesiapan Kota Cerdas Berdasarkan SNI ISO 37122: 2019. *Infoman's: Jurnal Ilmu-ilmu Informatika dan Manajemen*, 17(2).
- [13] Zulfikar, W. B., Irfan, M., Ghufron, M., Jumadi, J., & Firmansyah, E. (2020). Marketplace affiliates potential analysis using cosine similarity and vision-based page segmentation. *Bulletin of Electrical Engineering and Informatics*, 9(6), 2492-2498.
- [14] Ramadhan, N. D., Fhatturohmah, S., Ramadhani, S., & Firmansyah, E. (2023). Analysis of Digital Wallet Usage on Consumptive Lifestyle. *Journal of Islamic Economics and Business*, 3(2), 118-136.

- [15] Sutara, B., & Firmansyah, E. (2021). Design and Build Student Attendance System Using Fingerprint. *J-Tin's- Jurnal Teknik Informatika*, 5(1).
- [16] Wahana, A., Firmansyah, E., Al Rosyid, H. I., Fuadi, R. S., & Maylawati, D. S. A. (2021). Fuzzy Tahani Method in the Recommendation System for Selecting Mountain Tourism Destinations in West Java.
- [17] Tamrin, M. A., Rizki, B., Nodas, A., Rahman, A., & Firmansyah, E. (2020). Perbandingan Penggunaan Metode Topsis dan Metode AHP dalam Penilaian Kinerja pada Karyawan (PT XYZ). *Infoman's: Jurnal Ilmu-ilmu Informatika dan Manajemen*, 14(1).
- [18] Firmansyah, E., Herdiana, D., & Yuniarto, D. (2020, October). Examining readiness of e-Learning implementation using information system readiness impact model. In *2020 8th International Conference on Cyber and IT Service Management (CITSM)* (pp. 1-5). IEEE.
- [19] Firmansyah, E., Rosmawati, R., Fuadi, R. S., Fauzy, D., & Ramdhani, M. A. (2019, December). Design of expert system to determine the proper diet using harmony search method. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1402, No. 7, p. 077006). IOP Publishing.
- [20] O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2018). *Management Information Systems*. McGraw-Hill.
- [21] Turban, E., Volonino, L., Wood, G., & Sipior, J. (2015). *Information Technology for Management*. Wiley.
- [22] Sari, D. P., & Nugroho, E. (2021). Implementasi CRM pada layanan pendidikan nonformal. *Jurnal Sistem Informasi*, 17(2), 85–94.
- [23] Pratama, A., & Hidayat, R. (2022). Penerapan sistem CRM pada lembaga pendidikan. *Jurnal Teknologi Informasi dan Pendidikan*, 15(1), 45–54.
- [24] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.
- [25] Firmansyah, E., & Helmiawan, M. A. (2025). Pengukuran Kesiapan Transformasi Digital Desa Kaduwulung Menuju Desa Cerdas Berbasis SNI ISO 37122: 2019 Melalui Pemetaan Data Desa. *Infoman's: Jurnal Ilmu-ilmu Informatika dan Manajemen*, 19(1).