

Hubungan Pelanggan dengan Pelaku UMKM Konveksi di Kebumen dengan Pendekatan e-CRM (Studi Kasus: Tonight Sablon)

Galih Mahardika Munandar¹, Alifita Dicasani²

^{1,2} Jurusan Teknik Industri, Fakultas Sains dan Humaniora, Universitas Muhammadiyah Gombong
Jl. Yos Sudarso 461, Gombong, Kebumen, Jawa Tengah
Email: galihmahardika@unimugo.ac.id, allifadicasani@unimugo.ac.id

ABSTRAK

Pendekatan pelaku usaha terhadap pelanggan menjadi aspek krusial dalam menghadapi kebutuhan dan keinginan yang terus berubah secara dinamis. Salah satu strategi yang dianggap efektif adalah penerapan Customer Relationship Management (CRM), khususnya dalam bentuk elektronik atau e-CRM melalui situs web. Dengan e-CRM, pelaku usaha dapat memanfaatkan data histori interaksi pelanggan untuk memahami preferensi, kebutuhan, serta ekspektasi pelanggan secara lebih akurat. Hal ini tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan, tetapi juga memberikan nilai tambah dalam menjaga hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbandingan kinerja layanan pelanggan UMKM konveksi Tonight Sablon sebelum dan sesudah implementasi e-CRM berbasis website. Pengembangan sistem dilakukan menggunakan model waterfall, dan evaluasi usability sistem dilakukan dengan System Usability Scale (SUS). Hasil pengujian menunjukkan nilai rata-rata SUS sebesar 69,375, yang mengindikasikan tingkat usability pada kategori acceptable. Studi ini menegaskan pentingnya optimalisasi e-CRM pada UMKM sebagai strategi peningkatan loyalitas dan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, penguatan e-CRM melalui optimalisasi situs web dapat menjadi langkah strategis dalam meningkatkan kualitas layanan pelanggan.

Kata kunci: CRM, e-CRM, Situs Web, UMKM, Usabilitas.

ABSTRACT

The approach of entrepreneurs toward customers is a crucial aspect in dealing with rapidly changing needs and desires. One effective strategy is the implementation of Customer Relationship Management (CRM), particularly in electronic form or e-CRM through websites. With e-CRM, businesses can utilize historical interaction data better to understand customer preferences, needs, and expectations. This enhances customer loyalty and adds value by fostering long-term, mutually beneficial relationships. This research aims to evaluate the implementation of e-CRM on websites businesses use to interact with their customers. Based on assessments from eight experts, it was found that three experts categorized the analyzed website as still being in the poor category. This highlights the need for improvements in the website's usability, such as navigation ease, clarity of information, and user interface design. In addition, there is a need for more informative and relevant content so that users can gain a clear and complete understanding of the services or products offered. Therefore, strengthening e-CRM through website optimization can be a strategic step toward improving customer service quality.

Keywords: CRM, e-CRM, MSME, Usability, Website.

Pendahuluan

Persaingan bisnis pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia semakin ketat seiring perubahan kebutuhan dan ekspektasi pelanggan yang berlangsung sangat dinamis. UMKM konveksi, sebagai salah satu pilar utama dalam perekonomian daerah, dituntut untuk mampu beradaptasi dan berinovasi agar tetap kompetitif di tengah perkembangan teknologi dan transformasi digital yang pesat. Salah satu pendekatan yang telah terbukti efektif dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan adalah penerapan Customer Relationship Management (CRM), baik secara konvensional maupun dalam bentuk elektronik yang dikenal sebagai electronic Customer Relationship Management (e-CRM) [1][2]. Penerapan CRM memungkinkan UMKM untuk mengidentifikasi, memahami, dan mengelola preferensi pelanggan secara sistematis, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan [3][4].

Dalam konteks UMKM konveksi, implementasi CRM memegang peranan penting untuk menghadapi tantangan bisnis yang semakin kompleks, terutama dalam hal pengelolaan data pelanggan dan pengambilan keputusan berbasis data. Studi yang dilakukan oleh [2] dan [3] menunjukkan bahwa penerapan CRM secara

konsisten berkontribusi pada peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan di berbagai sektor industri. Selain itu, integrasi teknologi informasi melalui e-CRM memberikan keunggulan tambahan berupa kemudahan dalam mencatat riwayat interaksi pelanggan, melakukan analisis segmentasi, serta menyusun strategi pemasaran yang lebih personal dan efisien [5][6]. Hal ini selaras dengan penelitian [6], yang menegaskan bahwa e-CRM dapat menjadi instrumen utama dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui optimalisasi pelayanan pelanggan.

Namun demikian, masih banyak UMKM di Indonesia, khususnya di daerah, yang menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital. Salah satunya adalah Tonight Sablon, sebuah UMKM konveksi yang beroperasi di Kebumen. Selama ini, pengelolaan layanan pelanggan di Tonight Sablon dilakukan secara manual melalui aplikasi WhatsApp tanpa adanya sistem pencatatan transaksi yang terstruktur. Kondisi ini menyebabkan proses analisis kebutuhan pelanggan hanya bersifat reaktif dan mengikuti tren pasar yang sedang viral, tanpa mempertimbangkan data historis serta preferensi pelanggan tetap. Akibatnya, UMKM sulit untuk mengidentifikasi perubahan perilaku pelanggan dan gagal memanfaatkan peluang pasar yang lebih luas.

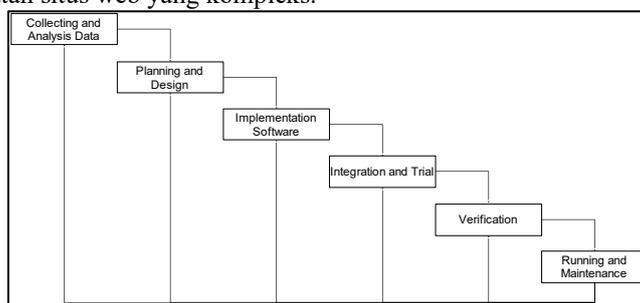
Sejalan dengan perkembangan teknologi digital, Tonight Sablon mulai mengadopsi solusi e-CRM berbasis website untuk mengatasi permasalahan tersebut. Sistem e-CRM yang dikembangkan tidak hanya berfungsi sebagai media pemesanan online, tetapi juga mampu mencatat setiap transaksi pelanggan secara otomatis dan menyimpan data preferensi pelanggan untuk keperluan analisis lanjutan. Dengan adanya sistem ini, pelaku UMKM diharapkan dapat melakukan pemetaan kebutuhan pelanggan, memprediksi tren permintaan, serta mengambil keputusan bisnis yang lebih akurat dan efisien berdasarkan data yang terintegrasi. Penerapan e-CRM juga dapat meminimalkan risiko kehilangan pelanggan akibat kurangnya informasi atau layanan yang tidak responsif.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengonfirmasi bahwa adopsi e-CRM dapat meningkatkan efektivitas pelayanan dan loyalitas pelanggan pada UMKM di berbagai sektor [7][8]. Meski demikian, penelitian empiris yang secara khusus mengkaji perbandingan kinerja layanan pelanggan sebelum dan sesudah penerapan e-CRM berbasis website pada UMKM konveksi masih sangat terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak menitikberatkan pada aspek konseptual, sementara studi berbasis evaluasi sistem secara nyata di lingkungan UMKM lokal masih sangat sedikit ditemukan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai dampak implementasi e-CRM pada Tonight Sablon sebagai studi kasus UMKM konveksi di Kebumen. Penelitian ini menganalisis perubahan kinerja layanan pelanggan melalui pendekatan *before-after*, serta mengevaluasi tingkat usability sistem e-CRM berbasis website yang diimplementasikan. Kontribusi penelitian ini tidak hanya memberikan rekomendasi strategis bagi pelaku UMKM konveksi dalam meningkatkan kualitas layanan pelanggan melalui integrasi teknologi digital, tetapi juga memperkaya kajian ilmiah terkait implementasi e-CRM pada sektor UMKM di Indonesia. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang relevan bagi pengembangan bisnis UMKM yang berorientasi pada pelayanan pelanggan di era digital.

Metode Penelitian

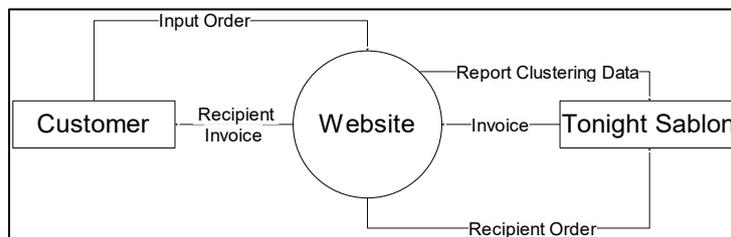
Salah satu proses pembuatan *website* bisa menggunakan *software development life cycle* SDLC. Rekayasa perangkat lunak konsep dari SDLC menjadi dasar dari berbagai model pengembangan, model tersebut diantaranya ada *prototype* dan *waterfall* [2], [3]. Model yang digunakan pada penelitian yaitu menggunakan model *waterfall* untuk melakukan pembuatan situs web yang kompleks.



Gambar 1. Step by step waterfall

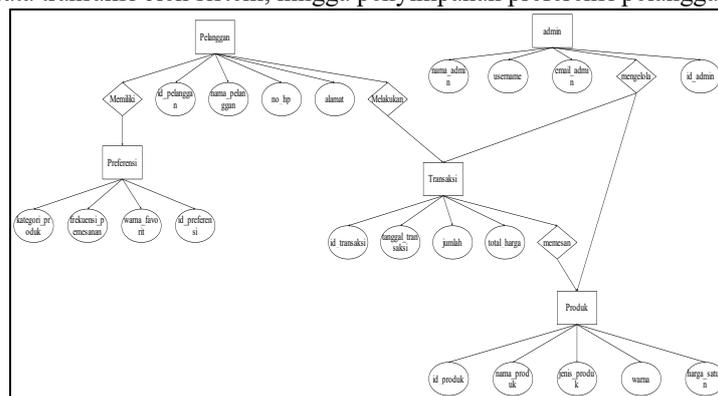
Pada model waterfall ada tahap integrasi dan percobaan yang dimana peneliti akan mencoba untuk melakukan trial untuk memastikan semua bisa digunakan oleh pengguna. Arsitektur sistem e-CRM yang dikembangkan terdiri dari tiga komponen utama, yaitu pengguna (pelanggan), aplikasi web e-CRM, dan database server. Pelanggan dapat melakukan pemesanan melalui antarmuka web yang terintegrasi langsung dengan database, sementara admin UMKM dapat mengakses data pelanggan dan laporan preferensi secara real-time. Analisis terhadap proses pelayanan pelanggan pada Tonight Sablon sebelum penerapan e-CRM dilakukan secara

kualitatif melalui observasi langsung dan wawancara dengan pemilik UMKM. Pengumpulan data ini bertujuan untuk mengidentifikasi hambatan dan kekurangan sistem manual, seperti pencatatan transaksi yang tidak terintegrasi dan keterlambatan pelayanan. Hasil dari analisis ini disajikan dalam bentuk deskriptif sebagai gambaran kondisi awal sebelum pengembangan sistem. Setelah sistem e-CRM berbasis website diimplementasikan, evaluasi dilakukan secara kuantitatif menggunakan instrumen *System Usability Scale* (SUS) untuk mengukur tingkat usability sistem yang dibangun. Pengujian melibatkan delapan pakar di bidang UI/UX dan pengembangan sistem web, dengan kuesioner SUS yang telah divalidasi oleh dua ahli. Skor rata-rata SUS yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan benchmark standar untuk menentukan tingkat kelayakan dan kemudahan penggunaan sistem baru. Dengan demikian, metode penelitian ini memadukan analisis kualitatif kondisi before berbasis observasi/wawancara dan analisis kuantitatif after berbasis pengujian SUS, guna memperoleh gambaran komprehensif tentang efektivitas implementasi e-CRM pada UMKM Tonight Sablon. Analisis preferensi pelanggan dilakukan dengan metode clustering sederhana berdasarkan data transaksi, seperti kategori produk, warna, dan jenis sablon. Hasil clustering digunakan untuk memetakan pola kebutuhan pelanggan dan memberikan rekomendasi inventori kepada pemilik UMKM. *Planning and design* akan dibentuk DFD untuk mengetahui alur sistem informasi yang diterapkan sudah sesuai dengan keterlibatan seluruh *stakeholder*. *Implementation software* berdasarkan yang dikembangkan oleh developer dan *integration and trial* mengintegrasikan sistem informasi yang dibuat dengan pendekatan *clustering data* dan dicoba untuk hasilnya. Pada tahap *verification* peneliti akan menggunakan expert untuk pengecekan sebelum diberikan kepada pengguna. *Verification* yang dilakukan melalui *System Usability Scale* [4]. Data flow diagram akan ditunjukkan pada diagram berikut.



Gambar 2. Data Flow Diagram Website Clustering Data Report

Website yang dirancang akan mengikuti DFD yang dibuat, untuk memberikan gambaran kepada pihak Tonight Sablon dalam perancangan sistem situs web yang akan dibuat [5][6]. Tujuan dari laporan data *clustering* adalah untuk memudahkan Tonight Sablon dalam pengambilan keputusan persediaan warna, jenis pakaian dan juga jenis sablon yang digunakan agar mengurangi biaya persediaan barang [7]–[10]. Gambar 1 menunjukkan data flow diagram diagram menggambarkan alur data dari proses pemesanan yang dilakukan pelanggan melalui website, pengolahan data transaksi oleh sistem, hingga penyimpanan preferensi pelanggan di database.

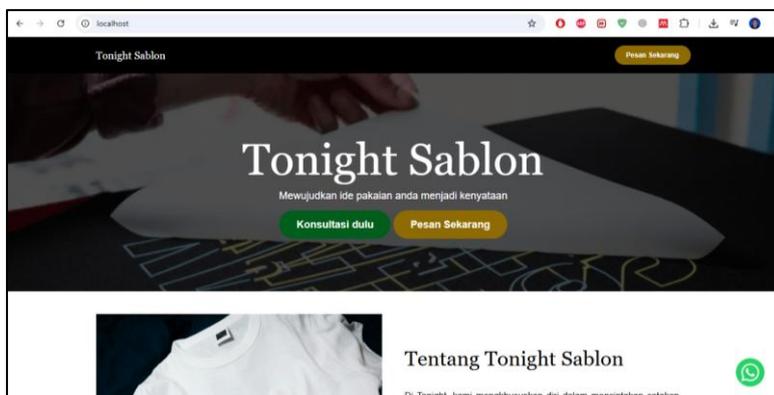


Gambar 3. Entity Relationship Diagram

ERD memperlihatkan hubungan antar entitas utama, seperti Pelanggan, Produk, Transaksi, dan Preferensi. Setiap entitas terhubung melalui relasi yang memungkinkan sistem memetakan setiap transaksi dengan data pelanggan dan preferensinya. Laporan bulanan yang didapat oleh Tonight Sablon tidak perlu lagi melakukan secara manual namun sudah dibuatkan secara otomatis oleh website. Pada rancangan setelah pembuatan DFD, yaitu dilakukan pembuatan normalisasi data serta pembuatan entitas *relationship* data. Normalisasi data untuk mengetahui alir informasi data yang dibutuhkan dari *primary key* dan *foreign key*. Aliran informasi yang didapat akhirnya membentuk entitas *relationship* data.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil yang didapat dari pengembangan developer terkait situs web yang dibuat akan ditampilkan pada gambar 2. Developer membuat minimalis situs web yang memudahkan kepada pelanggan yang ingin memesan, sederhana disini dimaksudkan tidak perlunya pelanggan untuk membuat akun ataupun perlu login situs web terlebih dahulu



Gambar 4. situs web

Sistem e-CRM berbasis website pada Tonight Sablon telah berhasil diimplementasikan dan diuji coba untuk mendukung proses bisnis UMKM konveksi secara lebih efisien dan terintegrasi. Sistem yang dikembangkan meliputi fitur pemesanan online, pencatatan transaksi secara otomatis, pengelolaan data pelanggan, pemetaan preferensi pelanggan menggunakan clustering sederhana, serta dashboard laporan yang dapat diakses oleh admin UMKM. Dengan hadirnya sistem ini, baik pelanggan maupun admin dapat dengan mudah melakukan transaksi dan monitoring data secara real-time tanpa harus melakukan pencatatan manual.

Sebelum penerapan e-CRM, seluruh proses pelayanan pelanggan pada Tonight Sablon masih dilakukan secara manual melalui aplikasi WhatsApp, sehingga seringkali terjadi kendala seperti pencatatan transaksi yang tidak terarsip dengan baik, data pelanggan yang tercecer, serta kesulitan dalam menelusuri riwayat transaksi maupun preferensi pelanggan. Proses pemesanan cenderung memerlukan waktu lebih lama karena menunggu respon dari admin, dan pencatatan preferensi maupun kebutuhan pelanggan sulit dilakukan secara sistematis. Setelah sistem e-CRM berbasis website diterapkan, seluruh transaksi dan data pelanggan tercatat secara otomatis dalam database, sehingga admin dapat melakukan analisis preferensi pelanggan, mengakses laporan penjualan, dan memperoleh rekomendasi pengelolaan inventory berdasarkan pola pemesanan secara lebih akurat dan efisien. Proses pemesanan menjadi lebih ringkas, pencatatan menjadi terintegrasi, serta potensi kesalahan atau kehilangan data dapat diminimalisir.

Perbandingan kondisi pelayanan pelanggan sebelum dan sesudah implementasi e-CRM pada Tonight Sablon dirangkum pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Perbandingan Layanan Pelanggan Sebelum dan Setelah Implementasi e-CRM

Indikator	Sebelum e-CRM (Manual)	Setelah e-CRM (Website)
Media Pemesanan	WhatsApp manual	Website otomatis
Pencatatan Transaksi	Manual, tidak terstruktur	Otomatis, terintegrasi
Analisis Preferensi	Tidak ada	Tersedia (clustering)
Waktu Proses Pesanan	±10 menit/pesanan	±3 menit/pesanan
Kesalahan Pencatatan	Sering terjadi	Minim
Kepuasan Pelanggan	Sulit diukur	Meningkat (SUS: 69,375)

Evaluasi usability terhadap sistem e-CRM Tonight Sablon dilakukan menggunakan instrumen System Usability Scale (SUS) yang terdiri dari 10 pertanyaan terkait kemudahan penggunaan, kejelasan informasi, serta kenyamanan antarmuka sistem. Pengujian melibatkan delapan pakar di bidang UI/UX dan pengembangan sistem web yang dipilih berdasarkan pengalaman dalam perancangan sistem informasi dan user interface. Hasil pengujian menunjukkan bahwa sistem e-CRM memperoleh skor rata-rata SUS sebesar 69,375, yang berada di atas ambang batas acceptable [11]. Dengan demikian, sistem dinilai sudah layak dan cukup nyaman digunakan untuk mendukung proses bisnis UMKM konveksi.

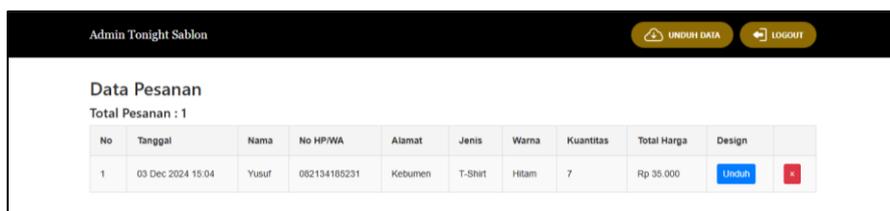
Tabel 2. Scoring System Usability Scale

Respondent	Question										Score
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	3	2	3	1	5	2	5	3	3	1	75
2	5	1	3	1	3	3	3	1	4	3	72,5
3	3	1	3	3	3	1	4	2	4	1	72,5
4	3	1	4	3	5	3	3	3	5	1	72,5
5	3	2	3	3	3	2	4	2	5	3	65
6	3	3	5	3	3	2	4	3	4	2	65
7	3	1	4	5	4	3	4	1	5	3	67,5
8	4	3	3	5	5	2	3	2	5	2	65

Analisis per aspek usability menunjukkan bahwa fitur navigasi dan tampilan antarmuka memperoleh skor tertinggi, mencerminkan kemudahan penggunaan dan kejelasan tata letak bagi pengguna. Sebagian besar pakar memberikan penilaian positif pada kemudahan melakukan pemesanan dan pencatatan data pelanggan secara otomatis melalui sistem. Namun, terdapat beberapa masukan terkait perlunya pengembangan fitur bantuan (help) atau FAQ bagi pengguna baru agar proses onboarding lebih lancar. Aspek kejelasan informasi pada notifikasi dan laporan sistem juga mendapatkan apresiasi baik, meskipun beberapa responden menyarankan penambahan visualisasi grafik pada dashboard agar monitoring data lebih informatif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan [12] dan [13], yang menegaskan bahwa penerapan e-CRM dengan fitur segmentasi pelanggan dan pencatatan otomatis transaksi dapat meningkatkan efisiensi layanan serta loyalitas pelanggan di sektor UMKM. Dengan nilai usability yang telah memenuhi standar acceptable, sistem e-CRM Tonight Sablon dinilai layak digunakan dan dapat dijadikan contoh bagi UMKM konveksi lain yang ingin melakukan transformasi digital layanan pelanggan.

Keterbatasan penelitian ini adalah analisis kondisi sebelum penerapan e-CRM hanya bersifat deskriptif tanpa pengukuran kuantitatif kepuasan pelanggan pada sistem manual. Penelitian lanjutan di masa depan dapat melibatkan survei kepuasan pelanggan secara langsung sebelum dan sesudah implementasi, serta pengembangan fitur tambahan berbasis kecerdasan buatan untuk personalisasi rekomendasi produk.



Gambar 5. data pencatatan

Nilai yang didapat dari *expert* sebagai tolak ukur situs web yang dibuat sudah memenuhi kepuasan pengguna atau masih buruk. SUS salah satu metode untuk menilai usability pada situs web berdasarkan user experience [11]. Pengalaman pengguna menjadi hal yang krusial dalam usability suatu aplikasi, untuk membuat kenyamanan serta membantu pengguna dalam memanfaatkan sistem informasi semaksimal mungkin. Implementasi CRM dalam internet yang berubah menjadi e-CRM mampu memberikan kesan positif terhadap pelaku usaha yang bisa menjadikan teknologi yang digunakan memberikan referensi positif terhadap keputusan yang akan diambil nantinya [12]–[18].

Simpulan

Penelitian ini membuktikan bahwa penerapan sistem e-CRM berbasis website pada UMKM konveksi Tonight Sablon mampu meningkatkan efektivitas pengelolaan layanan pelanggan. Implementasi e-CRM memungkinkan pencatatan transaksi dan preferensi pelanggan secara otomatis, memudahkan analisis kebutuhan pelanggan, serta mempercepat proses pemesanan. Evaluasi usability menggunakan System Usability Scale (SUS) yang melibatkan delapan pakar menghasilkan skor rata-rata sebesar 69,375, yang menunjukkan sistem berada pada kategori marginally acceptable dan sudah layak digunakan menurut benchmark Brooke. Hasil ini sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menegaskan pentingnya integrasi e-CRM dalam meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan pada UMKM.

Secara praktis, sistem e-CRM yang dikembangkan dapat dijadikan rujukan bagi UMKM lain dalam mengadopsi digitalisasi layanan pelanggan untuk menghadapi persaingan di era industri 4.0. Dari sisi akademik, penelitian ini juga memperkaya kajian empiris tentang implementasi e-CRM pada sektor UMKM, serta membuka peluang penelitian lanjutan

mengenai pengembangan fitur berbasis kecerdasan buatan atau integrasi dengan sistem pembayaran digital untuk optimalisasi layanan pelanggan.

Keterbatasan utama penelitian ini adalah tidak adanya data kuantitatif kepuasan pelanggan sebelum implementasi e-CRM, sehingga analisis before-after bersifat deskriptif. Oleh karena itu, penelitian mendatang disarankan untuk melakukan survei langsung pada pelanggan dan memperluas integrasi sistem guna mendukung inovasi pelayanan UMKM.

Daftar Pustaka

- [1] D.Ngelyaratan and D.Soediantono, "Customer Relationship Management (CRM) and Recommendation for Implementation in the Defense Industry: A Literature Review," *J. Ind. Eng. Manag. Res.*, vol. 3, no. 3, pp. 2722–8878, 2022.
- [2] R. D.Rusdiyana Yusron and M. M.Huda, "Analisis Perancangan Sistem Informasi Perpustakaan Menggunakan Model Waterfall Dalam Peningkatan Inovasi Teknologi," *J. Autom. Comput. Inf. Syst.*, vol. 1, no. 1, pp. 26–36, 2021, doi: 10.47134/jacis.v1i1.4.
- [3] V. A.Kurniyanti and D.Murdiani, "Perbandingan Model Waterfall dengan Prototype pada Pengembangan Sistem Informasi Berbasis Website," *J. Fusion*, vol. 2, no. 8, pp. 631–637, 2022.
- [4] G. M.Munandar and I. S.Ma'arif, "Improve Quality of Public Opinion In Website Using Blockchain Technology," *J. Sains dan Teknol. Ind.*, vol. 21, no. 1, p. 13, 2023, doi: 10.24014/sitekin.v21i1.22678.
- [5] V.Jokhakar and T.Shah, "Transformation of Data Flow Diagram (DFD) to Petri Net BT - Information and Communication Technology for Competitive Strategies (ICTCS 2022): Intelligent Strategies for ICT," M. S.Kaiser, J.Xie, and V. S.Rathore, Eds., Singapore: Springer Nature Singapore, 2023, pp. 363–372. doi: 10.1007/978-981-19-9304-6_34.
- [6] L. M. W.Satyaningrat, P. D. N.Hamijaya, and K.Rahmah, "Analisis Pemodelan Data Flow Diagram pada Sistem Basis Data Wisata Kuliner di Kota Balikpapan," *MALCOM Indones. J. Mach. Learn. Comput. Sci.*, vol. 3, no. 2, pp. 236–246, 2023, doi: 10.57152/malcom.v3i2.920.
- [7] I.Enesi, L.Liço, A.Biberaj, and D.Shahu, "Analysing Clustering Algorithms Performance in CRM Systems," *Int. Conf. Enterp. Inf. Syst. ICEIS - Proc.*, vol. 1, no. 1, pp. 803–809, 2021, doi: 10.5220/0010511008030809.
- [8] I.Karacan, I.Erdogan, and U.Cebeci, "A Comprehensive Integration of RFM Analysis, Cluster Analysis, and Classification for B2B Customer Relationship Management," *Proc. Int. Conf. Ind. Eng. Oper. Manag.*, pp. 497–508, 2021, doi: 10.46254/eu04.20210329.
- [9] Z. D.Montero, "Customer Grouping for Customer Relationship Management Optimization with the K-Means Algorithm," *J. Comput. Science Inf. Technol.*, pp. 98–105, 2022, doi: 10.35134/jcsitech.v8i4.46.
- [10] S. S.Lubis, F. S.Lubis, and B.Hendrik, "Customer Relationship Management Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Doorsmeer Keluarga Nasution Menggunakan Metode Algoritma K-Means," *Jised J. Inf. Syst. Educ. Dev.*, vol. 1, no. 2, pp. 33–40, 2023.
- [11] P. Vlachogianni and N.Tselios, "Perceived usability evaluation of educational technology using the System Usability Scale (SUS): A systematic review," *J. Res. Technol. Educ.*, vol. 54, no. 3, pp. 392–409, 2022, doi: 10.1080/15391523.2020.1867938.
- [12] B.Libai *et al.*, "Brave New World? On AI and The Management of Customer," *J. Interact. Mark.*, vol. 5, no. 1, pp. 44–56, 2020.
- [13] A. F.Alzaam and K.Almizeed, "The Effect of Digital Marketing on Purchasing Decisions: A Case Study in Jordan," *J. Asian Financ. Econ. Business*, vol. 8, no. 5, pp. 43–54, 2021.
- [14] R.Pramono, L. W.Sondakh, I.Bernarto, J.Juliana, and A.Purwanto, "Determinants of The Small and Medium Enterprises Progress: A Case Study of SME Entrepreneurs in Manado, Indonesia," *J. Asian Financ. Econ. Bus.*, vol. 8, no. 1, pp. 881–889, 2021.
- [15] K.Aggarwal, S.Malik, D. K.Misshra, and D.Paul, "Moving From Cash to Cashless Economy: Toward Digital India," *J. Asian Financ. Econ. Bus.*, vol. 8, no. 4, pp. 43–54, 2021.
- [16] B. S.Nugroho *et al.*, "Effect of Leadership Style Toward Indonesian Education Performance in Education 4.0 Era: A Schematic Literature Review," *Syst. Rev. Pharm.*, vol. 11, no. 10, pp. 371–378, 2020.
- [17] M.Asbari, H. D.Dylmoon, and A.Purwanto, "Managing Employee Performance: From Leadership to Readiness for Change," *Int. J. Soc. Manag. Stud.*, vol. 2, no. 1, pp. 74–85, 2021.
- [18] M. F.Pynadath, T. M.Rofin, and S.Thomas, "Evolution of customer relationship management to data mining-based customer relationship management: a scientometric analysis," *Qual. Quant.*, vol. 57, no. 4, pp. 3241–3272, 2023, doi: 10.1007/s11135-022-01500-y.