

Strategi peningkatan loyalitas pelanggan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kerajinan tangan kayu menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) = The strategy of customer loyalty improvement in wooden handicraft Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) using Structural Equation Modeling (SEM) method

Maria Goretti Deliana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20488914&lokasi=lokal>

Abstrak

Peningkatan jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kerajinan tangan kayu telah mendorong para pelaku usaha untuk membangun strategi inovatif guna memenangkan persaingan dan mempertahankan keberlangsungan bisnis usahanya. Salah satu jenis strategi yang dapat digunakan oleh para pemilik UMKM kerajinan tangan kayu untuk meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan adalah strategi pemanfaatan teknologi informasi berbasis pelanggan yang disebut sebagai Customer Relationship Management (CRM). Tujuan utama yang ingin dicapai melalui implementasi CRM adalah peningkatan loyalitas pelanggan dan profitabilitas perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk membangun strategi peningkatan loyalitas pelanggan pada UMKM kerajinan tangan kayu melalui implementasi dari metode analisis multivariat menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dalam kerangka CRM dengan didukung oleh hasil dari segmentasi pelanggan menggunakan variabel Recency, Frequency, Monetary (RFM) dan algoritma K-Means, serta hasil dari segmentasi produk menggunakan variabel Frequency, Monetary, Customer Variety (FMC) dan algoritma K-Means. Segmentasi pelanggan dan produk dilakukan dengan menggunakan data sekunder berupa data transaksi pelanggan dari tiga UMKM kerajinan tangan kayu di Daerah Istimewa Yogyakarta, sedangkan analisis multivariat dilakukan dengan menggunakan data primer berupa hasil kuesioner dari 280 responden yang pernah melakukan pembelian produk kerajinan tangan kayu di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menghasilkan empat segmen pelanggan pada Perusahaan X dan Z, lima segmen pelanggan pada Perusahaan Y, serta lima segmen produk pada ketiga perusahaan. Sementara itu, hasil analisis multivariat dengan menggunakan SEM menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel yang memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan adalah variabel kepercayaan dan komitmen. Ketiga hasil penelitian tersebut berguna sebagai acuan dalam membangun strategi peningkatan loyalitas pelanggan pada UMKM kerajinan tangan kayu.

.....The increasing number of wooden handicraft micro, small, and medium enterprises (MSMEs) has encouraged business owners to develop innovative strategies to win the competition and maintain the companies' sustainability. One type of strategy that can be used by the wooden handicraft MSMEs owners to enhance the company's competitive advantage is a customer-based information technology strategy called Customer Relationship Management (CRM). The main purpose of the implementation of CRM is to increase customer loyalty and company profitability. This study aims to develop the strategy to improve the customer loyalty of wooden handicraft MSMEs through the implementation of multivariate analysis method using Structural Equation Modeling (SEM) in the CRM framework, supported by the customer segmentation result using Recency, Frequency, Monetary (RFM) variables-K-Means algorithm and the

product segmentation result using Frequency, Monetary, Customer Variety (FMC) variables-K-Means algorithm. The customer and product segmentation are done by using secondary data in the form of customer transaction data from three wooden handicraft MSMEs in the Special Region of Yogyakarta, while the multivariate analysis is carried out using primary data in the form of questionnaires from 280 respondents who have purchased wooden handicraft products in the Special Region of Yogyakarta. The results show four customer segments in Company X and Z, five customer segments in Company Y, and five product segments in all three companies. In addition, the results of the multivariate analysis using SEM show that product and service quality variables directly influence customer satisfaction, while the variables that have a direct influence on customer loyalty are trust and commitment. The three results of the study are useful as references in developing the strategies to improve customer loyalty in wooden handicraft MSMEs.