

PENERAPAN *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM)* PADA ANITA LAUNDRY

Aditya Adi Putra Rajab^{1*}, Samsinar²

^{1,2}Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

¹*1912500020@student.budiluhur.ac.id, ²samsinar@budiluhur.ac.id

(*: corresponding author)

Abstrak- Anita Laundry ialah langkah inovatif dalam mengoptimalkan hubungan pelanggan melalui *platform* digital. Era teknologi saat ini sudah mulai mendapatkan momentum khususnya pada sektor korporasi. Persaingan bisnis semakin meningkat dan teknologi menjadi alasan untuk mengubah pola pikir tradisional yang berorientasi pada keuntungan dan merupakan faktor potensial untuk meningkatkan layanan bisnis kepada pelanggan. Hal ini memungkinkan perusahaan kebersihan memanfaatkan teknologi untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggannya dan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap perusahaan. *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)* telah terbukti menjadi cara yang efektif untuk mencapai tujuan ini. Metode penelitian yang digunakan meliputi kuesioner, wawancara, dan tinjauan pustaka. Anita Laundry diselidiki dan ditemukan tidak mampu meningkatkan layanan pelanggan. Metode dari penelitian ini yang digunakan adalah wawancara dengan pemilik dan karyawan Anita Laundry, observasi, serta tinjauan literatur dari majalah dan dokumen Anita Laundry sebelumnya. Masalah Anita Laundry adalah kurangnya sistem untuk melayani pelanggannya dengan lebih baik. Oleh karena itu, Layanan tidak menerima kritik, saran, keluhan, atau iklan melalui satu media. Maka membuat sistem laundry dengan E-CRM dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan HTML serta MySQL untuk *databasenya*. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi penerapan E-CRM di industri laundry, dengan fokus pada manfaat, tantangan, dan peluang terkait. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah sistem E-CRM yang dapat membantu untuk mendokumentasikan seluruh tingkat kepuasan pelanggan pada Anita Laundry ini.

Kata Kunci: *Electronic Relationship Management (E-CRM)*, hubungan dengan pelanggan, kepuasan pelanggan.

IMPLEMENTATION *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM)* AT ANITA LAUNDRY

Abstract- Anita Laundry is an innovative step in optimizing customer relationships through digital platforms. The current technological era has started to gain momentum, especially in the corporate sector. Business competition is increasing and technology is a reason to change the traditional profit-oriented mindset and is a potential factor for improving business services to customers. This allows cleaning companies to utilize technology to maintain good relationships with their customers and increase customer satisfaction with the company. *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)* has proven to be an effective way to achieve this goal. The research methods used include questionnaires, interviews, and literature reviews. Anita Laundry was investigated and found unable to improve customer service. The methods used in this research were interviews with owners and employees of Anita Laundry, observation, and literature reviews from previous Anita Laundry magazines and documents. Anita Laundry's problem is the lack of a system to serve its customers better. Therefore, the Service does not accept criticism, suggestions, complaints, or advertisements through any media. So create a laundry system with E-CRM using PHP and HTML programming languages and MySQL for the database. This research aims to evaluate the implementation of E-CRM in the laundry industry, focusing on the related benefits, challenges and opportunities. The result of this research is an E-CRM system that can help to document all levels of customer satisfaction at Anita Laundry.

Keywords: *Electronic Relationship Management (E-CRM)*, Customer Relationships, Customer Satisfaction.

1. PENDAHULUAN

Di era teknologi saat ini, perkembangan bisnis sudah dimulai. Persaingan bisnis semakin meningkat, dan teknologi mengubah pemikiran tradisional yang berorientasi pada keuntungan menjadi pendorong potensial untuk meningkatkan layanan bisnis kepada pelanggan. Industri laundry mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Mengingat persaingan ini, penting bagi penyedia layanan laundry untuk fokus dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada serta memperoleh pelanggan baru. Salah satu pendekatan untuk mencapai tujuan ini adalah penerapan *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)*. Ketika pertumbuhan bisnis semakin kompetitif, perusahaan harus melakukan terobosan untuk meningkatkan pelayanan dan melindungi kepuasan pelanggan dari ancaman persaingan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul ketika membandingkan kinerja (hasil) produk yang bersangkutan dengan kinerja (atau hasil) yang diharapkan dan terjadi secara alamiah tanpa adanya paksaan [1].

Customer Relationship Management (CRM) adalah suatu pendekatan untuk mengelola hubungan pelanggan suatu perusahaan yang bervariasi tergantung pada jenis perusahaan dan ruang lingkup penerapan CRM-nya. Sebelum dan sesudah menerapkan manajemen hubungan pelanggan, manajemen harus menyelidiki setiap masalah yang diidentifikasi selama proses tersebut. Hubungan ini dimaksudkan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan [2]. E-CRM merupakan evolusi dari konsep CRM yang lebih luas yang secara tradisional dikaitkan dengan penggunaan *database* dan sistem informasi untuk mengelola interaksi dan hubungan pelanggan [3].

Anita Laundry merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa *dry laundry* dan *cleaning* dengan konsep berat kilogram (KG) atau satuan. Pada tahun 2020, Anita Laundry membuka toko di kawasan Taman Asri Kreo. Saat ini Anita Laundry terus menerima pesanan pribadi dari pelanggan dan terus menggunakan aplikasi *WhatsApp* untuk menghubungi pelanggan guna mengambil cucian yang sudah jadi. Namun Anita Laundry tidak mengetahui seberapa puas pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Data yang dikumpulkan hanya berupa pernyataan lisan dari pelanggan dan bukan merupakan catatan langsung sehingga menyulitkan perbaikan operasional. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi Anita Laundry, mengembangkan sistem E-CRM yang membantu Anita Laundry mendokumentasikan seluruh tingkat kepuasan pelanggan.

Pada penelitian sebelumnya dengan topik “Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) Pada Penjualan Produk Pertanian di *Web*” yang dilakukan oleh [4], penelitian ini menjelaskan tentang penerapan *Customer Relationship Management* pada sektor pertanian. Penerapan CRM membantu tenaga penjualan memahami kebutuhan pelanggan, menemukan informasi pelanggan, dan memberikan layanan terbaik dengan memberikan pandangan holistik tentang pemodelan sistem menggunakan teknik bahasa model terpadu. Prototipe dikembangkan dengan menerapkan model konseptual CRM. Mengakuisisi anggota baru (*Acquire*), menjaga (*Enhance*) hubungan baik dengan pelanggan, dan mempertahankan pelanggan (*Retain*).

Kajian lainnya mengenai “Implementasi *E-CRM* Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Di Toko Matrix Seluler Berbasis *Web*”, oleh [5] Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk merancang sistem baru, yaitu manajemen hubungan pelanggan yang menarik dan efektif untuk penjualan dan layanan pelanggan sesuai dengan kebutuhan toko dan pelanggan. Hal ini akan membantu Matrix Seluler membangun kepercayaan melalui implementasi tunai dan tunai. Kredit yang menawarkan pembayaran tunai di tempat (*cash on delivery*) kepada pelanggan, menyediakan fungsi koin dan *voucher* untuk setiap pembelian yang mereka lakukan.

Penelitian sebelumnya lainnya “Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) Pada Toko Urban Traffic Berbasis *Web*” oleh [6], Penelitian ini dilakukan untuk membuat strategi pemasaran berbasis *web* dan menggunakan teknik CRM untuk membangun hubungan positif antara penjual dan pembeli. Sistem bertujuan untuk memberikan informasi mengenai produk yang ditawarkan, penawaran penjualan, paket promosi serta membantu membangun hubungan baik antara pembeli dan pelanggan.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

Pada penelitian ini tahapan penelitian yang dilakukan dapat dilihat pada gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Pada tahapan-tahapan yang tergambar pada Gambar 1. terdapat proses untuk menyelesaikan masalah pada Anita Laundry sebagai berikut:

a. Analisis Proses Bisnis

Pada analisis proses bisnis, penulis melakukan observasi terhadap proses bisnis yang ada di Anita Laundry dan wawancara dengan pemilik toko *laundry* serta karyawan. Tujuannya untuk memahami jalannya bisnis *laundry* yang sedang dikerjakan.

b. Memahami Masalah

Setelah melakukan analisis proses bisnis dengan observasi dan wawancara, selanjutnya yaitu memahami masalah yang terjadi pada Anita Laundry.

c. Identifikasi Masalah

Setelah memahami masalah pada Anita Laundry, selanjutnya mengidentifikasi masalah dengan merumuskan masalah yang sudah didapat. Tujuan adalah untuk menentukan solusi sesuai dengan apa yang ingin diinginkan oleh Anita Laundry.

d. Merancang Sistem Usulan

Pada tahap ini baru merancang sistem usulan dari Anita Laundry yang sudah disusun sebelumnya dengan membuat sketsa gambar dan membangun *prototype* aplikasi.

2.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data penting dalam penelitian karena merupakan strategi untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Keberhasilan suatu penelitian sangat bergantung pada teknik pengumpulan data yang digunakan. Untuk memperoleh bahan, informasi, fakta dan keterangan yang dapat dipercaya. Untuk memperoleh data sebagaimana dimaksud, penelitian menggunakan teknik, prosedur, alat, dan aktivitas dunia nyata. Proses pengumpulan data dapat dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi [7].

a. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini ialah proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antar peneliti dengan informasi atau subjek penelitian. Dengan kemajuan teknologi informasi seperti saat ini, wawancara bisa saja dilakukan tanpa tatap muka, yakni melalui media telekomunikasi. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Atau, merupakan proses pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang telah diperoleh lewat teknik yang lain sebelumnya [8].

b. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dalam metode penelitian kualitatif. Observasi adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap perilaku, kegiatan, atau situasi yang ingin diteliti. Keuntungan observasi adalah memperoleh data yang objektif, mengamati perilaku secara langsung, dan mendapatkan pemahaman tentang konteks dan interaksi sosial. Namun, observasi dapat membutuhkan waktu yang lama, terkadang subjek dapat mengubah perilaku karena kesadaran akan adanya pengamat, dan interpretasi data observasi dapat menjadi subjektif [9].

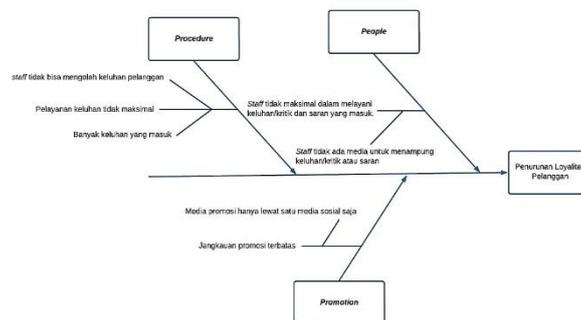
c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dokumenter melibatkan pengumpulan informasi dari dokumen yang ada atau sumber tercatat. Misalnya saja dalam bentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, memorabilia, catatan kegiatan, dan lain-lain. Data berupa dokumen tersebut dapat digunakan untuk menelusuri informasi sejarah. Dokumentasi harus mempunyai akal teoritis untuk menafsirkan semua dokumen tersebut, agar tidak hanya menjadi objek yang tidak bermakna [10].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Permasalahan

Dalam menganalisis permasalahan yang ada di Anita Laundry, pada penelitian ini permasalahan digambarkan menggunakan *fishbone diagram* untuk memudahkan pemetaan permasalahan secara sebab-akibat. Adapun Analisis permasalahan tersebut tergambar pada Gambar 2.



Gambar 2. Fishbone Diagram

Berikut penjelasan pada gambar *fishbone* diatas:

a. Faktor Procedure

Dalam hal "procedure", banyak pelanggan yang ingin memberikan kritik dan saran kepada *staff* mengenai pelayanan yang diberikan, namun tidak ada saluran komunikasi yang memfasilitasi hal tersebut. Akibatnya, Anita Laundry kesulitan mengetahui apakah pelanggan merasa puas dengan fasilitas dan layanan yang telah diberikan.

b. Faktor People

Di sisi "people", banyak keluhan yang masuk tetapi *staff* kesulitan menanggapi satu persatu karena tidak

ada saluran komunikasi yang memfasilitasi pelanggan untuk menyampaikan keluhan mereka. Ini membuat Anita Laundry kesulitan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan.

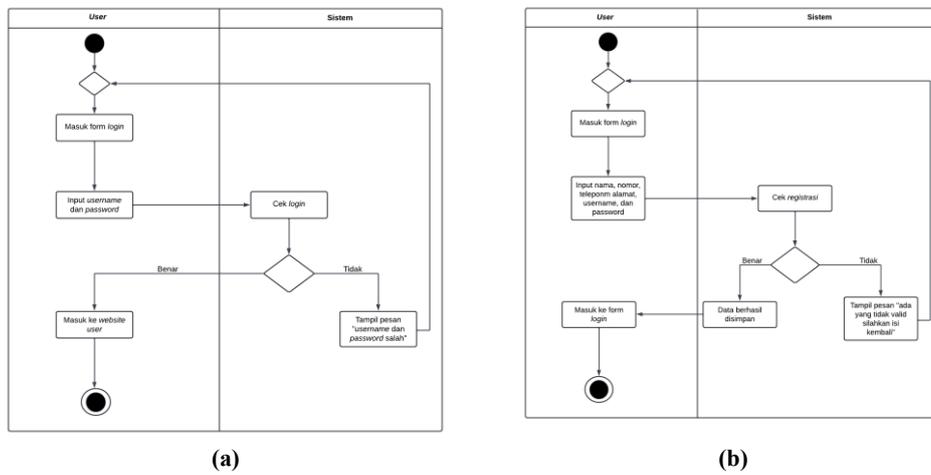
c. Faktor *Promotion*

Dalam aspek "*promosi*", cara Anita Laundry menyampaikan informasi tentang promosi masih kurang efektif, sehingga pelanggan kesulitan mengetahui adanya promosi yang ditawarkan oleh Anita Laundry.

3.2 Alur Proses Bisnis

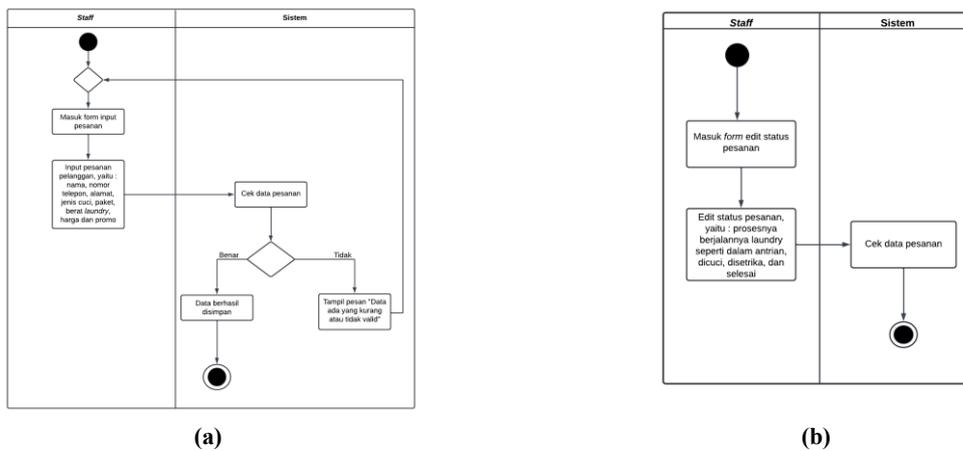
Alur proses bisnis ini merupakan alur yang diterapkan pada Sistem E-CRM dan memungkinkan *login* dengan *username* dan *password* sebagai syaratnya. Pengguna dapat mengakses *website* dengan mengklik menu *login* dan memasukkan *username* dan *password* sesuai dengan data yang didaftarkan pengguna. Jika *username* dan *password* benar, pengguna akan diarahkan ke halaman pelanggan dan karyawan. Namun jika *username* dan *password* salah maka pengguna harus memasukkan kembali *username* atau *password* dengan benar.

Sedangkan proses *registrasi* diperuntukkan bagi pengguna yang belum memiliki *username* dan *password*. Pengguna dapat memilih menu *registrasi*. Formulir pendaftaran dengan data yang ditentukan akan ditampilkan. Berdasarkan data pengguna yang dimasukkan, sistem memeriksa apakah data tersebut valid. alur tersebut dapat terlihat pada Gambar 3 berikut ini:



Gambar 3. Activity Diagram Proses Login (a) dan Register (b)

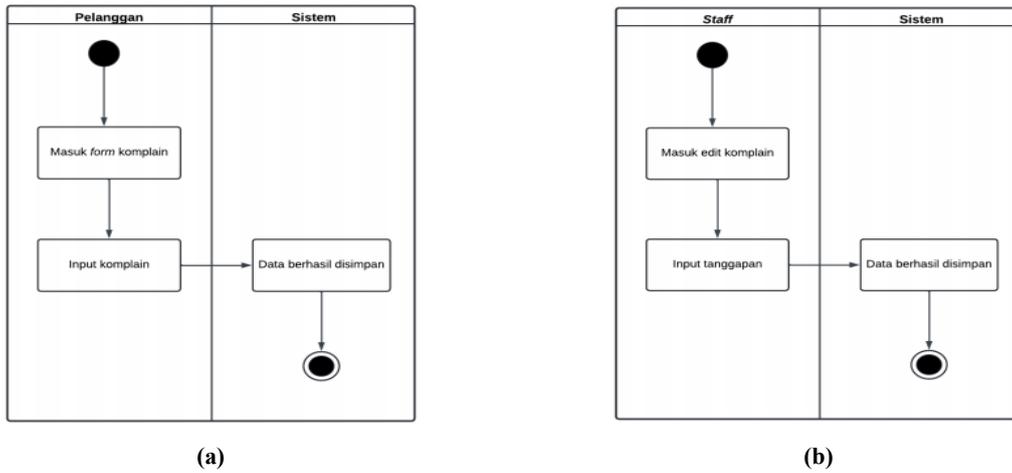
Pada Gambar 4 menggambarkan alur proses untuk input pesanan dan edit pesanan yang dimana *staff* dapat menginput data pesanan dari pelanggan, yaitu nama, nomor telepon, alamat, jenis cuci, paket, berat *laundry*, harga dan promo. Setelah itu klik *submit* untuk menyimpan data pesanan pelanggan. Data yang disimpan bisa dilihat pada menu riwayat pesanan pelanggan.



Gambar 4. Activity Diagram Proses Input Pesanan (a) dan Edit Pesanan (b)

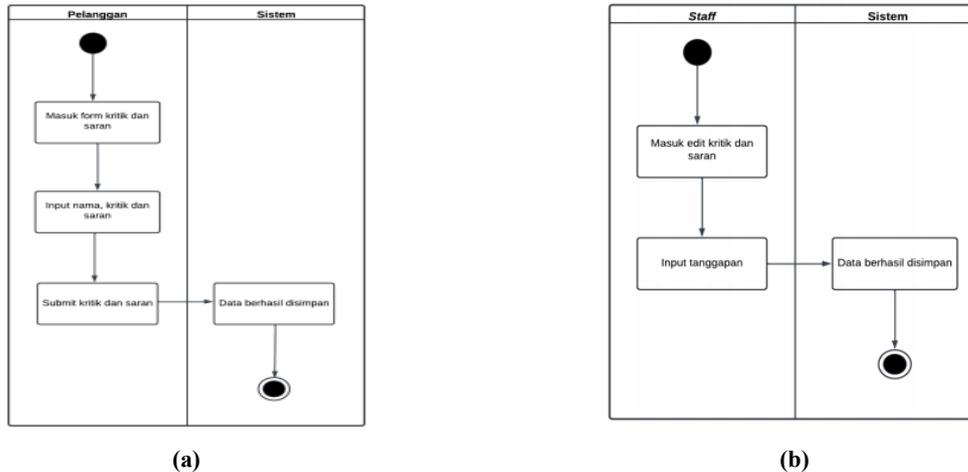
Pelanggan dapat melakukan komplain dengan masuk ke dalam sistem E-CRM dan klik menu komplain, kemudian menginput data komplain yang diajukan kepada Anita Laundry dan untuk menanggapi komplain yang diberikan oleh pelanggan, *staff* dapat langsung menanggapi komplain tersebut dengan masuk kedalam sistem *web*

pada menu yang tersedia dan input tanggapi komplain. Data komplain pelanggan dan tanggapan yang diberikan oleh *staff* atau *admin* dapat dilihat pada halaman di *website* Anita Laundry. Proses ini dilihat pada Gambar 5 berikut ini:



Gambar 5. Activity Diagram Proses Komplain (a) dan Feedback Komplain (b)

Pelanggan dapat memberikan kritik dan saran dengan masuk ke dalam sistem E-CRM dan klik menu komplain, kemudian menginput data komplain yang diajukan kepada Anita Laundry dan untuk menanggapi komplain yang diberikan oleh pelanggan, *staff* dapat langsung menanggapi komplain tersebut dengan masuk kedalam sistem *web* pada menu yang tersedia dan input tanggapi komplain. Data komplain pelanggan dan tanggapan yang diberikan oleh *staff* atau *admin* dapat dilihat pada halaman di *website* Anita Laundry. Proses ini terlihat pada Gambar 6 berikut ini:



Gambar 6. Activity Diagram Proses Kritik, Saran (a) dan Feedback Kritik Saran (b)

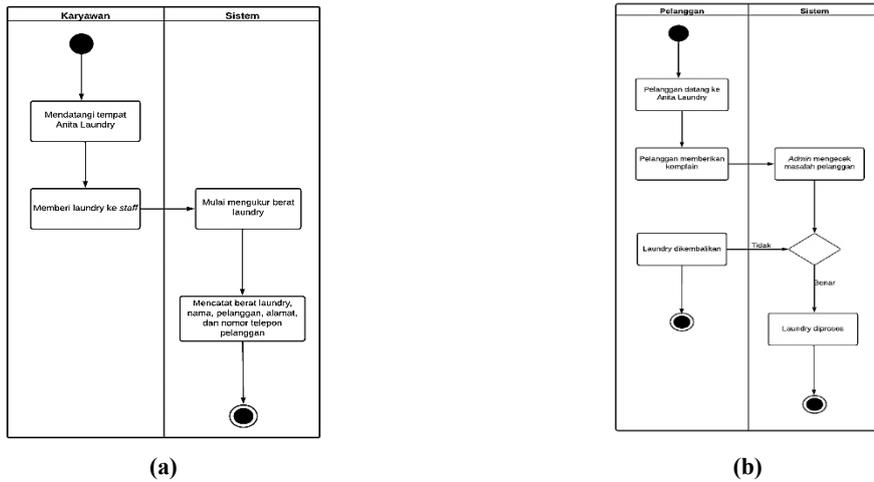
3.3 Activity Diagram

a. Activity Diagram Proses Bisnis Anita Laundry

Activity diagram ini menggambarkan proses di mana seseorang yang ingin mencuci pakaian di Anita Laundry harus pergi langsung ke tempat tersebut dan melakukan pemesanan secara langsung. Gambar 7 bagian (a) adalah activity diagram proses bisnis Anita Laundry.

b. Activity Diagram Komplain

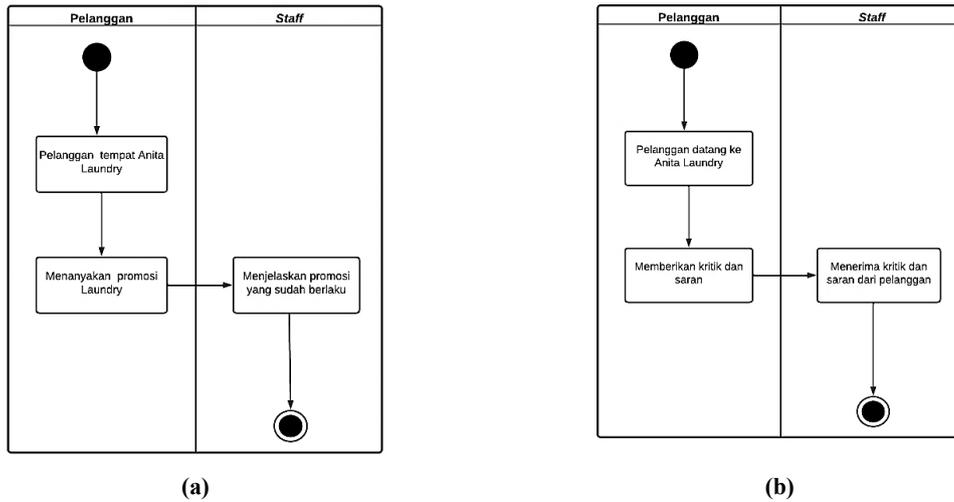
Activity diagram ini mengilustrasikan langkah-langkah untuk menyampaikan keluhan terkait layanan laundry yang tidak memenuhi harapan pelanggan. Gambar 7 bagian (b) adalah activity diagram complain.



Gambar 7. Activity Diagram Proses Bisnis Anita Laundry (a) dan Activity Diagram Komplain (b)

c. Activity Diagram Proses Promosi dan Memberikan Kritik Saran

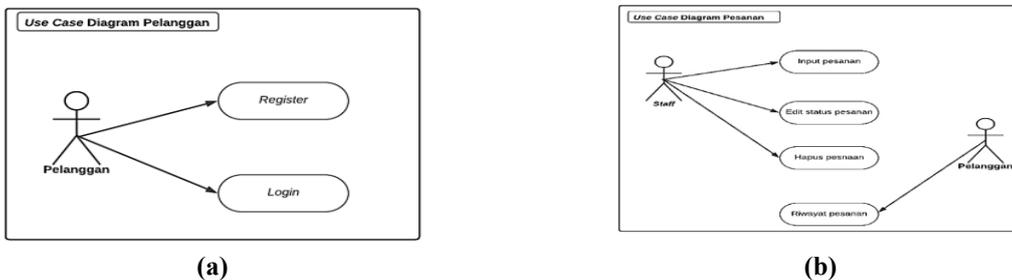
Activity diagram ini menjelaskan proses *staff* Anita Laundry memberikan promosi kepada pelanggan dan Activity diagram ini menjelaskan pelanggan memberikan kritik dan saran pada Anita Laundry, yaitu saat pelanggan mengambil laundrynya yang sudah selesai secara lisan ke *staff*. Activity diagram keduanya bisa dilihat pada gambar 8.

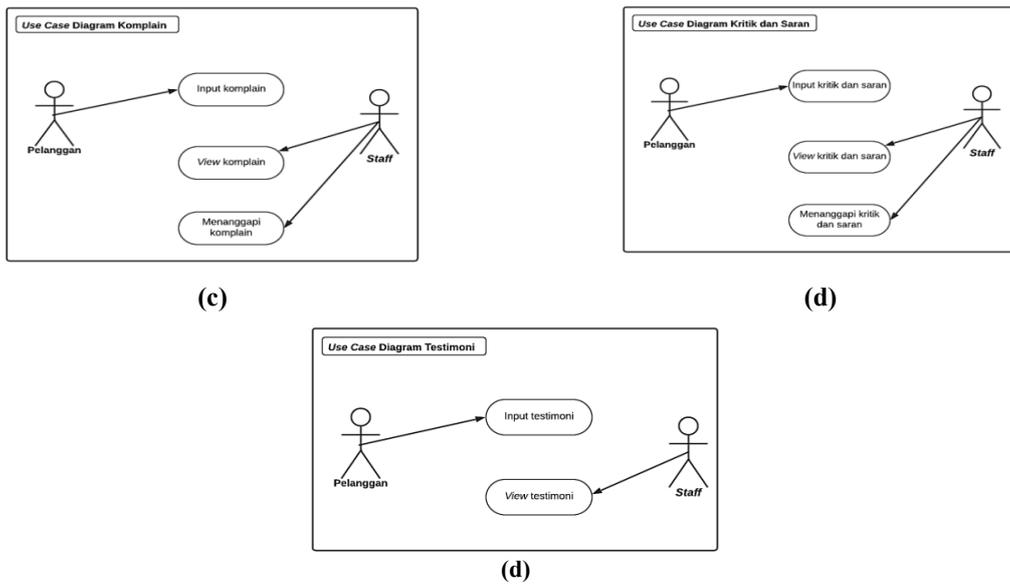


Gambar 8. Activity Diagram Proses Promosi (a) dan Activity Diagram Proses Memberikan Kritik saran(b)

3.4 Use Case Diagram

Use Case Diagram menyajikan interaksi antara Use Case dan Actor. dimana Actor dapat berupa orang, peralatan atau sistem lain yang berinteraksi dengan sistem yang sedang dibangun. Use Case menggambarkan fungsionalitas sistem atau persyaratan yang harus dipenuhi sistem dari pandangan [11], yang terlihat pada Gambar 9 berikut ini:





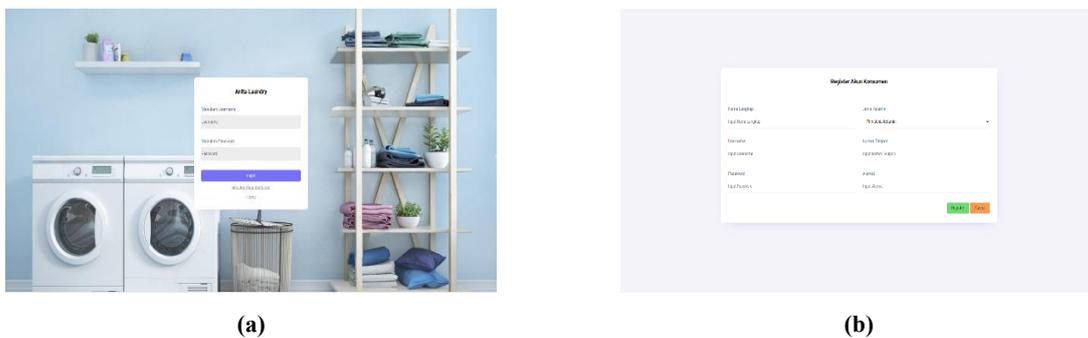
Gambar 9. Use Case Diagram Anita Laundry (a), (b), (c), (d)

Pada Gambar 9. merupakan penggambaran terhadap apa yang dapat dilakukan oleh *user* baik pelanggan maupun *staff* dalam sistem E-CRM Anita Laundry yaitu modul-modul untuk melakukan *Login user* dan *Register user*, Input jasa pesanan Laundry pelanggan, pelanggan memberikan komplain, kritik dan saran serta testimoni.

3.5 Tampilan Layar Sistem

a. Halaman *Login* dan *Register*

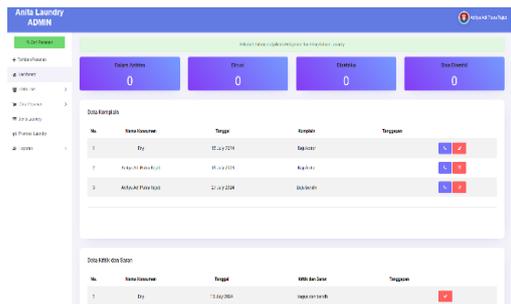
Layar *login* ini digunakan untuk mengakses halaman menu baik dari halaman admin maupun halaman pelanggan. Untuk dapat terdaftar pada sistem dan memiliki akun maka, pengguna atau *user* harus mendaftar dengan memasukkan data-data yang diperlukan kedalam form *register* yang tersedia, yang dapat dilihat tampilannya pada Gambar 10. berikut ini:



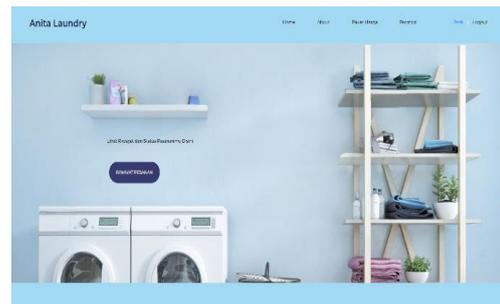
Gambar 10. Tampilan Layar Halaman *Login* (a) dan *Registrasi* (b)

b. Halaman *Admin* dan *Pelanggan*

Tampilan ini merupakan modul khusus bagi *admin* dan pelanggan untuk mengakses sistem E-CRM. Berikut ini adalah halaman utama *admin* dan Pelanggan yang terlihat pada Gambar 11 berikut ini:



(a)

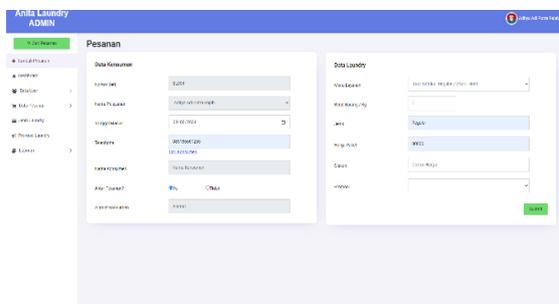


(b)

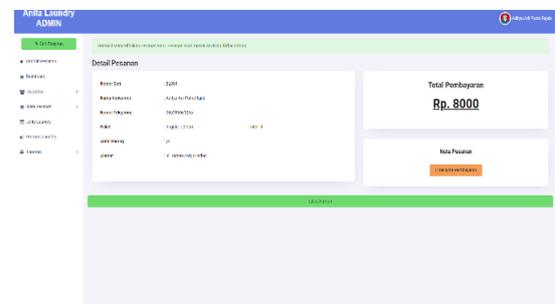
Gambar 11. Tampilan Layar Halaman Admin (a), dan Pelanggan (b)

c. Halaman Input Pesanan

Halaman ini merupakan tampilan dari modul untuk pemesanan jasa laundry dan untuk melihat data Pesanan yang sudah masuk pada Anita Laundry. Berikut ini adalah tampilannya yang terlihat pada Gambar 12.



(a)

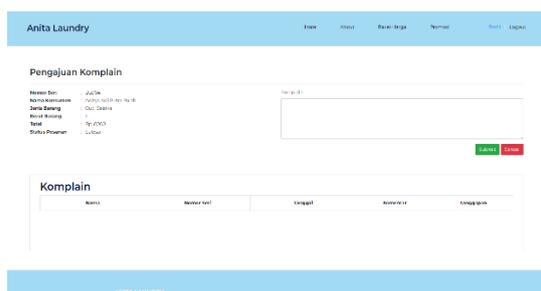


(b)

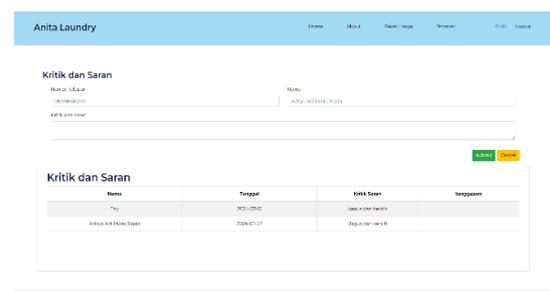
Gambar 12. Tampilan Layar Halaman Input Pesanan (a) dan View Pesanan (b) Anita Laundry

d. Halaman Input Komplain dan Kritik Saran

Tampilan ini merupakan modul untuk menginput komplain, Kirik dan saran yang dapat pelanggan sampaikan mengenai pelayanan Anita Laundry. Berikut ini adalah Tampilan Tampilannya yang terlihat pada Gambar 13. berikut ini:



(a)

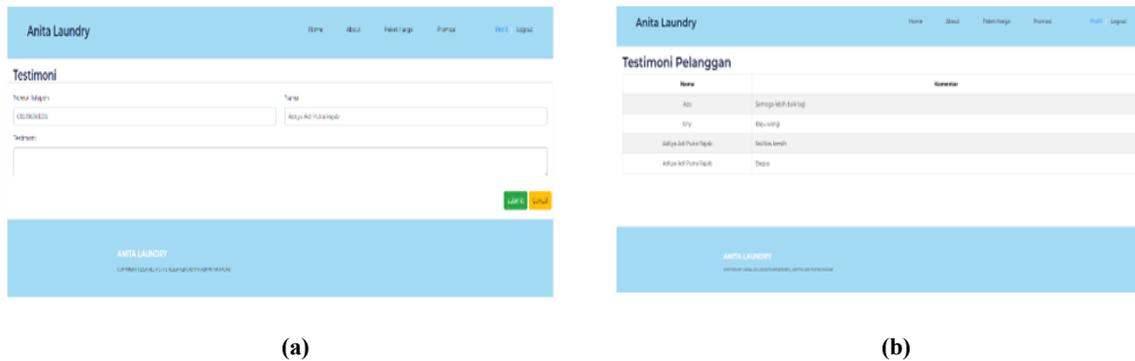


(b)

Gambar 13. Halaman Input Komplain (a), Kritik dan Saran Pelanggan (b)

e. Tampilan Halaman Input Testimoni dan View Testimoni

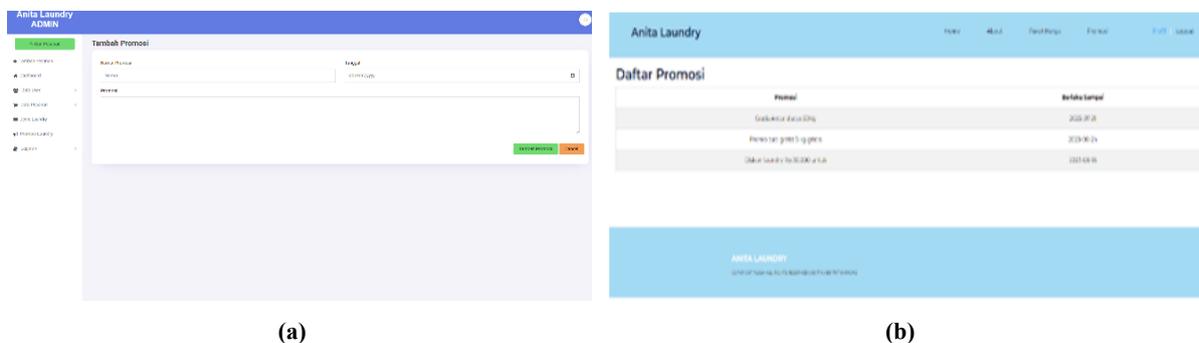
Tampilan ini merupakan modul untuk menampilkan testimoni yang dapat ditinggalkan pelanggan mengenai layanan Anita Laundry dan modul untuk melihat testimoni yang ditinggalkan oleh pelanggan. Berikut ini adalah Tampilannya yang terlihat pada Gambar 14.



Gambar 14. Tampilan Layar Halaman Input Testimoni (a) dan View Testimoni (b)

f. Modul Tambah Promosi

Tampilan ini merupakan modul yang menambahkan promosi terbaru yang dapat dijalankan oleh *admin web* sistem Anita Laundry (a), dan pelanggan juga dapat melihat promosi yang ditawarkan Anita Laundry (b). Berikut ini adalah Halaman Tambah Promosi pada Gambar 15.



Gambar 15. Tampilan Layar Halaman Tambah Promosi (a) dan Daftar Promosi (b)

4. KESIMPULAN

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari hasil pembuatan sistem E-CRM pada Anita Laundry dapat membantu serta mempermudah Anita Laundry dalam melakukan pelayanan antara lain:

Penerapan sistem *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) di Anita Laundry memberikan dampak positif yang signifikan terhadap operasional dan kualitas layanan pelanggan. Dengan menggunakan E-CRM, Anita Laundry mampu mengelola data pelanggan secara lebih terorganisir, memungkinkan personalisasi layanan, dan meningkatkan efisiensi komunikasi pelanggan. Selain itu, sistem ini menyederhanakan penanganan keluhan dan permintaan khusus, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, E-CRM membantu Anita Laundry menganalisis perilaku dan preferensi pelanggan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Secara keseluruhan, penerapan E-CRM telah terbukti menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat hubungan pelanggan dan Selalu menjaga kepercayaan pelanggan, agar dapat tetap loyal terhadap perusahaan dan tidak beralih ke perusahaan kompetitor.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. P. Maulidiah, S. Survival, and B. Budiantono, "Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan," *J. Econ.*, vol. 2, no. 3, pp. 727–737, 2023.
- [2] R. Syabania and N. Rosmawarni, "Perancangan Aplikasi Customer Relationship Management (Crm) Pada Penjualan Barang Pre-Order Berbasis Website," vol. 10, no. 1, pp. 44-49, 2021.
- [3] R. W. Witjaksono, W. Puspitasari, and M. Saputra, "Implementasi Crm Di Ukm Kota Bandung Untuk Meningkatkan Pelayanan Pelanggan," *Pros. Konf. Nas. Pengabd. Kpd. Masy. dan Corp. Soc. Responsib.*, vol. 6, 2023, pp. 1-8.
- [4] A. V. Didi Shaldy Rahma, "Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Pada Penjualan Produk Pertanian Berbasis Web Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Sistem Komputer TGD," *J. Teknol. Sist. Inf. dan Sist. Komput. TGD*, vol. 6, pp. 570–578, 2023.

- [5] A. B. Masrina, M. Amin, and P. Putri, “Implementasi E-CRM Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Di Toko Matrix Celluler Berbasis Web,” *JUTSI J. Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 2, no. 2, pp. 77–84, 2022.
- [6] A. P. H. Tampubolon, E. Rajagukguk, and A. Gea, “Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Pada Toko Urban Traffic,” *Methosisfo*, vol. 2, no. 1, pp. 18–27, 2022.
- [7] A. S. Millah, *et al*, “Analisis Data dalam Penelitian Tindakan Kelas,” *Jurnal Kreativitas Mahasiswa.*, vol. 1, no. 2, pp. 140–153, 2023.
- [8] A. S. Devi, *et al*, “Mewawancarai Kandidat: Strategi untuk Meningkatkan Efisiensi dan Efektivitas,” *MASMAN: Master Manajemen*, vol. 2, no. 2, pp. 66–78, 2022.
- [9] N. Ariyanti, M. Marleni, and M. Prasrihamni, “Analisis Faktor Penghambat Membaca Permulaan pada Siswa Kelas I di SD Negeri 10 Palembang,” *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, vol. 4, no. 4, pp. 1450–1455, 2022.
- [10] V. V. Bawuno, K. A. Erika, and Y. Syam, “Dampak Penggunaan Dokumentasi Keperawatan Elektronik Terhadap Keselamatan Pasien: A Literature Review,” *Jurnal Keperawatan*, vol. 15, no. 2, pp. 661–670, 2023.