

IMPLEMENTASI *ENHANCING ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN PELANGGAN DI FEBY LAUNDRY

Stefanus Alfin Bagaskara¹, Yuliazmi^{2*}

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

Email: ¹1912500822@student.budiluhur.ac.id, ^{2*}yuliazmi@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak-Dunia teknologi saat ini mulai berkembang pesat, terutama di bidang bisnis. Persaingan bisnis semakin meningkat, dan teknologi telah menjadi alasan untuk mengubah cara orang melihat kepuasan pelanggan, yang sebelumnya berfokus pada keuntungan. Hal ini membuat bisnis lain seperti laundry memanfaatkan teknologi untuk mempertahankan hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui layanan yang diberikan oleh karyawan. *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) menjadi solusi untuk meningkatkan pelayanan *staff* dalam kepuasan pelanggan. Berdasarkan penelitian pada Feby Laundry, memiliki masalah dalam meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan. Masalah tersebut adalah kurangnya sistem yang dapat membantu pelayanan terhadap pelanggan seperti *staff* tidak dapat menampung kritik dan saran, *staff* kesulitan mengelola keluhan pelanggan, *staff* kesusahan dalam memberikan informasi promosi kepada pelanggan dikarenakan masih menggunakan satu media, serta *staff* kesulitan mengetahui kepuasan pelanggan karena tidak ada testimoni. Oleh sebab itu, penulis membuat sistem laundry dengan E-CRM dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan HTML, serta databasenya menggunakan MySQL. Metode penelitian digunakan yaitu *enhance* dengan mengidentifikasi masalah melalui wawancara pemilik Feby Laundry dan *staff*, observasi, studi literatur dari jurnal sebelumnya dan dokumentasi yang terdapat Feby Laundry. Hasil dari penelitian yang dibuat berupa aplikasi E-CRM laundry yang dapat meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan seperti memiliki fitur komplain, kritik saran dan testimoni.

Kata Kunci: E-CRM, Meningkatkan, Laundry

IMPLEMENTATION *ENHANCING ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT FOR IMPROVING CUSTOMER SERVICE* AT FEBY LAUNDRY

Abstract- The technology industry is currently expanding quickly, particularly in the commercial sector. Due to rising business competition, individuals are beginning to view customer satisfaction differently than they once did because of technology. This forces other industries, like laundry, to use technology to keep in touch with clients and boost client satisfaction through staff members' services. The use of *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) can help staff members provide better customer service. According to study on Feby Laundry, it has issues improving customer service. The issue is the lack of a system that can help service customers, as evidenced by staff members who are unable to accept criticism and suggestions, who struggle to handle customer complaints, who struggle to give customers promotional information because they still rely on a single medium, and who struggle to determine customer satisfaction because there are no testimonials. As a result, the author employed the PHP and HTML programming languages along with a MySQL database to construct a laundry system using E-CRM. The research approach is enhanced by identifying issues through observations, interviews with the owner and employees of Feby Laundry, literature from prior publications, and paperwork held by Feby Laundry. The findings of this study are presented in the form of an E-CRM laundry application that can enhance customer service by including features for reviews, suggestions, complaints, and criticism.

Keywords: E-CRM, Improve, Laundry

1. PENDAHULUAN

Dalam era teknologi saat ini, terutama di bidang bisnis, kemajuan teknologi ini memungkinkan akses data atau informasi dengan cepat dan akurat. Teknologi tidak sekedar memaksa perusahaan dan pelaku industri untuk bersaing secara penghasilaan, tetapi internet juga dapat digunakan untuk mengolah data dan informasi dengan cepat, akurat serta menguntungkan [1]. Dengan persaingan bisnis yang semakin meningkat, bisnis lain seperti jasa laundry memanfaatkan teknologi untuk mempertahankan hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Salah satu solusi dalam persaingan bisnis ini dengan menggunakan sistem CRM.

Customer Relationship Management (CRM) adalah teknik menciptakan koneksi jangka panjang antara bisnis dan pelanggan sehingga keduanya mendapatkan keuntungan dari berkomunikasi melalui media sosial, telepon,

email, situs web, dan saluran lainnya [2]. CRM bisa disebut penjualan terintegrasi, pemasaran, serta teknik layanan yang dirancang dalam meningkatkan penghasilan dan kepuasan pelanggan [3]. Selain itu, CRM juga terhubung dengan klien dalam suatu organisasi yang diharapkan dapat meningkatkan akses yang juga lebih cepat dan sifat siklus bisnis yang mencakup beberapa bidang, yaitu bidang pemasaran.

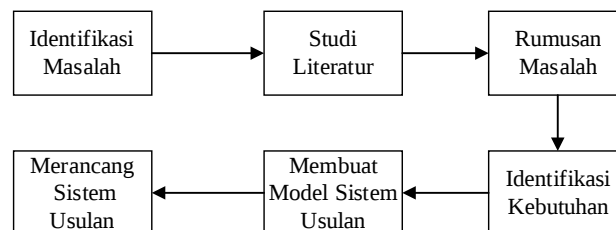
Laundry merupakan tempat yang digunakan untuk mencuci dan menyetrika pakaian [4]. Saat ini Feby Laundry menggunakan cara manual dalam menerima pemesanan dan masih menggunakan Whatsapp untuk menghubungkan pelanggan mengambil laundry yang sudah selesai. Staff Feby Laundry tidak dapat mengetahui seberapa besar tingkat loyalitas pelanggan dalam mendapatkan pelayanan yang telah diberikan. Informasi yang diperoleh hanya terbatas pada pengungkapan lisan dari pelanggan dan tidak ada pencatatan langsung yang dalam mengembangkan usaha. Staff juga kesusahan dalam mengatasi komplain pelanggan sehingga sulit memperbaiki pelayanan yang diberikan. Staff kesulitan dalam mengevaluasi kinerja pelayanannya dikarenakan pemberian kritik dan saran dari pelanggan hanya secara lisan. Dengan membuat suatu sistem dapat membantu meningkatkan pelayanan pelanggan dengan perancangan *electronic customer relationship management* (E-CRM). E-CRM adalah CRM yang dirancang menggunakan teknologi dengan internet, media elektronik, maupun *website* [5].

Dilihat dari masalah yang dihadapi Feby Laundry, maka penulis menyimpulkan bahwa E-CRM sebagai topik pembahasan tugas akhir dengan judul “Implementasi *Enhancing Electronic Customer Relationship Management* Dalam Meningkatkan Pelayanan Pelanggan Di Feby Laundry”. Studi literatur yang digunakan dalam referensi penelitian ini sebagai berikut. Pada penelitian dari Fachreza Haviedz Alqorni dan Hestya Patrie permasalahannya tidak ada media untuk mencetak kritik saran sehingga membuat fitur cetak kritik saran pada sistem E-CRM dalam memudahkan untuk memperbaiki pelayanan pelanggan [6]. Pada penelitian dari Cindy Juliani dan Ilka Zufria permasalahannya tidak ada media untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pelayanan sehingga membuat fitur testimoni penilaian pada sistem E-CRM dalam memudahkan *staff* untuk mengetahui kepuasan pelanggan [7]. Dari penelitian Varissa Hikmatillah, Iqbal Kamil Siregar, dan Wan Mariatul Kifti permasalahannya adalah tidak ada media untuk mengetahui keluhan pelanggan sehingga dibuatkan fitur komplain pada sistem E-CRM untuk menjaga hubungan dengan pelanggan [8]. Dari penelitian Debbie Mistika weni permasalahannya tidak adanya informasi seputar promosi sehingga dibuatkan fitur promosi dalam E-CRM yang berguna untuk mempertahankan pelanggan [9].

2. METODE PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

Terdapat beberapa proses yang dilakukan dalam memecahkan masalah diantaranya dalam diagram alur pada **Gambar 1.** dibawah ini.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

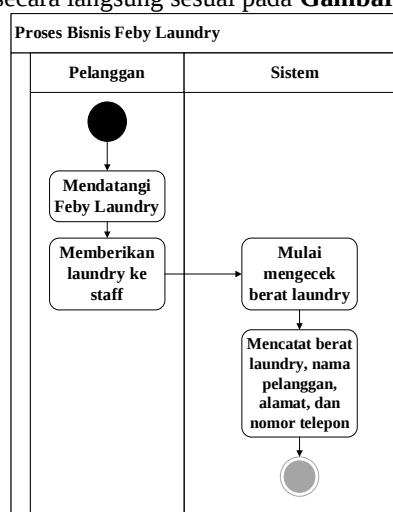
- Pada identifikasi masalah, penulis mengidentifikasi masalah dengan wawancara pemilik laundry dan staff dan observasi.
- Pada studi literatur, penulis mengumpulkan dokumen dan mempelajari beberapa jurnal terdahulu yang berguna dalam mencari solusi masalah penelitian ini.
- Pada rumusan masalah, penulis melakukan penjabaran masalah yang sudah terkumpul dan menganalisis proses bisnis yang berjalan dari wawancara sebelumnya. Untuk tahap ini penulis membuat *Fishbone* dengan *Draw IO* dan *Activity Diagram* menggunakan *Visio*.
- Pada identifikasi kebutuhan, penulis mengidentifikasi kebutuhan yang diperlukan dan diusulkan oleh pemilik toko dan staff dalam memberikan solusi dari masalah yang sudah dijabarkan. Untuk tahap ini penulis membuat *Activity Diagram* dan *Use Case Diagram* dengan *Visio*.

- e. Pada membuat model sistem usulan, penulis membuat model sistem yang sesuai dengan identifikasi kebutuhan yang sudah ditentukan. Untuk tahap ini penulis membuat *Class Diagram* dan *Sequence Diagram* dengan *Visio*.
- f. Pada tahap merancang sistem usulan, penulis membuat rancangan sistem website sesuai dengan identifikasi kebutuhan. Untuk tahap ini penulis membuat sistem rancangan dengan *Balsamiq*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

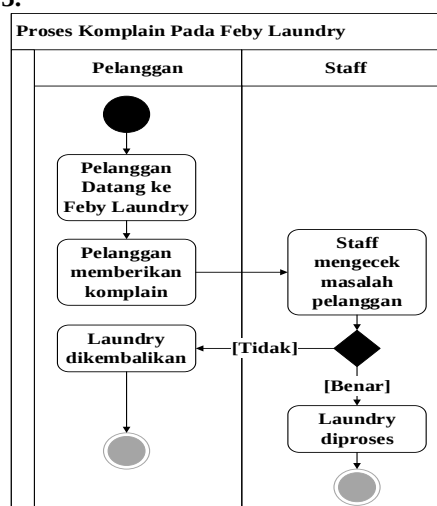
3.1 Analisis Proses Bisnis Berjalan

- a. *Activity Diagram* Proses Bisnis Feby Laundry
Di dalam *Activity Diagram* ini menjelaskan saat seseorang ingin mencuci Laundry di Feby Laundry harus mendatangi tempat dan memesan secara langsung sesuai pada **Gambar 2**.



Gambar 2. *Activity Diagram* Proses Bisnis Feby Laundry

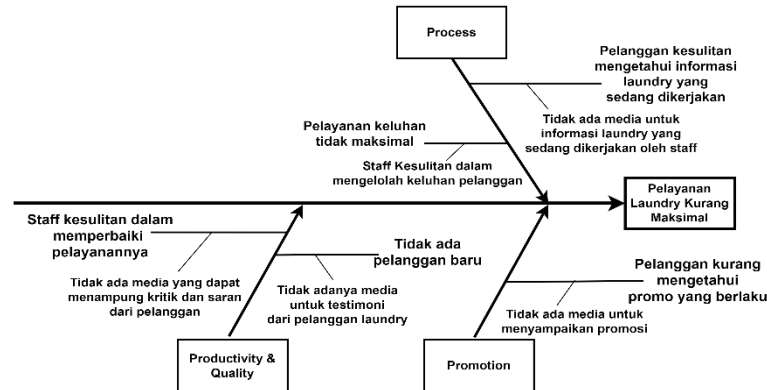
- b. *Activity Diagram* Proses Komplain
Activity Diagram ini menjelaskan proses komplain terhadap laundry yang tidak sesuai dengan keinginan pelanggan sesuai pada **Gambar 3**.



Gambar 3. *Activity Diagram* Proses Komplain

3.2 Analisis Masalah

Fishbone diagram bisa disebut dengan komponen kecil dari strategi peningkatan kualitas [10]. Pada penelitian ini fishbone diagram digunakan dalam menganalisis masalah yang terjadi di Feby Laundry. Berikut adalah analisis masalah dalam *fishbone diagram* pada **Gambar 4**.



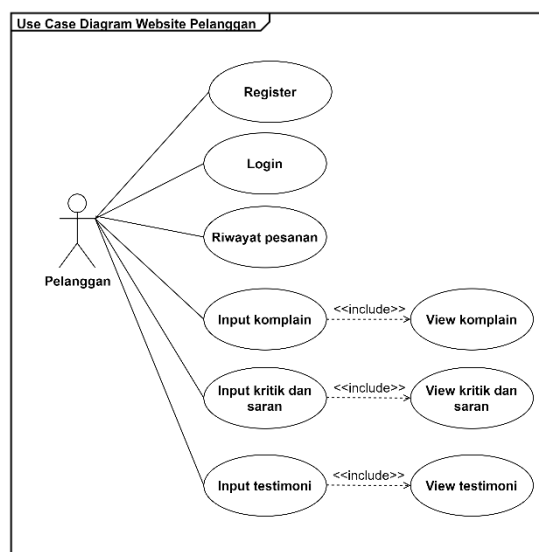
Gambar 4. *Fishbone Diagram*

Dari analisis masalah yang digambarkan dengan fishbone pada Gambar 4, maka dapat mengidentifikasi usulan kebutuhan sistem *E-CRM* sebagai berikut :

- Dibuatkan fitur komplain untuk memudahkan staff dalam mengelolah keluhan dari pelanggan.
- Dibuatkan fitur kritik saran dalam memudahkan staff untuk memperbaiki pelayanan jasa laundry.
- Dibuatkan sistem informasi proses laundry yang berjalan dalam memudahkan pelanggan mengambil laundry.
- Dibuatkan fitur testimoni untuk menarik pelanggan baru.
- Dibuatkan informasi promosi untuk pelanggan yang ingin melihat promosi terbaru dari Feby Laundry.

3.3 Use Case Diagram

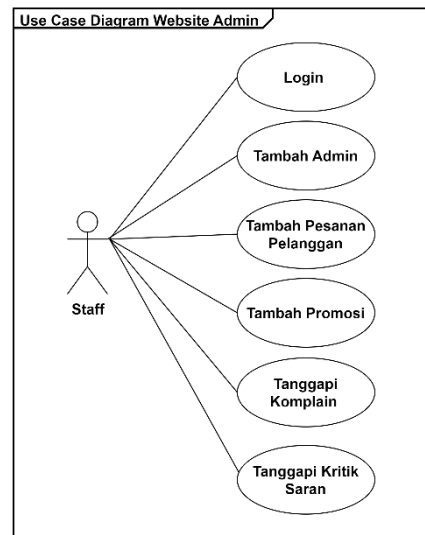
Use Case Diagram adalah diagram yang menampilkan perilaku sistem informasi yang akan dibuat use case, mendeskripsikan sebuah interaksi antara satu atau lebih pelaku dengan sistem informasi yang akan dibuat secara kasar [11]. Nantinya, interaksi ini akan menjadi dasar dari perintah yang menyebabkan sistem bereaksi setelah aktor melakukannya.



Gambar 5. *Use Case Diagram Website Pelanggan*

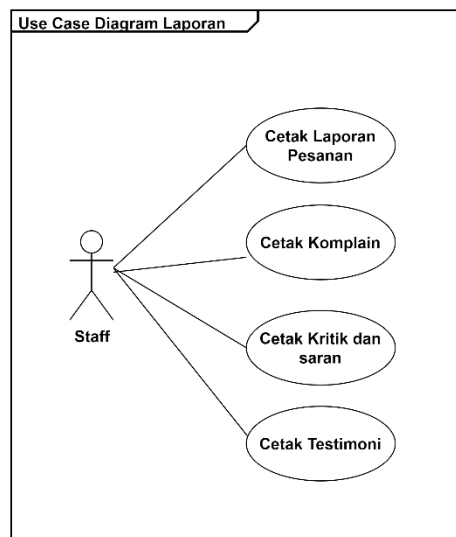
Pada **Gambar 5.** *Use Case Diagram Website Pelanggan*, user bisa *register* jika tidak mempunyai akun, *login* untuk pelanggan yang sudah mempunyai akun, *riwayat pesanan* jika pelanggan sudah melakukan pesanan pada

jasa Feby Laundry, *input* komplain jika pelanggan memiliki komplain terhadap jasa laundry yang kurang baik dan *view* komplain untuk melihat komplain, *input* kritik saran jika memiliki kritik dan saran terhadap Feby Laundry dan *view* kritik saran untuk melihat kritik saran, serta *input* testimoni jika memiliki penilaian terhadap jasa Feby Laundry dan *view* testimoni untuk melihat komentar penilaian pelanggan lainnya.



Gambar 6. Use Case Diagram Website Admin

Pada **Gambar 6.** Use Case Diagram Website Admin, user bisa login untuk mengakses sistem website admin, tambah admin untuk menambahkan akun staff, tambah pesanan jika ada pelanggan ingin pesan jasa laundry, tambah promosi jika staff memiliki promosi yang ingin diberikan kepada pelanggan Feby Laundry, tanggapi komplain jika staff ingin menanggapi komplain pelanggan, dan tanggapi kritik saran jika staff ingin menanggapi kritik dan saran dari pelanggan.



Gambar 7. Use Case Diagram Laporan

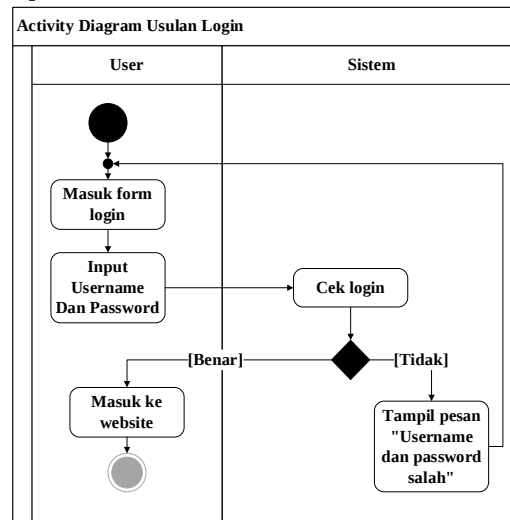
Pada **Gambar 7.** Use Case Diagram Laporan, user bisa cetak laporan pesanan, cetak laporan komplain, cetak laporan kritik dan saran, serta cetak laporan testimoni yang sudah masuk ke database sistem website E-CRM.

3.4 Activity Diagram Usulan

Activity Diagram merupakan rancangan aliran aktivitas user dalam menjalankan suatu sistem [11]. Activity diagram usulan bisa dapat dilihat berikut.

a. Activity Diagram Usulan Login

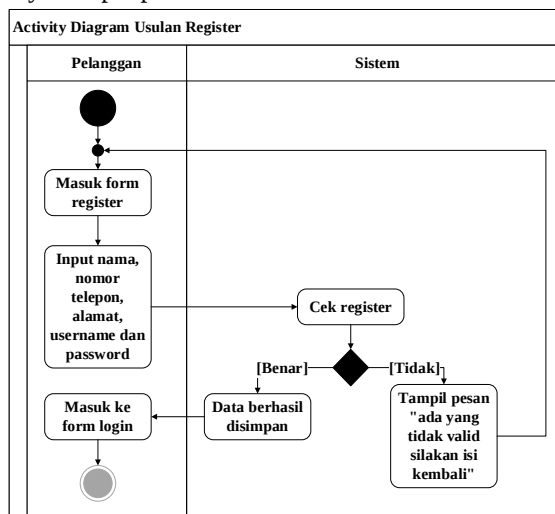
Pada *activity diagram* usulan *login* dilakukan jika pelanggan dan *admin* ingin mengakses ke *website* E-CRM Feby Laundry terdapat pada Gambar 8.



Gambar 8. Activity Diagram Usulan Login

b. *Activity Diagram Usulan Register*

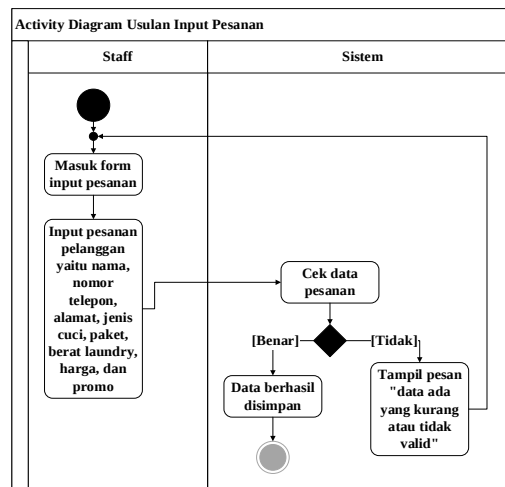
Pada *activity diagram* usulan *register* dilakukan jika pelanggan ingin membuat akun untuk bisa akses ke *website* E-CRM Feby Laundry terdapat pada **Gambar 9**.



Gambar 9. Activity Diagram Usulan Register

c. *Activity Diagram Usulan Input Pesanan*

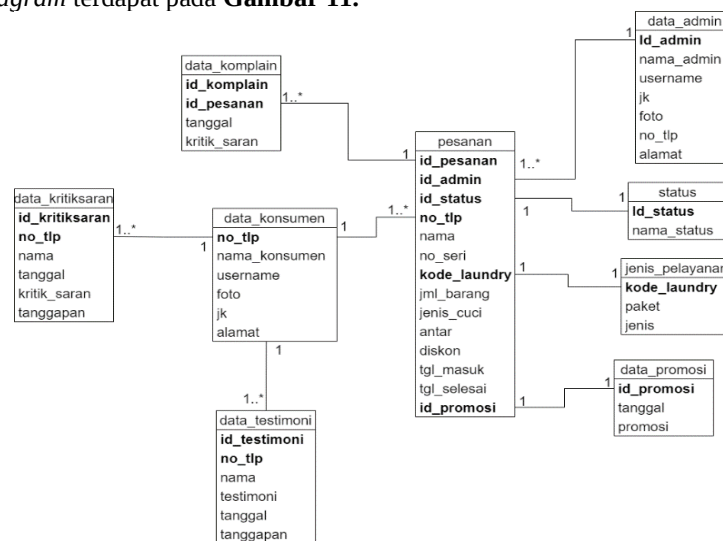
Pada *activity diagram* usulan *input* pesanan dilakukan jika ada pelanggan pesan jasa *laundry* di Feby Laundry seperti pada **Gambar 10**.



Gambar 10. Activity Diagram Usulan Input Pesanan

3.5 Class Diagram

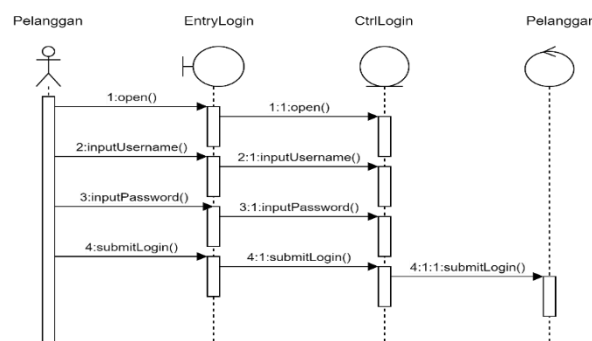
Class Diagram adalah model status yang menjelaskan struktur sistem dengan mengidentifikasi kelas yang akan dihasilkan untuk membangun sistem, menggambarkan kelas, dan menggambarkan hubungan antar kelas [11]. Berikut adalah Class Diagram terdapat pada Gambar 11.



Gambar 11. Class Diagram

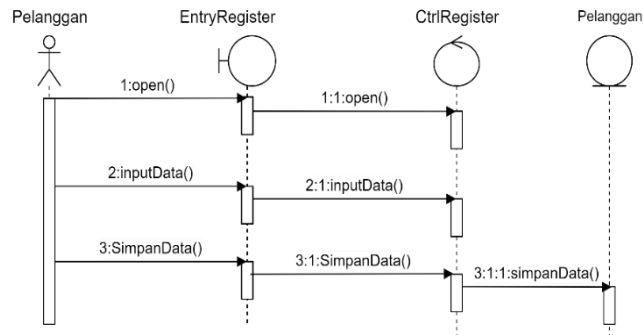
3.6 Sequence Diagram

Sequence diagram adalah diagram yang menampilkan proses diatur dalam urutan perangkat lunak [11]. Sequence diagram login dapat dilihat pada Gambar 12.



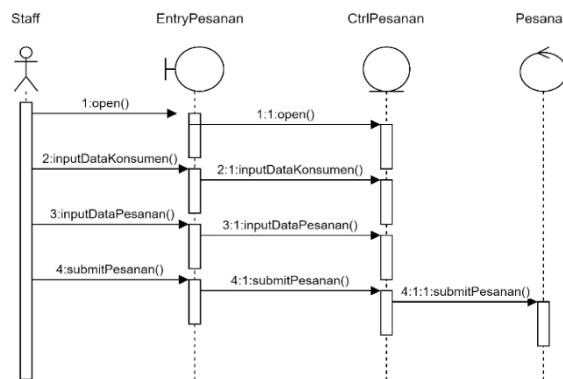
Gambar 12. Sequence Diagram Login

Sequence diagram register pelanggan dapat dilihat pada **Gambar 13**.



Gambar 13. Sequence Diagram Register Pelanggan

Sequence diagram *input* pesanan dapat dilihat pada **Gambar 14**.



Gambar 14. Sequence Diagram Input Pesanan

3.7 Hasil Implementasi Sistem

Pada **Gambar 15**. Rancangan Halaman *Login* merupakan rancangan halaman untuk pelanggan atau *staff* *login* jika ingin bisa mengakses sistem.

Feby Laundry

Masukan Username

Masukan Password

[Login](#)

[Register Akun Kostumer](#)

[Home](#)

Gambar 15. Rancangan Halaman *Login*

Pada **Gambar 16**. Rancangan Halaman *Register* merupakan rancangan halaman pelanggan untuk *register* jika tidak memiliki akun untuk *login*.

Gambar 16. Rancangan Halaman *Register*

Pada **Gambar 17.** Rancangan Halaman Utama *Admin* yaitu rancangan halaman khusus untuk staff dalam mengakses sistem E-CRM *admin*.

Gambar 17. Rancangan Halaman Utama *Admin*

Pada **Gambar 18.** Rancangan Halaman *Input Pesanan* merupakan rancangan halaman untuk pelanggan yang ingin pesan jasa laundry di Feby Laundry.

Gambar 18. Rancangan Halaman *Input Pesanan*

Pada **Gambar 19.** Rancangan Halaman *Input Komplain* merupakan rancangan halaman untuk pelanggan yang ingin komplain terhadap pelayanan Feby Laundry.

The screenshot shows a web application for 'Feby Laundry'. At the top, there is a dark blue header with the site name 'Feby Laundry' and navigation links: Home, About, Paket Harga, Promosi, Profil, and Logout. Below the header, the page title is 'Pengajuan Komplain'. On the left, there is a sidebar with user information: Nomor Seri: BL002, Nama Konsumen: Ari, Jenis Barang: Cuci Setrika, Berat Barang: 20, Total: Rp. 240000, and Status Pesanan: Selesai. The main content area contains a form with a text box labeled 'Komplain' and two buttons: 'Submit' (green) and 'Cancel' (red).

Gambar 19. Rancangan Halaman *Input* Komplain

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dibuat dalam meningkatkan pelayanan pelanggan di Feby Laundry, maka penulis memberikan kesimpulan bahwa dengan adanya fitur komplain pada sistem E-CRM maka staff dapat mudah mengelola keluhan pelanggan tentang layanan yang tidak sesuai. Dengan adanya fitur kritik saran di dalam sistem memudahkan staff untuk mengumpulkan kritik saran yang berguna memperbaiki kinerja pelayanan terhadap pelanggan Feby Laundry. Serta dengan adanya fitur testimoni dan promosi dapat meningkatkan pelanggan untuk kembali menggunakan jasa laundry di Feby Laundry serta mendapatkan pelanggan baru.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Bapak Dony Adrian selaku pemilik Feby Laundry serta staff yang sudah mendukung dan membantu dalam menyelesaikan tujuan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Khair, V. Rosalina, dan S. S., "Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Dengan Penerapan Customer Relationship Management Berbasis Web," *PROSISKO J. Pengemb. Ris. dan Obs. Sist. Komput.*, vol. 8, no. 2, hal. 60–85, 2021, doi: 10.30656/prosisko.v8i2.3856.
- [2] I. M. A. Mahendra, I. Gede Putu Krisna Juliharta, dan I. Nyoman Yudi Anggara Wijaya, "Implementasi Customer Relationship Management (Crm) Berbasis Website Pada Cv. Permata Digital Printing," *J. Inform. Teknol. dan Sains*, vol. 4, no. 2, hal. 105–113, 2022, doi: 10.51401/jinteks.v4i2.2019.
- [3] S. Saleh, Indera, dan C. Novia Basri, "Sistem Informasi Customer Relationship Management (CRM) dan Analisa Tingkat Loyalitas Pelanggan pada Toko Swalayan," *Ijccs*, vol. 15, No 01, no. x, hal. 45–53, 2022.
- [4] D. Wulandari, Z. Azhar, dan A. Syafnur, "PERANCANGAN E-CRM UNTUK MENINGKATKAN PELAYANAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA INTAN LAUNDRY," vol. 2, no. 3, hal. 229–236, 2022.
- [5] Yuliyanti dan Nurahman, "Penerapan E-CRM untuk Media Promosi Online dengan metode SDLC pada Madrasah Al-Falah Bumi Agung," *Sist. Dan Inform.*, hal. 77–88, 2021, [Daring]. Tersedia pada: <https://www.jsi.stikom-bali.ac.id/index.php/jsi/article/view/420/223>
- [6] F. H. Alqorni dan H. Patrie, "Implementasi E-Crm (Electronic Customer Relationship Management) Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Pelayanan Terhadap Anggota Koperasi Pegawai Negeri Mina Utama," *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 3, no. 1, hal. 295–300, 2020, doi: 10.36080/idealism.v3i1.1700.
- [7] C. Juliani dan I. Zufria, "Sistem Informasi Manajemen Laundry Menggunakan Metode Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web," vol. 11, no. 1, hal. 1082–1091, 2022.
- [8] V. Hikmatillah, "E-CRM Berbasis Web Pada Sistem Informasi Penjualan Toko Kue," *JATISI (Jurnal Tek. Inform. dan Sist. Informasi)*, vol. 9, no. 4, hal. 3108–3118, 2022, doi: 10.35957/jatisi.v9i4.2365.
- [9] D. Mistikaweni dan L. L. Hin, "PENERAPAN ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP (E-CRM) DALAM UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DAN," vol. 2, no. 2, hal. 72–77, 2019.
- [10] J. H. P. Sitorus dan M. Sakban, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Pada Toko Mandiri 88 Pematangsiantar," *J. Bisantara Inform.*, vol. 5, no. 2, hal. 1–13, 2021.
- [11] D. A. Susanto dan H. Dwi, "Perancangan Sistem Informasi Gudang Berbasis Web Menggunakan Framework Laravel," vol. 10, no. 1, 2023.