

## IMPLEMENTASI PELAYANAN PELANGGAN MELALUI *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM)* DI 71 LAUNDRY

Fadhil Egi Kurniawan<sup>1</sup>, Samsinar<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup>Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

<sup>1,2</sup>Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan, 12260, Jakarta, Indonesia

<sup>1</sup>1912500590@student.budiluhur.ac.id, <sup>2\*</sup>samsinar@budiluhur.ac.id

**Abstrak:** 71 Laundry merupakan suatu usaha bisnis yang bergerak dibidang jasa laundry dan *dry cleaning*. 71 Laundry memiliki permasalahan dalam meningkatkan pelayanan terhadap Pelanggan yang disebabkan kurangnya sistem untuk membantu pelayanan terhadap pelanggan, kurangnya pendengaran dalam *review*, komplain dan *feedback*, serta promosi yang masih menggunakan satu media. Dalam penelitian ini, tujuannya adalah untuk mengatasi sejumlah masalah yang dihadapi oleh 71 Laundry, seperti kekurangan sistem untuk mendukung layanan pelanggan, minimnya perhatian terhadap ulasan, keluhan, dan umpan balik, serta pembatasan dalam strategi promosi yang hanya menggunakan satu media. Untuk mencapai tujuan tersebut, penulis memilih untuk menerapkan pendekatan berorientasi objek dalam pengembangan sistem laundry baru yang berfokus pada E-CRM (*Electronic Customer Relationship Management*). Metode penelitian yang digunakan meliputi observasi, wawancara langsung dengan pemilik dan karyawan 71 Laundry, review literatur dari jurnal terkait, serta analisis dokumen terkait dengan 71 Laundry. Sebagai hasil dari penelitian ini, telah dikembangkan sebuah Aplikasi E-CRM laundry yang dibangun menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL. Tujuan dari aplikasi ini adalah untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di 71 Laundry dengan menawarkan solusi untuk masalah-masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya. Dengan penerapan Aplikasi E-CRM ini, diharapkan 71 Laundry dapat meningkatkan efisiensi dalam memberikan layanan kepada pelanggan, memberikan perhatian yang lebih baik terhadap ulasan, keluhan, dan umpan balik pelanggan, serta dapat melakukan promosi secara lebih efektif melalui berbagai media yang relevan. Langkah ini diharapkan dapat memperkuat hubungan antara 71 Laundry dan pelanggan, serta meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap layanan mereka.

**Kata Kunci :** E-CRM, Meningkatkan Pelayanan, Laundry.

**Abstract:** 71 Laundry is a business that operates in the laundry and dry cleaning services sector. 71 Laundry has problems in improving customer service which causes a lack of systems to assist customer service, a lack of listening in reviews, complaints and feedback, as well as promotions that still use one media. In this research, the aim is to overcome a number of problems faced by 71 Laundry, such as a lack of systems to support customer service, minimizing attention to reviews, complaints and feedback, and taking action in promotional strategies that only use one media. To achieve this goal, the author chose to apply an object-oriented approach in developing a new laundry system that focuses on E-CRM (*Electronic Customer Relationship Management*). The research methods used include observation, direct interviews with owners and employees of 71 Laundry, literature reviews from related journals, and analysis of documents related to 71 Laundry. As a result of this research, a laundry E-CRM application has been developed which was built using the PHP

*programming language and MySQL database. The aim of this application is to improve service quality and customer satisfaction at 71 Laundry by offering solutions to previously identified problems. By implementing this E-CRM Application, it is hoped that 71 Laundry can increase efficiency in providing customer service, pay better attention to customer reviews, complaints and feedback, and can carry out promotions more effectively through various relevant media. This step is expected to strengthen the relationship between 71 Laundry and customers, as well as increase customer loyalty to their services.*

**Keywords:** E-CRM, Improve Service, Laundry.

## PENDAHULUAN

Di era teknologi informasi ini, pelanggan tidak hanya berinteraksi dengan pemilik bisnis saja tetapi juga dengan pelanggan lainnya. Pelanggan yang tidak puas cukup mengomunikasikan ketidakpuasannya melalui media sosial yang akan menyebar dengan cepat dan bisa dilihat oleh pelanggan lain dan calon pelanggan. Karena itu menjalin hubungan baik merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Jika hubungan perusahaan dengan pelanggan baik maka apapun yang ditawarkan perusahaan, pelanggan akan lebih memilih perusahaan yang mereka sudah yakin dengan kualitas pelayanannya (Margono & Lestariningsih, 2023).

*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 (Mahendra et al., 2022). Implementasi CRM diharapkan dapat mendorong loyalitas pelanggan dengan cara yang tidak hanya menciptakan koneksi antara penjual dan pembeli, tetapi juga antara mitra. CRM merupakan strategi yang digunakan perusahaan untuk lebih memahami dan mengenali pelanggan mereka, dengan tujuan memberikan layanan terbaik dan membangun hubungan jangka panjang yang kuat.

71 Laundry merupakan suatu usaha bisnis yang bergerak dibidang jasa laundry dan dry cleaning. Saat ini 71 Laundry masih menggunakan cara *konvensional* dalam

menerima pesanan dari pelanggan dan masih menggunakan aplikasi *Whatsapp* untuk menghubungi pelanggan dalam pengambilan laundry yang sudah selesai dikerjakan. Data yang diterima hanya sebatas ungkapan secara lisan dari para pelanggan saja dan tidak ada pencatatan secara langsung yang mengakibatkan kesulitan meningkatkan usaha. Karyawan juga kesusahan dalam mengatasi komplain pelanggan sehingga sulit memperbaiki pelayanan yang diberikan. Karyawan kesulitan dalam mengevaluasi kinerja pelayanannya dikarenakan pemberian kritik dan saran dari pelanggan hanya secara lisan. Dengan membuat suatu sistem tujuannya untuk 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 (Yulianti & Nurahman, 2022).

Dilihat dari masalah yang dihadapi 71 Laundry, maka penulis menyimpulkan bahwa E-CRM dapat membantu Meningkatkan Pelayanan terhadap Pelanggan pada 71 Laundry”.

Pada penelitian ini merujuk ke Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Alqorni & Patrie, 2020), permasalahan yang dihadapi tidak adanya media untuk mencetak kritik saran sehingga membuat fitur cetak kritik saran pada sistem E-CRM (*Electronic Customer Relationship Management*) dalam meningkatkan pelayanan pelanggan. Penelitian oleh (Hikmatillah et al., 2022), permasalahan yang dihadapi adalah tidak ada media untuk mengetahui

keluhan pelanggan sehingga dibuatkan fitur komplain pada sistem E-CRM untuk menjaga hubungan dengan pelanggan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Mistikaweni & Hin, 2019), permasalahannya tidak adanya informasi seputar promosi sehingga dibuatkan fitur promosi dalam E-CRM yang berguna untuk mempertahankan pelanggan.

## KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Pada Tahap Kajian Pustaka Dan Landasan Teori adalah untuk sebagai bahan acuan penulis yang akan di ambil landasan teori yang berhubungan dengan penulisan ini sebagai berikut:

### CRM

CRM adalah sebuah strategi bisnis yang bersifat proaktif bertujuan untuk memupuk kesetiaan konsumen dan membuat mereka berjanji untuk menggunakan produk dan jasa perusahaan. Bila Kesetiaan terhadap suatu produk sudah terbentuk, akan timbul perilaku repeat buyer (pembelian berulang), dimana konsumen akan membeli produk perusahaan yang sama dalam jangka waktu panjang. Dengan situasi ini, sudah tentu perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan volume penjualannya secara terus menerus. Media untuk mewujudkan konsep CRM tersebut menggunakan Internet, dengan membangun suatu Website yang baru yang dilengkapi dengan database (Ariska et al., 2022).

### E-CRM

E-CRM adalah aplikasi software yang menyediakan pelanggan akses ke proses bisnis dari permintaan awal melalui layanan dan dukungan penjualan pasca penjualan. Gudang informasi pelanggan yang mencatat semua kontrak yang pelanggan punya dengan perusahaan dan menghasilkan profil pelanggan yang tersedia untuk semua orang dalam perusahaan dengan keperluan untuk mengetahui (Ariska et al., 2022).

### Sistem Informasi

Sistem Informasi adalah sebuah hubungan dari data dan metode dan menggunakan hardware serta software dalam menyampaikan sebuah informasi yang bermanfaat (Lim & Ridho, 2021).

### Unified Modeling Language (UML)

UML merupakan sebuah bahasa pemrograman visual standar untuk permodelan yang banyak dipakai didalam dunia kerja industri guna untuk mendefinisikan requirement, pembuat analisis design serta, menggambarkan arsitektur dalam pemrograman yang berorientasi pada objek (Lim & Ridho, 2021).

### Laundry

*Laundry* merupakan bagian dari departemen housekeeping yang memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan semua kegiatan pencucian, baik untuk keperluan operasional hotel maupun untuk tamu hotel (Matrido & Suryadi, 2018).

### MySQL

MySQL adalah salah satu jenis database yang banyak digunakan untuk membuat aplikasi berbasis *web* yang dinamis. MySQL termasuk jenis *Relational Database Management Sistem* (RDBMS). MySQL ini mendukung Bahasa pemrograman Php. MySQL juga mempunyai query atau bahasa SQL (*Structured Query Language*) yang simple dan menggunakan *escape character* yang sama dengan Php (Hidayah et al., 2019).

### PHP

PHP adalah bahasa pemrograman yang digunakan untuk mengembangkan aplikasi berbasis web. Sebagai sebuah aplikasi, sebuah situs web diharapkan memiliki karakteristik yang dinamis dan interaktif. Dinamis berarti bahwa konten situs web dapat berubah sesuai dengan kondisi tertentu, seperti menampilkan produk yang berbeda-beda untuk setiap pengunjung. Interaktif berarti bahwa situs web dapat memberikan respons atau

umpan balik kepada pengguna, seperti menampilkan hasil pencarian produk (Hidayah et al., 2019).

### HTML

HTML adalah format dokumen berbasis teks yang dapat dibaca dari satu sistem ke sistem lain tanpa perubahan yang signifikan, karena sebenarnya HTML hanyalah dokumen teks biasa. Teks dalam HTML disebut Markup Language karena menggunakan tanda-tanda khusus seperti tag, elemen, dan atribut yang digunakan untuk memformat teks dan menampilkan konten melalui browser. HTML adalah bahasa yang digunakan dalam World Wide Web (WWW) untuk membuat dokumen yang dapat ditampilkan dan diakses melalui browser (Hidayah et al., 2019).

### Visual Studio Code

*Visual Studio Code* (VS Code) ini adalah sebuah teks editor ringan dan handal yang dibuat oleh Microsoft untuk sistem operasi *multiplatform*, artinya tersedia juga untuk versi Linux, Mac, dan Windows. Teks editor ini secara langsung mendukung berbagai bahasa pemrograman serta bahasa pemrograman lainnya dengan bantuan *plugin* yang dapat dipasang. Teks editor VS Code juga bersifat *open source* (Arianto et al., 2021).

### Draw IO

*Draw.io* merupakan platform website dan perangkat lunak yang digunakan untuk membuat flowchart. *Draw.io* sangat bermanfaat dalam merancang berbagai diagram seperti Diagram Unified Modeling Language (UML), termasuk diagram Use Case dan diagram aktivitas (Hidayah et al., 2019).

## METODE

### 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 bias 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.

### Observasi

Observasi adalah suatu 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 juga dapat membutuhkan waktu yang cukup lama, terkadang juga subjek dapat mengubah perilaku karena kesadaran akan adanya pengamat, dan interpretasi data observasi dapat menjadi subjektif.

### Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian merujuk pada proses pencatatan, pengarsipan, dan penyimpanan informasi yang diperoleh selama penelitian. Ini termasuk catatan tentang metodologi, data, analisis, serta semua langkah-langkah yang diambil selama proses penelitian. Dokumentasi yang baik memungkinkan peneliti untuk melacak dan mereplikasi hasil, serta memberikan transparansi dan akuntabilitas dalam proses penelitian. Dokumentasi ini mencakup deskripsi metodologi penelitian, prosedur pengumpulan data, serta semua langkah-langkah yang diambil dalam proses penelitian, termasuk perubahan atau modifikasi yang dilakukan selama penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

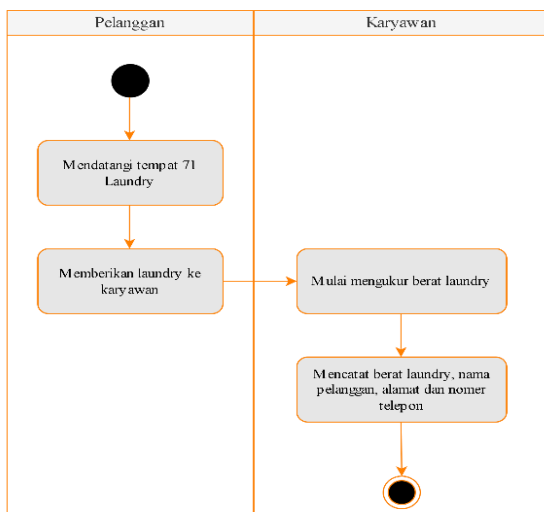
Pada tahap ini akan dilakukan setelah sistem perangkat lunak sudah selesai dibangun dan sudah dites oleh software tester. Pada tahap ini software diluncurkan dengan melakukan instalasi.

### Alur Proses Bisnis

Dalam penelitian ini, alur proses direpresentasikan menggunakan Activity Diagram. Activity Diagram merupakan visualisasi dari aliran kerja atau serangkaian aktivitas yang terjadi dalam sebuah sistem atau proses bisnis. Penting untuk dicatat bahwa dalam diagram aktivitas ini, yang digambarkan adalah aktivitas sistem itu sendiri, bukan aktivitas yang dilakukan oleh aktor yang terlibat dalam sistem tersebut (Lim & Ridho, 2021).

#### a. Proses Bisnis 71 Laundry

Proses ini menjelaskan bahwa ketika seseorang ingin mencari Laundry di tempat 71 Laundry harus mendatangi langsung ke tempatnya dan dipesan secara langsung. Yang terlihat pada Gambar 1 berikut:

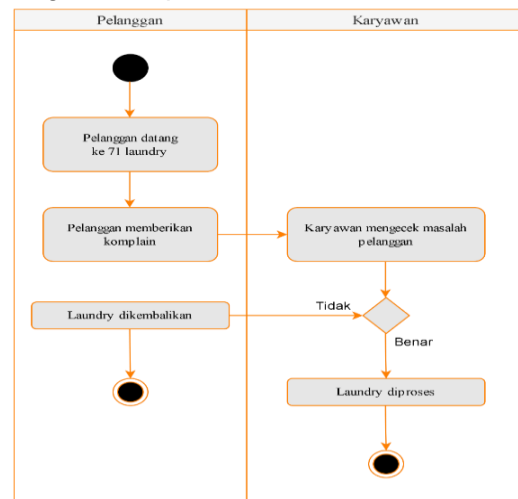


**Gambar 1. Activity Diagram Proses Bisnis 71 Laundry**

#### b. Proses Komplain

Proses ini menjelaskan proses komplain terhadap laundry yang tidak

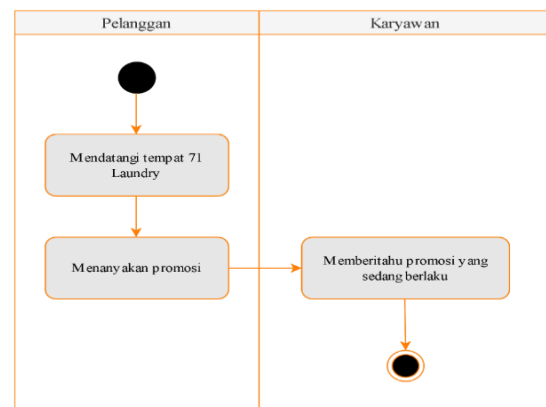
sesuai dengan keinginan pelanggan. Yang terlihat pada Gambar 2:



**Gambar 2. Activity Diagram Proses Komplain**

#### c. Proses Promosi

Proses ini menjelaskan proses karyawan 71 Laundry memberikan promosi kepada Pelanggan, yang terlihat pada Gambar 3 berikut:

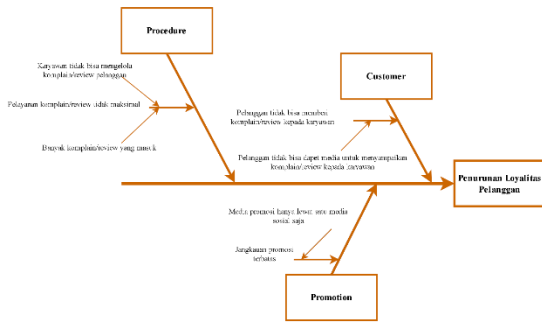


**Gambar 3. Activity Diagram Proses Promosi**

### Analisis Masalah

*Fishbone Diagram* merupakan yang juga dikenal sebagai diagram sebab-akibat atau diagram Ishikawa, adalah alat visual yang digunakan untuk menganalisis potensi penyebab dari suatu masalah atau efek tertentu (Nugroho et al., 2023).

Pada penelitian ini *fishbone diagram* dimanfaatkan untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada pada 71 Laundry, yang terlihat pada Gambar 4.



**Gambar 4. Fishbone Diagram**

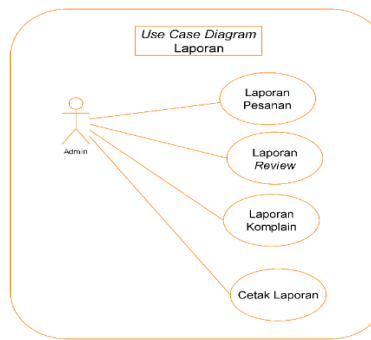
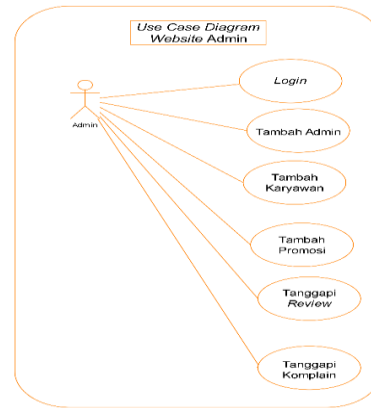
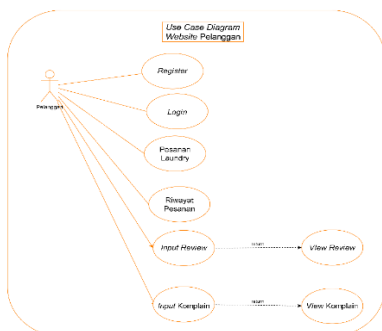
Mengidentifikasi permasalahan yang telah direpresentasikan dengan sebuah *fishbone diagram* pada Gambar 4, yaitu:

- Banyaknya komplain/review yang masuk sehingga karyawan tidak bisa mengelola dengan baik akibatnya pelayanan tidak maksimal.
- Jangkauan promosi terbatas dikarenakan hanya mengandalkan satu media promosi saja.
- Pelanggan tidak dapat menyampaikan komplain/review terhadap karyawan dikarenakan tidak tersedianya media yang dapat Diakses secara langsung.

**Model Data**

**Use Case Diagram**

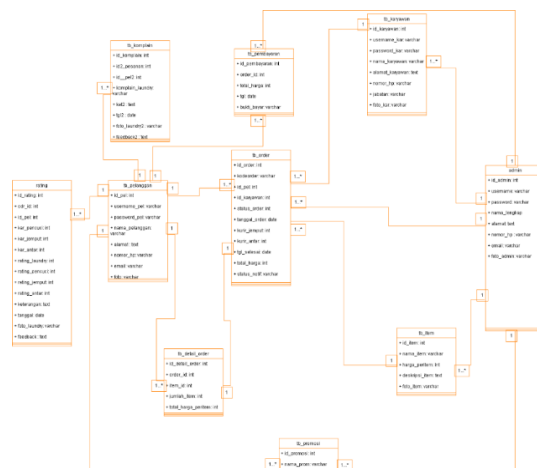
*Diagram Use Case (Use Case Diagram)* adalah salah satu jenis diagram dalam pengembangan perangkat lunak yang digunakan untuk menggambarkan interaksi antara sistem dan aktor-aktor yang terlibat dalam sistem tersebut. Diagram Use Case membantu dalam memodelkan fungsionalitas sistem dari perspektif pengguna, dengan fokus pada apa yang sistem lakukan, bukan bagaimana sistem melakukannya (Lim & Ridho, 2021). *Use Case Diagram* bisa dapat dilihat pada Gambar 5:



**Gambar 5. Use Case Diagram**

**Class Diagram**

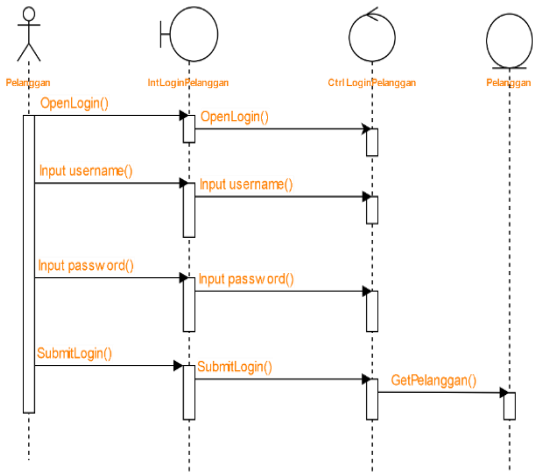
*Class Diagram* merupakan sebuah gambaran pada sistem yang didalamnya menggambarkan sebuah struktur sistem dari segi pendefinisian kelas yang akan dibuat agar dapat melakukan sesuai dengan kebutuhan fungsinya pada sistem, guna untuk membangun sistem (Lim & Ridho, 2021). *Class Diagram* bisa dapat dilihat pada Gambar 6.



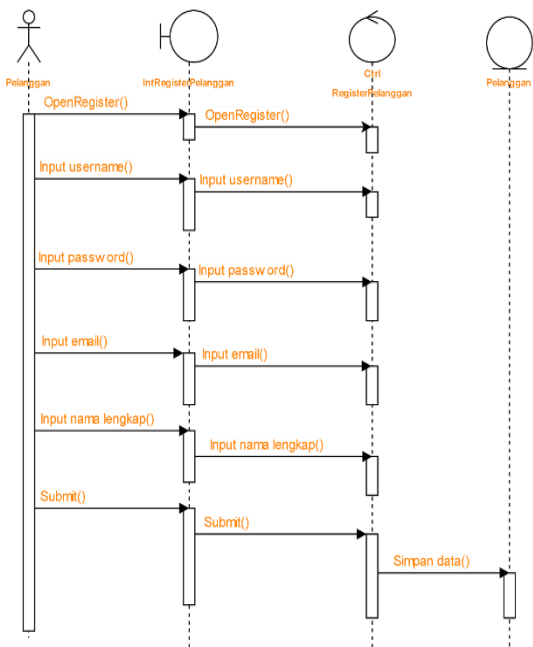
**Gambar 6. Class Diagram**

### Sequence Diagram

Sequence Diagram adalah sebuah diagram yang menggambarkan kelakuan dari objek yang ada pada use case dengan cara mendeskripsikan waktu kejadian objek dan pesan yang akan dikirim dan diterima oleh antar objek (Lim & Ridho, 2021).

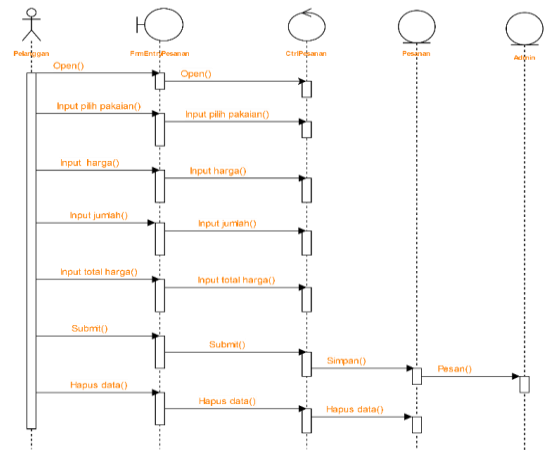


**Gambar 7. Sequence Diagram Login Pelanggan**



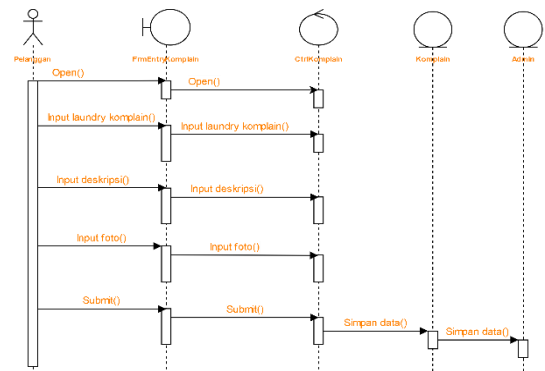
**Gambar 8. Sequence Diagram Register Pelanggan**

Pada Gambar 7 dan Gambar 8, merupakan penggambaran alur kerja sistem untuk Login dan Register Pelanggan dengan sequence diagram.



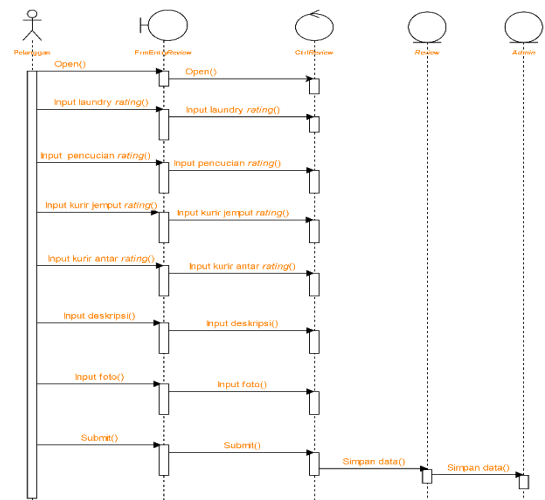
**Gambar 9. Sequence Diagram Pesanan**

Pada Gambar 9, merupakan penggambaran alur sistem untuk proses pemesanan laundry Pelanggan.



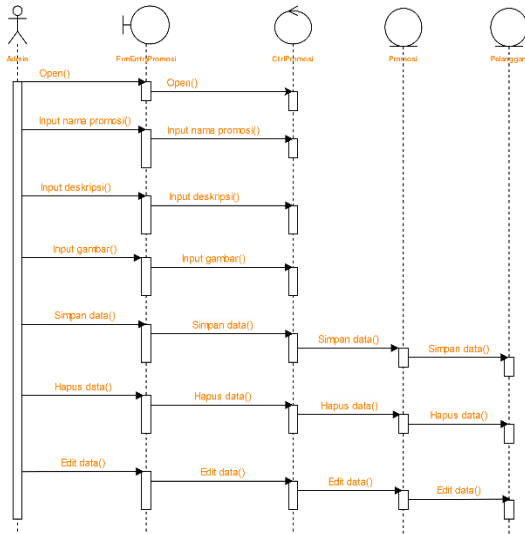
**Gambar 10. Sequence Diagram Komplain**

Pada Gambar 10 merupakan penggambaran dari alur sistem untuk Komplain Pelanggan.



**Gambar 11. Sequence Diagram Review**

Pada Gambar 11 dan Gambar 12 merupakan penggambaran dari alur sistem untuk proses Review dan Promosi.

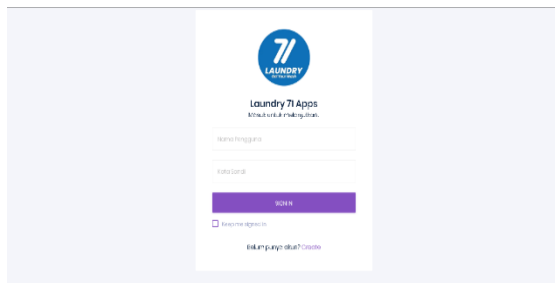


**Gambar 12. Sequence Diagram Promosi**

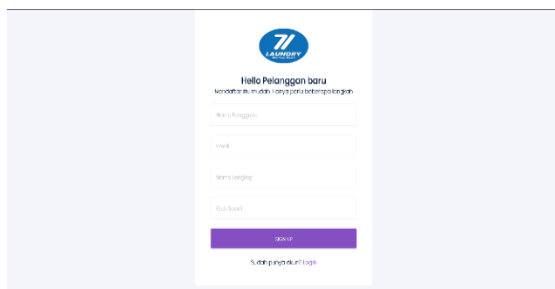
**Interface**

**a. Tampilan Login**

Tampilan *Login* ini adalah untuk masuk ke halaman menu baik dari sisi admin maupun Pelanggan. Untuk Tampilan Register adalah jika user belum mempunyai akun maka diwajibkan untuk melakukan register dengan memasukkan data yang dibutuhkan, yang terlihat pada Gambar 13 dan Gambar 14.



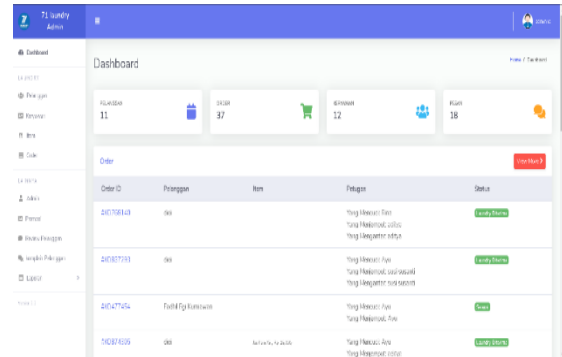
**Gambar 13. Halaman Login**



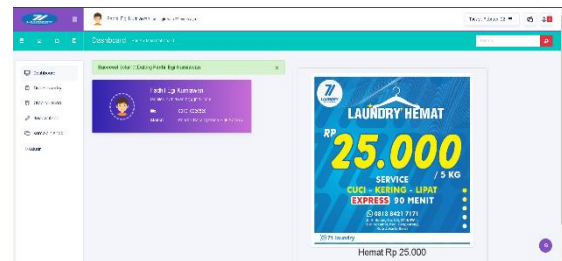
**Gambar 14. Halaman Register**

**b. Modul Utama Admin dan Pelanggan**

Tampilan ini merupakan modul khusus untuk admin dan Pelanggan dalam mengakses sistem E-CRM. Berikut ini adalah Halaman Utama Admin pada Gambar 15 dan Gambar 16.



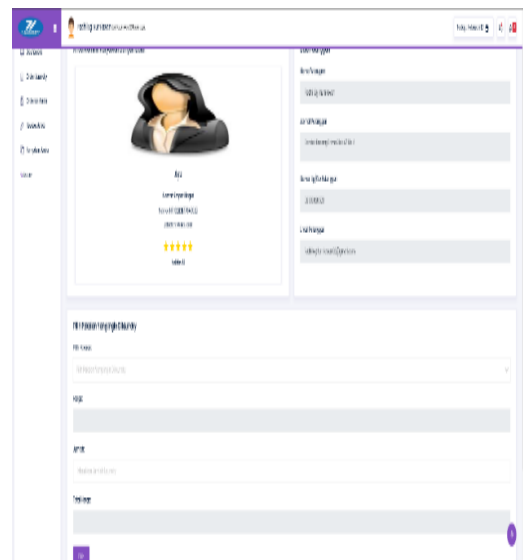
**Gambar 15. Rancangan Halaman Utama Admin**



**Gambar 16. Halaman Utama Pelanggan**

**c. Modul Input Pesanan**

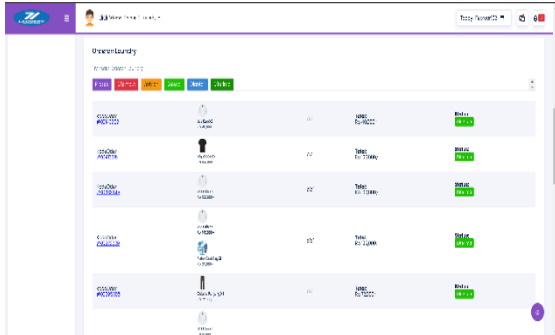
Tampilan ini adalah modul untuk memesan jasa laundry pada 71 Laundry. Berikut ini adalah tampilan *Input Pesanan* pada Gambar 17.



**Gambar 17. Halaman Input Pesanan**

d. Modul *View* Pesanan

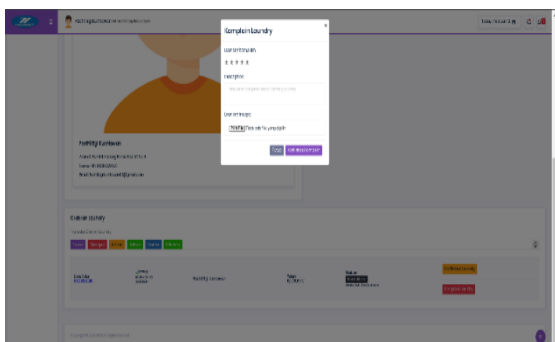
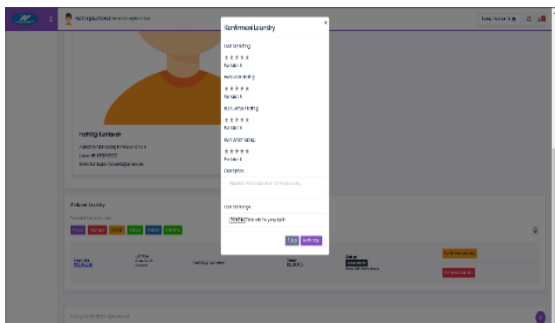
Tampilan ini adalah modul dimana terdapat data Pesanan Pelanggan jasa Laundry yang dapat dilihat. Berikut ini adalah tampilan *View* Pesanan pada Gambar 18.



Gambar 18. Halaman *View* Pesanan

e. Modul *Input* Review dan Komplain

Tampilan ini merupakan modul untuk melakukan review dan komplain yang dapat dilakukan oleh pelanggan terhadap pelayanan di 71 Laundry. Berikut ini adalah Tampilan *Input* Review dan Komplain pada Gambar 19.

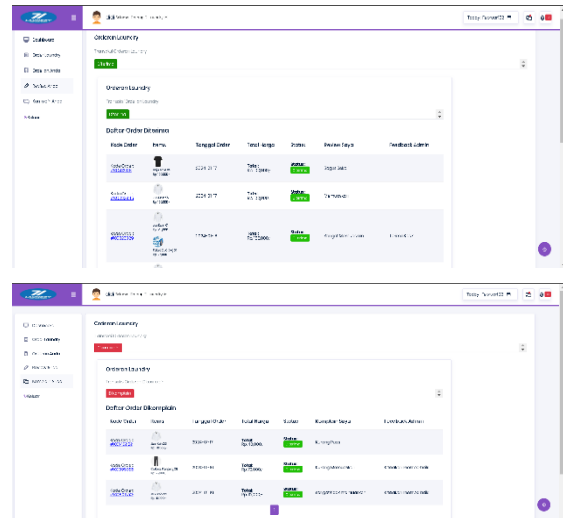


Gambar 19. Halaman *Input* Review dan Komplain

f. Modul *View* Review dan Komplain

Tampilan ini adalah modul yang berfungsi untuk melihat Review dan

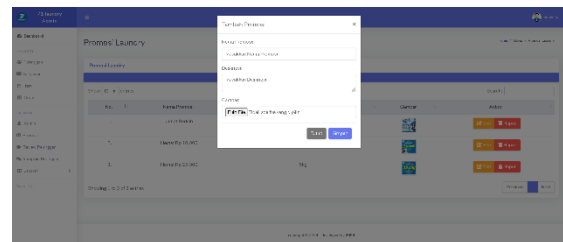
Komplain yang telah dilakukan Pelanggan. Berikut ini adalah tampilan *View* Review dan Komplain pada Gambar 20.



Gambar 20. Halaman *View* Review dan Komplain

g. Modul *Tambah* Promosi

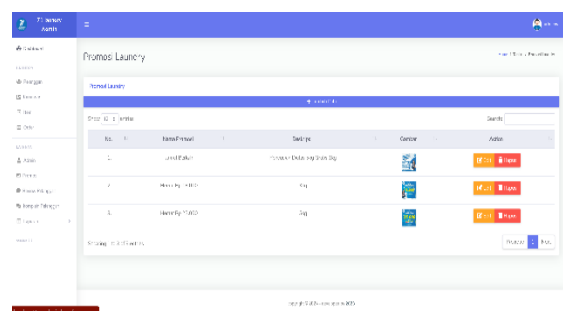
Tampilan *Tambah* Promosi merupakan modul untuk admin yang ingin menambahkan promosi terbaru di 71 Laundry. Berikut ini adalah Halaman *Tambah* Promosi pada Gambar 21.

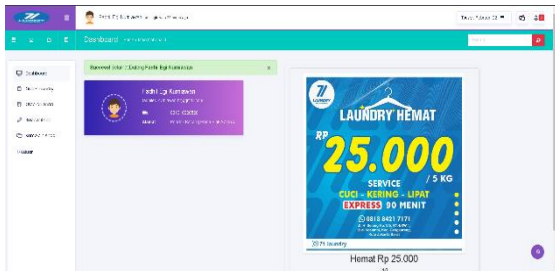


Gambar 21. Halaman *Tambah* Promosi

h. Modul *View* Promosi

Tampilan ini merupakan modul untuk admin dan pelanggan yang ingin melihat promosi terbaru di 71 Laundry. Berikut ini adalah Halaman *View* Promosi pada Gambar 22.





**Gambar 22. Halaman View Promosi**

## KESIMPULAN

Berdasarkan identifikasi permasalahan dan analisis yang telah dilakukan pada 71 Laundry, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pembuatan sistem E-CRM akan memudahkan karyawan dalam mengelola data komplain dan ulasan dari pelanggan, serta meningkatkan kualitas pelayanan.
2. Fitur ulasan yang terintegrasi dalam sistem akan membantu karyawan dalam mengumpulkan umpan balik yang dapat meningkatkan kinerja pelayanan kepada pelanggan.
3. Adanya fitur media promosi akan memperluas jangkauan promosi untuk 71 Laundry dan berpotensi meningkatkan jumlah pelanggan baru untuk jasa laundry tersebut.

## REFERENSI

- [1] Alqorni, F. H., & Patrie, H. (2020). Implementasi E-CRM (Electronic Customer Relationship Management) dalam Meningkatkan Kepuasan dan Pelayanan Terhadap Anggota Koperasi Pegawai Negeri Mina Utama. *IDEALIS: Indonesia Journal Information System*, 3(1), 295–300. <https://doi.org/https://doi.org/10.36080/idealis.v3i1.1700>
- [2] Arianto, R., Anam, A. K. Al, Devi, B., & Rachman, A. (2021). Pengembangan Aplikasi Sistem Informasi Inventory Pada CV Wijaya Las Kediri Menggunakan Model Waterfall. *Jurnal Saindikom*, 20(2), 73–83. <https://doi.org/https://doi.org/10.53513/jis.v20i2.3749>
- [3] Ariska, A. M., Irawati, N., & Muhazir, A. (2022). Penerapan Elektronik Customer Relationship Management (E-CRM) Dalam Penjualan Roti Berbasis Web. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 6(2), 1090–1101. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30865/mib.v6i2.4002>
- [4] Hidayah, A., Yani, A., Rusidi, R., & Saadulloh, S. (2019). Membangun Website SMA PGRI Gunung Raya Ranau Menggunakan PHP dan MySQL. *Jurnal Teknik Informatika Mahakarya*, 2(2), 41–52.
- [5] Hikmatillah, V., Siregar, I. K., & Kifti, W. M. (2022). E-CRM Berbasis Web Pada Sistem Informasi Penjualan Toko Kue. *JATISI: Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 9(4), 3108–3118. <https://doi.org/https://doi.org/10.35957/jatisi.v9i4.2365>
- [6] Lim, M., & Ridho, M. R. (2021). Rancang Bangun Sistem Informasi Point of Sale Dengan Framework Codeigniter Pada CV Powershop. *Journal Comasie*, 4(2), 50–59.
- [7] Mahendra, I. M. A., Juliharta, I. G. P. K., & Wijaya, I. N. Y. A. (2022). Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Website Pada CV. Permata Digital Printing. *JINTEKS*, 4(2), 105–113.
- [8] Margono, N. I. P. E., & Lestariningsih, M. (2023). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM), Word of Mouth (WoM), dan Kualitas Pelayanan Pada Loyalitas Pelanggan Cakra Entertainment. *JIRM: Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(1), 1–16.
- [9] Matrido, R., & Suryadi, L. (2018). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Jasa Laundry Pada Kumari Laundry Berbasis Object Oriented. *IDEALIS: Indonesia Journal Information System*, 1(4), 301–306.
- [10] Mistikaweni, D., & Hin, L. L. (2019). Penerapan Electronic Customer Relationship (E-CRM) Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan dan Pelayanan Terhadap Pelanggan Catering Handayani. *IDEALIS: Indonesian Journal*

- Information System*, 2(2), 72–77.
- [11] Nugroho, T. F., Andah, B. D., Yuliazmi, Y., & Juanita, S. (2023). Analisis dan Perancangan E-CRM Berbasis Web Untuk Meningkatkan Penjualan Pada CV. Anugerah Jaya. *2nd Seminar Nasional Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi (SENAFTI)*, 2(1), 980–989.
- [12] Yulianti, Y., & Nurahman, N. (2022). Penerapan E-CRM untuk Media Promosi Online dengan metode SDLC pada Madrasah Al-Falah Bumi Agung. *JSI: Jurnal Sistem Dan Informatika*, 16(2), 77–88.