

PERANCANGAN E-CRM UNTUK MENINGKATKAN PELAYANAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA INTAN LAUNDRY

Dini Wulandari¹, Zulfi Azhar^{2*}, Afdhal Syafnur

^{1,2,3}Sistem Informasi, STMIK Royal Kisaran

**email*: zulfi_azhar@yahoo.co.id

Abstract : At this time there are many laundries operating in the community. Competition is quite large in the laundry industry, offering relatively the same services with differences in service and laundry processing time. Intan Laundry wants to provide the best service for its customers, but in the current conditions there has been a significant decline in demand and increasing complaints about the end result of laundry services. For this reason, a web-based service information system is needed to increase loyalty using the E-CRM method which can manage laundry online. This E-CRM application design system was built to make it easier to promote laundry services more efficiently and to be able to extend this laundry to customers to be able to manage and get more customers by placing orders online.

Keywords: Customer Relationship Management; laundry; loyalty; online; clothing

Abstrak : Pada saat ini sudah banyak laundry yang beroperasi di kalangan masyarakat. Persaingan cukup besar di industri laundry, menawarkan jasa relatif sama dengan perbedaan pada pelayanan dan waktu pengerjaan laundry. Intan Laundry ingin memberikan pelayanan yang terbaik bagi *customernya*, namun dalam kondisi sekarang ini terjadinya penurunan permintaan yang cukup besar dan meningkatnya keluhan terhadap hasil akhir jasa laundry. Untuk itu diperlukan suatu sistem informasi pelayanan berbasis web untuk meningkatkan loyalitas dengan menggunakan metode E-CRM ini yang dapat mengelola laundry secara *online*. Sistem rancangan aplikasi E-CRM ini dibangun untuk mempermudah mempromosikan jasa *laundry* dengan lebih efisien serta dapat memperluas *laundry* ini kepada pelanggan untuk dapat mengelola serta mendapatkan pelanggan yang lebih banyak dengan melakukan pemesanan secara *online*.

Kata kunci : *Customer Relationship Management; laundry; loyalitas; online, pakaian.*

PENDAHULUAN

Persaingan didunia bisnis yang sangat ketat, membuat perusahaan harus melakukan

yang terbaik untuk meningkatkan kualitas mereka dalam segala aspek maka perlu dilakukan pemanfaatan teknologi informasi untuk meningkatkan daya saing di era yang modern seperti ini[1]. Dalam menghadapi dinamika pertumbuhan bisnis yang semakin kompetitif seiring dengan pemanfaatan teknologi informasi pihak manajemen harus melakukan terobosan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dari ancaman pesaing.

Customer relationship management (CRM) merupakan satu dari sekian banyak strategi yang diterapkan oleh banyak perusahaan, agar mereka dapat bertahan dalam

persaingan yang ketat saat ini[2], faktor internal dan eksternal dihubungkan untuk memuaskan konsumen serta dapat meningkatkan profit perusahaan tersebut[3], manajemen hubungan pelanggan yang baik, dapat meningkatkan kualitas layanan perusahaan[4]. Dalam menghasilkan loyalitas *customer* adalah salah satu komponen kesuksesan dalam usaha pelayanan jasa layanan yang memuaskan dari perusahaan terhadap konsumen[5]. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan adalah hal yang sangat penting dan harus diperhatikan oleh perusahaan[6], kualitas pelayanan/ jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan[7].

kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain[8]. Pelanggan menjadi sangat penting dimana adanya banyak pesaing yang menawarkan jasa yang sama bisa menjadi ancaman menurunnya jumlah pelanggan apabila tidak dapat mempertahankan pelanggan. Salah satunya mengenai bisnis penyedia jasa layanan *laundry* pakaian yang semakin banyak dimana-mana. Perkembangan jasa *laundry* ini sangat pesat dimana kini jasa *laundry* pakaian hampir bisa ditemui disetiap pelosok kota, perkembangan ini juga tidak lepas dari adanya peluang bisnis yang merasa repot dalam urusan mencuci pakaian.

Intan Laundry terletak dijalan Kartini, Kisaran.adalah usaha laundry jasa cuci pakaian kiloan dengan konsep perhitungan dari jumlah berat (kg) pakaian. Jasa *laundry* selain untuk mencuci juga sebagai tempat perawatan pakaian agar lebih bersih dan awet. Intan Laundry mengutamakan kualitas jasa dalam mendapatkan loyalitas dan mempertahankan loyalitas konsumen serta mencari pelanggan yang baru.

Pada saat ini sudah banyak *laundry* yang beroperasi di kalangan masyarakat. Persaingan cukup besar di industri *laundry*, menawarkan jasa relatif sama dengan perbedaan pada pelayanan dan waktu pengerjaan *laundry*. Intan Laundry ingin memberikan pelayanan yang terbaik bagi *customernya*, namun dalam kondisi sekarang ini terjadinya penurunan permintaan yang cukup besar dan meningkatnya keluhan terhadap hasil akhir jasa *laundry*. Tidak semua *customer* bisa loyal terhadap *laundry* pilihannya termasuk Intan Laundry. Kemudian untuk segala pencatatan, dokumen dan data-data saat ini di Intan Laundry masih melakukan penyimpanan di *microsoft word* dan *excel*, tidak adanya *database* untuk menyimpan data-data.

Penelitian pada studi kasus ini adalah untuk mendapatkan peningkatan layanan serta loyalitas *customer* pada Intan Laundry Kisaran dengan sistem informasi berbasis web. Sistem informasi dirancang dengan penggunaan bahasa pemrograman PHP dengan database MySQL, menggunakan metode CRM menggunakan fitur interaksi pelanggan dengan telepon dan email.

METODE

Adapun teknik pengumpulan data tersebut sebagai berikut :

Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan ini melakukan pengumpulan data secara langsung dengan mengambil data-data yang terjadi dilapangan melalui :

Observasi

Observasi dengan melakukan mencari dan mengumpulkan sumber informasi dengan pengambilan data di lapangan oleh peneliti untuk mengetahui permasalahan yang terjadi di tempat kejadian dan untuk mengetahui aktivitas Intan Laundry.

Wawancara

Wawancara dengan pengumpulan data dengan mengumpulkan informasi yang dibutuhkan dengan melakukan tanya jawab terhadap pihak yang merupakan sumber data Pemilik Intan Laundry.

Penelitian Keperustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan bertujuan untuk menyusun dasar teori dari beberapa jurnal, buku, internet yang memuat sejumlah teori yang berkaitan dengan penelitian ini..

Customer Relationship Management (CRM)

CRM merupakan adanya keterhubungan relasi antara *customer* dan perusahaan yang salah satunya merupakan strategi pemasaran mengupayakan *customer* tetap membeli produk dan jasa dari perusahaan. CRM merupakan perubahan paradigma pola hidup, untuk berkontribusi bersama antara *customer* dan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan bersama. CRM dibangun untuk meningkatkan *profit*, *revenue* dan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)

E-CRM adalah *database* informasi *customer* yang tersimpan dalam profil *customer*, mengintegrasikan semua proses bisnis yang berinteraksi dengan customer, pengelolaan relasi antara perusahaan dengan customer untuk meningkatkan loyalitas penggunaan produk-produk dengan memanfaatkan system teknologi informasi.

Konsep *E-CRM*

Konsep *E-CRM* membuat *database* tentang data pelanggan, profil, keinginan pelanggan, pekerjaan dan jumlah penghasilan. untuk mendapatkan hubungan keterkaitan antara perusahaan dengan pelanggan yang sangat penting dalam membina hubungan yang kuat dan berkesinambungan.

Strategi *CRM*

Strategi *CRM* merupakan usaha yang dilaksanakan perusahaan dalam mempertahankan *customer*. Keterkaitan perusahaan dengan *customer* berpengaruh besar dalam peningkatan hubungan pelanggan khususnya pelanggan yang loyal akan bisa usaha semakin berkembang dan pendapatanpun akan meningkat. Penerapan strategi *CRM*, bisa meningkatkan hubungan lebih baik dengan pelanggan, kepedulian dan loyalitas. Program tambahan dapat diterapkan terhadap pelanggan seperti melakukan *gamification*, memanfaatkan teknologi, menerapkan *loyalty program*, sistem poin dan lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Sistem yang Akan Diusulkan

Dari penelitian yang dilakukan pada sistem yang lama, terdapat permasalahan yang harus diatasi menggunakan sistem yang baru. Sistem Intan Laundry yang baru, menerapkan dan memakai sistem komputerisasi secara optimal pada proses pencatatan laundry, promosi dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan agar menghasilkan sistem yang lebih baik dan sesuai yang dibutuhkan.

Adapun analisis sistem informasi yang baru pada Intan Laundry dapat dijabarkan secara rinci pada keterangan berikut ini:

Pelanggan membuka website dan melakukan pendaftaran.

Pelanggan akan melakukan pesanan.

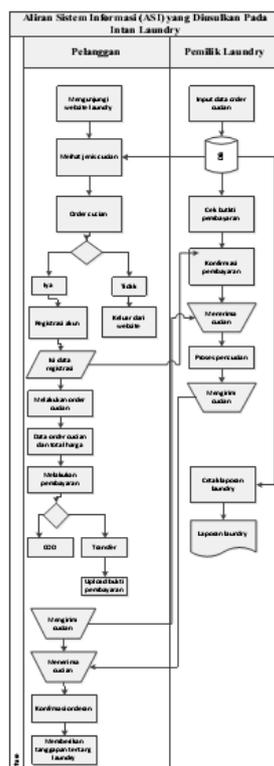
Pelanggan melakukan transaksi.

Pelanggan melihat status pesanan.

Admin akan mengelola data pesanan pelanggan.

Admin mencetak transaksi.

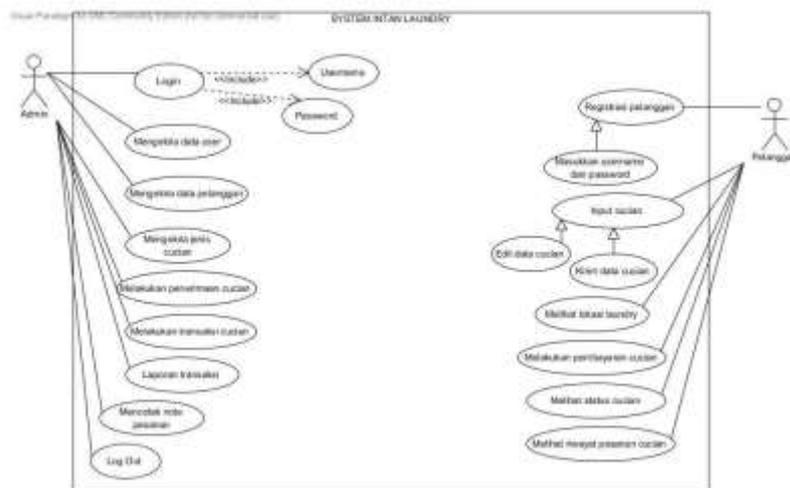
Pemilik akan menerima laporan pesanan pelanggan.



Gambar 1. Aliran sistem informasi yang diusulkan pada Intan Laundry

Unified Modelling Language (UML)

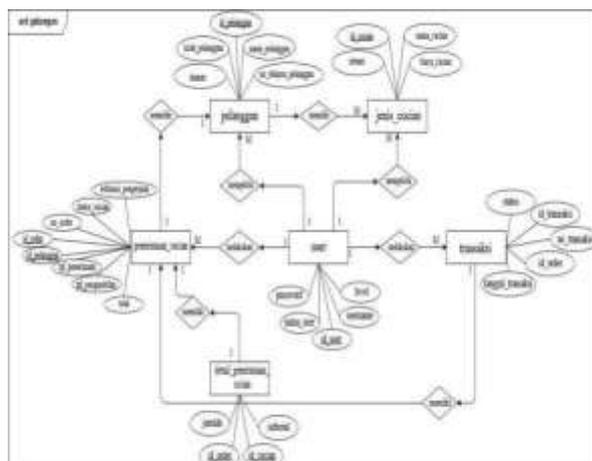
UML merupakan satu standart bahasa di dunia untuk mendefinisikan keperluan, analisa desain penggambaran program orientasi objek. Diagram *Use case* menggambarkan aktor dalam suatu sistem. Pada gambar 2 di bawah ini merupakan diagram use case untuk pelayanan dan loyalitas pelanggan pada Intan Laundry.



Gambar 2. Diagram Use Case

Entity Relationship Diagram (ERD)

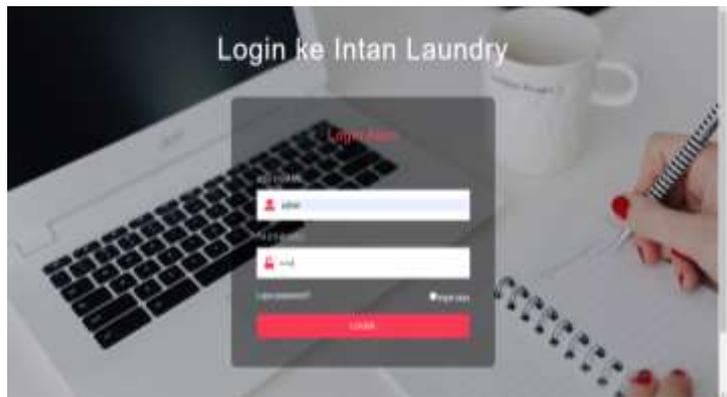
Penerapan ERD sebagai sistem informasi CRM berbasis web dalam pengelolaan layanan pada Intan Laundry sebagai berikut:



Gambar 3. Entity Relationship Diagram (ERD)

Implementasi Sistem

Implementasi sistem antarmuka atau *user interface* ditampilkan dengan pengkodean program pada halaman tampilan. Implementasi sistem pada E-CRM Intan Laundry ditunjukkan pada gambar 4 di bawah ini dalam akun *login* admin.



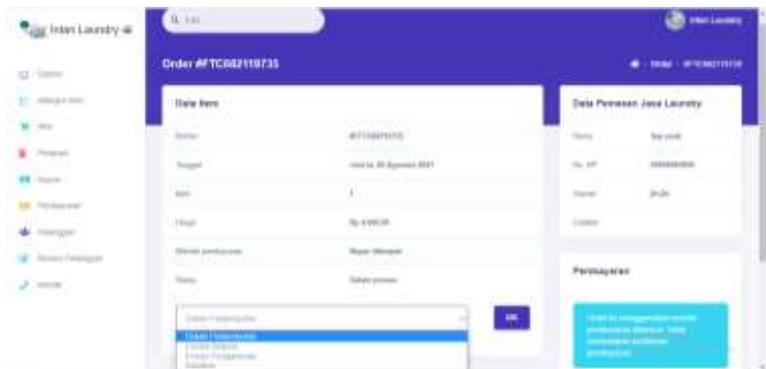
Gambar 4. Tampilan Halaman *Login Admin*

Selanjutnya merupakan tampilan depan dari E-CRM Intan Laundry pada gambar 5 di bawah ini.



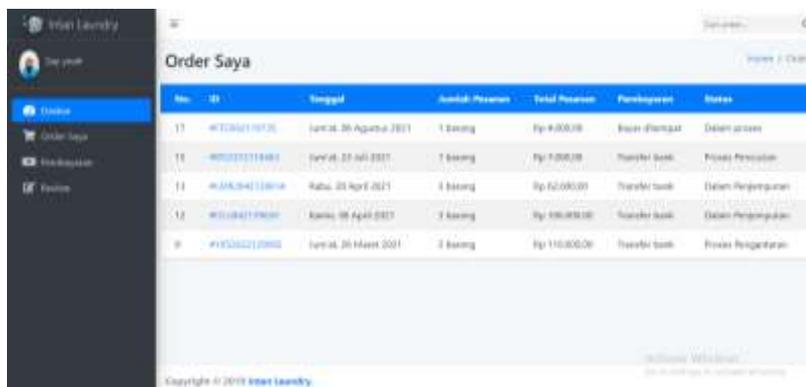
Gambar 5 Tampilan Depan *E-CRM Intan Laundry*

Halaman depan merupakan konfirmasi pesanan dimana admin akan mengkonfirmasi data pesanan dari pelanggan pada gambar 6 di bawah ini.



Gambar 6 Tampilan Konfirmasi Pesanan

Halaman orderan pelanggan adalah halaman untuk pelanggan melihat proses orderan. Berikut adalah tampilannya:



Gambar 7 Tampilan Halaman Orderan Pelanggan

Halaman print out adalah halaman yang menampilkan laporan pemesanan dari pelanggan yang kemudian nantinya akan *diprint* oleh admin atau pemilik *laundry*.



Gambar 8 Tampilan Halaman *Print Out*

SIMPULAN

Adapun hasil dari Perancangan E-CRM untuk meningkatkan pelayanan & loyalitas pelanggan pada Intan Laundry bahwa rancangan aplikasi E-CRM pada Intan Laundry ini dapat mengelola laundry secara *online* sehingga pelanggan dapat berinteraksi langsung dalam bertransaksi. Sistem rancangan aplikasi E-CRM ini dibangun untuk mempermudah mempromosikan jasa laundry dengan lebih efisien serta dapat memperluas *laundry* ini kepada pelanggan untuk dapat mengelola serta mendapatkan pelanggan yang lebih banyak dengan melakukan pemesanan secara *online*. Penggunaan beberapa fitur seperti grafik kunjungan dan transaksi penjualan terbaru, *fitur live chat* pada sistem yang bertujuan untuk memudahkan pelanggan dalam berkomunikasi kepada pemilik *laundry*. Fasilitas *member* dapat membantu pihak Intan

Laundry untuk mengelola informasi jasa *laundry* dalam meningkatkan pendapatan yang lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Tri Siska Wati, Zulfi Azhar, Rika Nofitri, Perancangan Sistem Informasi SCM Pada UD. Mebel Jaya. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi E-* ISSN 2503-2933 Vol. 9, No. 2, Juni 2022, Hal. 1581-1595
- [2] Victor, C., Jorie, R. J., & Sumarauw, J. S. B. (2015). Pengaruh Customer Relationship Management Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas. 3(2), 671–683.
- [3] Hidayat, R., & Prakoso, B. (2018). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Internet Terhadap Kepuasan Pelanggan Oyisam Clothing Malang. *Jurnal Penelitian Manajemen Penerapan (Penataran)*, 34–42. Retrieved from <http://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/359>.
- [4] Widyastuti, S. (2016). Membina Keakraban Pelanggan: Retrieved from <http://dosen.univpancasila.ac.id/dosenfile/1192211017152489488528April2018.pdf>
- [5] Darwin, S., & Sondang Kunto, Y. (2014). Program Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia – Surabaya, 2(1), 1. Retrieved from mahasiswa.dinus.ac.id/docs/skripsi/jurnal/20035.pdf%0A
- [6] Yosua, B., Suharyono, S., & Yulianto, E. (2017). Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan GraPARI Telkomsel di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 46(1). Retrieved
- [7] Management, 4(3), 2382–2392. Retrieved from openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka%25files%252Fjurnal_eproc/Fpengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-loyalitas-pelanggan-pada-apotek-telkomedika-di-kota-bandung-tahun-2017.pdf
- [8] Giyarni, Maria Magdalena Minarsih, A. T. H. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan On Line Representatif Pembayaran Pajak Bumi Dan Bangunan Terhadap Motivasi Wajib Pajak Di Wilayah Iv Kota Semarang. *Journal of Management Vol.02 No.02* , Maret 2016, 2(Effect Of Human Relationship, Compensation, And Organization Comitment On The Job Satisfaction), 1–13.