

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Terdapat penelitian terdahulu yang penulis gunakan sebagai acuan dalam pembuatan sistem informasi dengan pendekatan *Customer Relationship Management* (CRM). Penelitian – penelitian tersebut akan penulis gunakan untuk pengembangan penelitian Pembangunan Sistem Informasi Pada Bisnis *Laundry* dengan Pendekatan *Customer Relationship Management* Berbasis web. Penelitian yang pertama yang digunakan sebagai pembandingan adalah Perancangan E-CRM Untuk Meningkatkan Pelayanan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Intan Laundry[2]. Penelitian ini memiliki latar belakang permasalahan persaingan pada industri *laundry* cukup besar, jasa yang ditawarkan relatif sama, penurunan permintaan yang cukup besar, dan meningkatnya keluhan terhadap hasil akhir *laundry*. Tujuan dari penelitian ini adalah mendapatkan peningkatan layanan serta loyalitas konsumen dengan sistem informasi berbasis web. Promosi jasa *laundry* menjadi lebih mudah, efisien, dan mendapatkan konsumen lebih banyak. Hasil luaran sistem informasi yang dirancang menggunakan Bahasa pemrograman PHP dengan basis data MySQL, menggunakan pendekatan CRM dengan fitur interaksi konsumen melalui telepon dan *email*.

Penelitian kedua adalah Penerapan *Customer Relationship Management* Pada Sistem Informasi Pelayanan Jasa Meteorologi Berbasis Web[3]. Penelitian ini memiliki latar belakang permasalahan layanan informasi belum berjalan dengan efisien dan praktis. Hal ini disebabkan akses layanan harus dengan datang secara langsung dan proses pelayanan secara keseluruhan masih menggunakan cara manual. Hal tersebut menyebabkan proses pelayanan yang lama, pencarian berkas menjadi sulit. Untuk meningkatkan proses pelayanan jasa bagi pengguna,

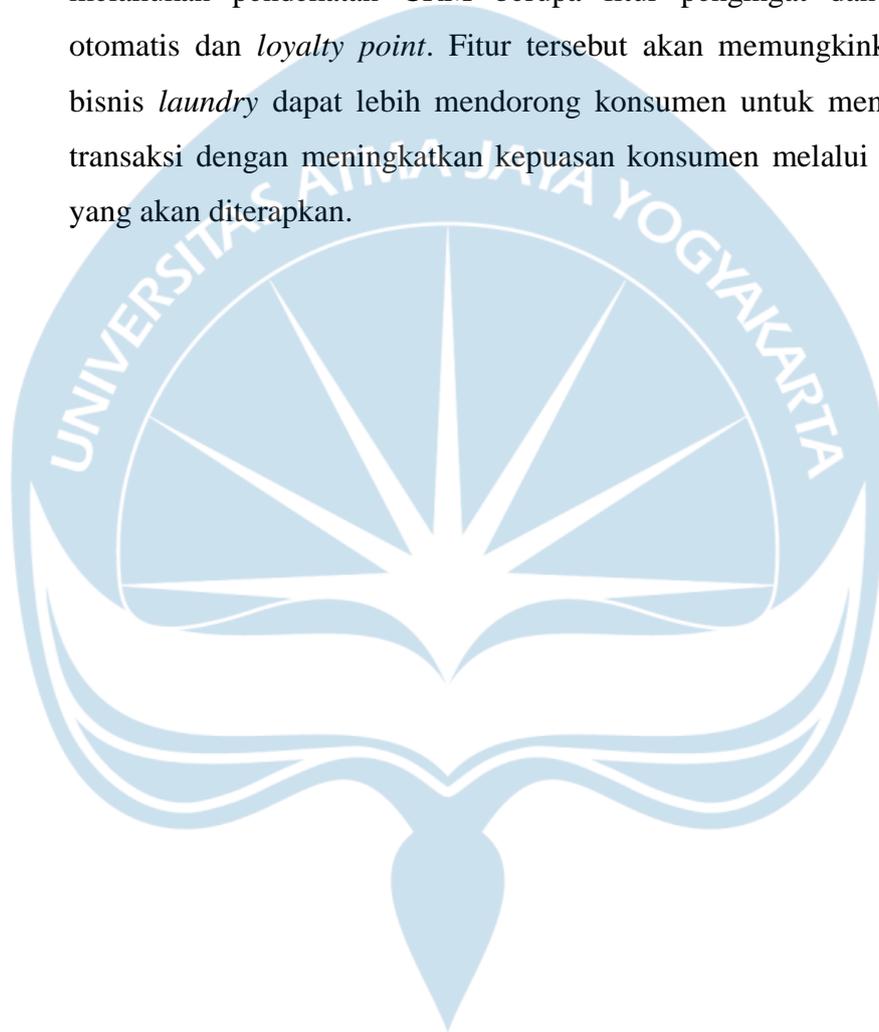
maka digunakan pendekatan CRM dengan fitur pengelolaan *feedback* dari pengguna jasa dengan harapan dapat meningkatkan efisiensi, transparansi, dan akuntabilitas layanan. Hasil luaran penelitian ini adalah sistem informasi yang mengimplementasi CRM dengan fitur survei kepuasan, kritik, dan saran serta pengajuan komplain. Implementasi tersebut dapat membantu petugas mengetahui berapa tingkat kepuasan pengguna dan mempermudah pengguna mengajukan komplain.

Penelitian ketiga adalah Implementasi CRM (*Customer Relationship Management*) pada Sistem Informasi Penjualan Sembako di Toko Amaliah Pasar Panji Situbondo [4]. Penelitian ini memiliki latar belakang permasalahan di mana tidak ada pembeda cara pelayanan antara pelanggan dan konsumen. Selain itu, keberagaman data membuat penjual mengalami kesalahan pengolahan data penjualan dan ketersediaan stok yang tidak sesuai dengan tingkat minat pelanggan. Oleh karena itu, dibangun sistem informasi yang mengimplementasi pendekatan CRM dengan fitur memberikan informasi pada pelanggan terkait promosi barang dan ucapan hari penting berbasis WhatsApp. Hasil luaran dari penelitian ini adalah sistem informasi yang mengimplementasi pendekatan CRM yang dapat membantu proses pemesanan, mempermudah penyebaran informasi, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Penelitian keempat adalah *Customer Clustering and Classification for CRM Loyalty Program in Milk Powder Industry* [5]. Penelitian ini memiliki latar belakang permasalahan perubahan gaya hidup pada masa pandemi memengaruhi daya beli dan kebiasaan terhadap kebutuhan produk susu. Sehingga, agar dapat bersaing secara bisnis dan meningkatkan keuntungan memerlukan strategi untuk mempertahankan konsumen dengan memprediksi loyalitas konsumen *clustering* dan mengklasifikasi profil pelanggan. Hal ini membutuhkan peningkatan kualitas dan kuantitas untuk mencapai kepuasan konsumen agar dapat mempertahankan konsumen. Hasil luaran dari penelitian ini adalah model

yang dapat digunakan untuk mengklasifikasi seberapa besar proporsi konsumen yang loyal atau tidak dalam program loyalitas pelanggan.

Dari keempat penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya yang menjadi perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah melakukan pendekatan CRM berupa fitur pengingat dan notifikasi otomatis dan *loyalty point*. Fitur tersebut akan memungkinkan pelaku bisnis *laundry* dapat lebih mendorong konsumen untuk menyelesaikan transaksi dengan meningkatkan kepuasan konsumen melalui fitur CRM yang akan diterapkan.



B. Tabel Perbandingan

Pada tabel 2.1 merupakan tabel perbandingan mengenai penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian-penelitian terdahulu.

Tabel 2. 1 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Peneliti	Dini Wulandari, Zulfi Azhar, Afdhal Syafnur[2]	Imam Agustian, Vidilla Rosalina, Suherman[3]	Faiqotur Riski, Abd. Ghofur, Nur Azise[4]	Melky Simorangkir, Zulkarnain[5]	Theodorus Ardhi Wicaksono
Judul	Perancangan E-CRM Untuk Meningkatkan Pelayanan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Intan Laundry	Penerapan <i>Customer Relationship Management</i> Pada Sistem Informasi Pelayanan Jasa Meteorologi Berbasis Web	Implementasi CRM (<i>Customer Relationship Management</i>) pada Sistem Informasi Penjualan Sembako di Toko Amaliah Pasar Panji Situbondo	<i>Customer Clustering and Classification for CRM Loyalty Program in Milk Powder Industry</i>	Pembangunan Sistem Informasi Pada Bisnis Laundry dengan Pendekatan <i>Customer Relationship Management</i> Berbasis Web
Tahun	2022	2022	2023	2022	2024
Fitur CRM	Interaksi konsumen	Pengelolaan <i>feedback</i>	Notifikasi	<i>Clustering</i> dan	Pengingat dan

	melalui telepon dan <i>email</i>			klasifikasi	notifikasi otomatis dan <i>loyalty point</i>
Integrasi WhatsApp	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya
Platform	Web	Web	Web	Model Klasifikasi	Web
Objek Penelitian	Intan Laundry	Stasiun Meteorologi	Toko Amaliah	Industri Susu Bubuk	Sinar Laundry
Framework	Native	Codeigniter	Native	<i>Cross Industry Standard Process and Data Mining</i>	Laravel
Hasil	Sistem rancangan aplikasi E-CRM ini dibangun untuk mempermudah mempromosikan jasa laundry dengan lebih efisien serta dapat memperluas laundry ini kepada pelanggan	Sebuah sistem informasi pelayanan jasa meteorologi berbasis Web, yang dapat membantu pengguna jasa mendapatkan informasi meteorologi, mempermudah petugas	Sebuah sistem yang dapat mempermudah proses pemesanan dan promosi pada pelanggan serta penerapan CRM dapat memperkokoh hubungan dengan pelanggan dan	Sebuah model yang dapat digunakan untuk mengklasifikasi konsumen pada program loyalitas konsumen berdasarkan Kumpulan data dan	Sebuah sistem informasi Sinar Laundry berbasis web menggunakan pendekatan CRM berupa fitur pengingat dan notifikasi otomatis dan <i>loyalty point</i>

	<p>untuk dapat mengelola serta mendapatkan pelanggan yang lebih banyak dengan melakukan pemesanan secara <i>online</i></p>	<p>dalam memberikan pelayanan jasa, pembuatan jadwal kunjungan atau pertemuan, mengajukan komplain pelayanan jasa, memberikan kritik dan saran serta mengukur kepuasan pengguna jasa</p>	<p>memberikan informasi kepada pelanggan serta meningkatkan kualitas pelayanan pada pelanggan</p>	<p>variable yang membangun model tersebut</p>	<p>yang dapat lebih mendorong konsumen untuk menyelesaikan transaksi dengan meningkatkan kepuasan konsumen</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------