RANCANGAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) PADA LAYANAN *LAUNDRY*

SKRIPSI

Program Studi Sarjana Informatika
Jurusan Informatika

Oleh:
AYU LESTARI
NIM D1041191058

FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2025

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Lestari

NIM : D141191058

menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul " **RANCANGAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) PADA LAYANAN LAUNDRY** " tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi manapun. Sepanjang pengetahuan Saya, tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Saya sanggup menerima konsekuensi akademis dan hukum di kemudian hari apabila pernyataan yang dibuat ini tidak benar.

Pontianak, 25 Juli 2025

Ayu Lestari
NIM D1041191058

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
FAKULTAS TEKNIK
Jalan Prof. Dr. H. Hadari Nawawi Pontianak 78124
Telepon (0561) 740186, WA: +6282152280907
Email : ft@untan.ac.id Website : http://teknik.untan.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

RANCANGAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PADA LAYANAN LAUNDRY

Program Studi Sarjana Informatika
Jurusan Informatika

Oleh:

Ayu Lestari
NIM D1041191058

Telah dipertahankan di depan Penguji Skripsi pada tanggal 25 Juli 2025 dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana.

Susunan Penguji Skripsi:

Ketua,

Eva Faja Ripanti, S.Kom. MMSI., Ph.D
NIP 197803192008012014

Penguji Utama,

Tursina, S.T., M.Cs.
NIP 197801152002122003

Sekretaris,

H. Hengky Anra, S.T., M.Kom.
NIP 197503251999031005

Penguji Pendamping,

Rina Septiriana, S.T., M.Cs.
NIP 198709232020122001

Pontianak, 25 Juli 2025
Dekan,

Dr.-Ing Ir. Slamet Widodo, M.T., IPM
NIP 196712231992031002

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan hormat, saya ingin menyampaikan persembahan terdalam atas dukungan yang tak terhingga dari orang tua tercinta saya **Ibu Santi Kurniasih** dan **Bapak Suroso Teddy Riyono S.T** dan ketiga saudara saya yang tersayang adik perempuan **Wulandari , Trihapsari , Mufida Talita Aftani** beserta seluruh keluarga yang selalu memberikan dorongan motivasu dan cinta tanpa batas dalam setiap langkah perjalanan perkuliahan saya. Tidak lupa juga teman – teman saya yang mendukung saya dalam penelitian saya dari awal hingga akhir yaitu **Nia, Geby , Tiara, Reza, Russy,** dan **Mario.** Terima kasih kepada seluruh teman Informatika angkatan 2019 yang selalu kompak, menemani serta membantu saya sejak awal dalam perkuliahan. Tidak lupa saya berterima kasih untuk diri saya sendiri yang telah berkerja keras, atas gelar pendidikan yang telah dicapai, gelar ini merupakan bentuk apresiasi kepada diri saya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur yang tak terhingga penulis ucapkan pada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian skripsi ini dengan judul "Rancangan *Customer Relationship Management* (CRM) Pada Layanan *Laundry*" guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Sarjana Informatika Jurusan Informatika pada Fakultas Teknik.

Dalam penulisan proposal skripsi ini penulis telah banyak mendapat bantuan, bimbingan, pengarahan, petunjuk, saran, maupun dorongan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak terutama kepada dosen pembimbing.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu saran yang bersifat positif dari semua pihak sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita.

Pontianak, Juli 2025

Penulis,

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang sistem Customer Relationship Management (CRM) berbasis web pada layanan laundry guna meningkatkan efisiensi operasional dan membangun hubungan jangka panjang antara pemilik laundry dan pelanggan. Sistem ini mengintegrasikan tiga fase utama CRM, yaitu Akuisisi, Retensi, dan Penetrasi. Pada fase Akuisisi, website menyediakan fitur pendaftaran pelanggan menjadi member, kemudahan registrasi, serta promosi dan voucher diskon untuk pelanggan baru. Fase Retensi mencakup fitur riwayat transaksi, program loyalitas dengan diskon untuk pelanggan yang sering menggunakan layanan, serta pemberian notifikasi promosi. Fase Penetrasi bertujuan untuk menawarkan layanan tambahan (cross-selling dan up-selling) dan memberikan notifikasi atau voucher diskon kepada pelanggan lama yang belum menggunakan layanan baru. Sistem dibangun menggunakan metode Waterfall, yang terdiri dari analisis kebutuhan, desain, implementasi, dan pengujian. Pengujian sistem menggunakan Black-Box Testing dan User Acceptance Testing (UAT) menunjukkan hasil yang memuaskan, dengan tingkat kepuasan mencapai 81,5% untuk admin dan 90,4% untuk pelanggan. Hasil ini membuktikan bahwa sistem CRM berbasis web ini efektif dalam meningkatkan pengalaman pengguna, efisiensi operasional, serta membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan untuk mendukung pertumbuhan bisnis laundry yang berkelanjutan.

Kata kunci: *Customer Relationship Management* (CRM), layanan laundry, sistem informasi.

ABSTRACT

This research aims to design a web-based Customer Relationship Management (CRM) system for laundry services to improve operational efficiency and build long-term relationships between laundry owners and customers. This system integrates three main CRM phases: Acquisition, Retention, and Penetration. In the Acquisition phase, the website provides features for customer registration, easy registration, and promotions and discount vouchers for new customers. The Retention phase includes transaction history features, a loyalty program with discounts for frequent customers, and promotional notifications. The Penetration phase aims to offer additional services (cross-selling and up-selling) and provide notifications or discount vouchers to existing customers who have not yet used the new service. The system was built using the Waterfall method, which consists of requirements analysis, design, implementation, and testing. System testing using Black-Box Testing and User Acceptance Testing (UAT) showed satisfactory results, with satisfaction levels reaching 81.5% for admins and 90.4% for customers. These results demonstrate that this web-based CRM system is effective in improving user experience, operational efficiency, and building better relationships with customers to support sustainable laundry business growth.

Keywords: Customer Relationship Management (CRM), laundry services, information systems.

DAFTAR ISI

Halaman Pernyataan ..... **ii**
Halaman Persembahan ..... **iv**
Kata Pengantar ..... **v**
Abstrak ..... **vi**
Abstract ..... **vii**
Daftar Isi ..... **viii**
Daftar Tabel ..... **x**
Daftar Gambar ..... **xi**
Daftar Lampiran ..... **xiii**
Bab I Pendahuluan **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Perumusan Masalah 3
1.3 Tujuan Penelitian 4
1.4 Pembatasan Masalah 4
1.5 Sistematika Penulisan 4
Bab II Tinjauan Pustaka **6**
2.1 Kajian Terkait 6
2.2 Sistem Informasi 7
2.3 Motode Waterfall 7
2.4 Laundry 9
2.5 Customer Relationship Management 9
2.6 Basis Data 11
2.7 *Unified Modelling Language* (UML) 12
2.7.1 Use Case Diagram 12
2.7.2 Activity Diagram 13
2.7.3 Class Diagram 14
2.8 Teknologi Pendukung 15
2.8.1 Web 15
2.8.2 *HyperText MarkupLanguage* (HTML) 15
2.8.3 *Hypertext Preprocessor* (PHP) 16
2.8.4 JavaScript 16
2.8.5 XAMPP 16
2.8.6 MYSQL 17
2.8.7 Bootstrap 17
2.8.8 *Codelgniter* (CI) 17
2.9 Tahap Pengujian 17
2.9.1 Black-Box Testing 17
2.9.2 *User acceptance test* (UAT) 18
Bab III Metodologi Penelitian **20**
3.1 Alat Penelitian 20

3.1.1 Perangkat Keras....20
3.1.2 Perangkat Lunak....20
3.2 Metode Penelitian....21
3.2.1 Requirement....21
3.2.2 Perancangan Sistem....27
3.2.3 Implementasi....60
3.2.4 Pengujian....60
3.2.5 Pemeliharaan....64

Bab IV Hasil dan Analisis....65

4.1 Hasil Implementasi Website Layanan Laundry....65
4.1.1 Halaman Login Owner....65
4.1.2 Halaman Dashboard Owner....65
4.1.3 Halaman Profil Owner....66
4.1.4 Halaman Admin Cabang Laundry....67
4.1.5 Halaman Registrasi Akun Cabang Laundry....68
4.1.6 Halaman Login Admin Cabang Laundry....68
4.1.7 Halama Dashboard Pemilik Laundry....69
4.1.8 Halaman Transaksi Admin Cabang Laundry....70
4.1.9 Halaman Transaksi Selesai Admin Cabang Laundry....70
4.1.10 Halaman Tambah Transaksi....71
4.1.11 Halaman Kategori dan Tambah Kategori....71
4.1.12 Halaman Voucher dan Tambah Voucher....73
4.1.13 Halaman Item Tambahan....75
4.1.14 Halaman Upgrade Layanan....76
4.1.15 Halaman Promsi....78
4.1.16 Halaman Profil Admin Cabang Laundry....79
4.1.17 Halaman Utama Pelanggan....80
4.1.18 Halaman Semua Laundry....81
4.1.19 Halaman Detail Laundry....82
4.1.20 Halaman Riwayat Transaksi....82
4.1.21 Halaman Daftar Member....83
4.1.22 Halaman Login dan Daftar Pelanggan....83
4.1.23 Halaman Cek Status Pesanan....84
4.2 Pengujian....85
4.2.1 Black-Box....85
4.2.2 Hasil *User acceptance test* (UAT)....98
4.2.3 Analisis Hasil Pengujian....114

Bab V Kesimpulan dan Saran....115

5.1 Kesimpulan....115
5.2 Saran....116

Daftar Pustaka....118

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Simbol Use Case Diagram 12
Tabel 2. 2 Activity Diagram.....13
Tabel 2. 3 Class Diagram 14
Tabel 3. 1 Proses Observasi dan Wawancara.....22
Tabel 3.2 Data Dictionary Users 56
Tabel 3. 3 Data Dictionary Akun Members 56
Tabel 3.4 Data Dictionary Members 57
Tabel 3. 5 Data Dictionary Kategoris.....57
Tabel 3. 6 Data Dictionary item_tambahan.....57
Tabel 3. 7 Data Dictionary upgrade_layanan 58
Tabel 3. 8 Data Dictionary Pakets.....58
Tabel 3. 9 Data Dictionary Vouchers.....58
Tabel 3. 10 Data Dictionary Promosi.....59
Tabel 3. 11 Data Dictionary Transaksis 59
Tabel 3. 12 Data Dictionary Paket Transaksis 59
Tabel 3. 13 Pengujian Black-Box.....61
Tabel 3. 14 Contoh Hasil Pengujian User acceptance test (UAT) Pelanggan.....61
Tabel 3. 15 Contoh Hasil Pengujian User acceptance test (UAT) admin cabang laundry.....63
Tabel 4. 1 Hasil Black-Box Testing Pengaksesan Sistem Pemilik Laundry (Owner) dan Admin Cabang Laundry.....85
Tabel 4. 2 Hasil Black-Box Testing Pengelolaan.....86
Tabel 4. 3 Hasil Black-Box Testing Pengelolaan Akun Cabang Laundry oleh Owner.....87
Tabel 4. 4 Hasil Black-Box Testing Pengelolaan Transaksi 88
Tabel 4. 5 Hasil Black-Box Testing Pengelolaan Member 90
Tabel 4. 6 Hasil Black-Box Testing Pengelolaan Kategori.....91
Tabel 4. 6 Hasil Black-Box Testing Pengelolaan Item Tambahan 92
Tabel 4. 6 Hasil Black-Box Testing Pengelolaan Upgrade Layanan 93
Tabel 4. 7 Hasil Black-Box Testing Pengelolaan Voucher.....94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tahapan Pengembangan Metode Waterfall.....8
Gambar 3. 1 Metode Penelitian.....21
Gambar 3. 2 Perancangan Sistem.....28
Gambar 3. 3 Use Case Diagram Sistem Pemesanan Laundry.....29
Gambar 3. 4 Class Diagram Sistem.....32
Gambar 3. 5 Activty Diagram Customer Login Owner dan Admin Cabang Laundry.....34
Gambar 3. 6 Activity Diagram Owner Mengelola Akun Cabang Laundry.....35
Gambar 3. 7 Activity Diagram Edit Profil Owner.....36
Gambar 3. 8 Activity Diagram Registrasi Admin Cabang Laundry.....37
Gambar 3. 9 Activity Diagram Admin Cabang Laundry Mengelola Transaksi...38
Gambar 3. 10 Activity Diagram Admin Cabang Laundry Mengelola Member...39
Gambar 3. 11 Activity Diagram Admin Cabang Laundry Mengelola Kategori Cuci.....40
Gambar 3. 12 Activity Diagram Voucher.....41
Gambar 3. 13 Activity Diagram Menambah Voucher.....42
Gambar 3. 14 Activity Diagram Admin Cabang Laundry Mengelola Voucher..43
Gambar 3. 15 Activity Diagram Mengelola Item Laundry.....44
Gambar 3. 16 Activity Diagram Upgrade Layanan Laundry.....45
Gambar 3. 17 Activity Diagram Admin Cabang Laundry Promosi.....46
Gambar 3. 18 Activity Diagram Admin Cabang Laundry Edit Profil.....47
Gambar 3. 19 Activity Diagram Registrasi Pelanggan.....48
Gambar 3. 20 Activity Diagram Login Pelanggan.....49
Gambar 3. 21 Activity Diagram Lihat Riwayat Transaksi.....50
Gambar 3. 22 Activity Diagram Mengecek Status Pesanan.....51
Gambar 3. 23 Entity Relationship Diagram Aplikasi crm layanan laundry.....52

Gambar 4. 1 Halaman Login Owner.....65
Gambar 4. 2 Halaman Dashboard Owner.....66
Gambar 4. 3 Halaman Profil Owner.....66
Gambar 4. 4 Halaman Akun Laundry.....67
Gambar 4. 5 Halaman Verifikasi Akun Laundry.....67
Gambar 4. 6 Halaman Registrasi Admin Cabang Laundry.....68
Gambar 4. 7 Halaman Login Admin Cabang Laundry.....69
Gambar 4. 8 Halaman Dashboard Admin Cabang Laundry.....69
Gambar 4. 9 Halaman Transaksi.....70
Gambar 4. 10 Halaman Transaksi Selesai.....70
Gambar 4. 11 Halaman Tambah Transaksi.....71
Gambar 4. 12 Halaman Kategori.....72
Gambar 4. 13 Halaman Tambah Kategori.....72
Gambar 4. 14 Halaman Voucher.....73
Gambar 4. 15 Halaman Tambah Voucher.....74
Gambar 4. 16 Halaman Bagikan Voucher.....74
Gambar 4. 17 Tampilan Voucher di Wa.....75
Gambar 4. 18 Halaman List Item Tambahan.....76
Gambar 4. 19 Halaman Tambah Item.....76

Gambar 4. 20 Halaman Upgrade Layanan 77
Gambar 4. 21 Halaman Tambah Upgrade Layanan 78
Gambar 4. 22 Halaman Utama Customer.....78
Gambar 4. 23 Halaman Profil Admin Cabang 79
Gambar 4. 24 Halaman Edit Profil Admin Cabang.....80
Gambar 4. 25 Halaman Utama Laundryku.....80
Gambar 4. 26 Halaman Utama LaundryKu Bawah.....81
Gambar 4. 27 Halaman Semua Laundry 81
Gambar 4. 28 Halaman Detail Laundry.....82
Gambar 4. 29 Halaman Cek Riwayat Transaksi.....82
Gambar 4. 30 Halaman Daftar Member 83
Gambar 4. 31 Halaman Login dan Register Pelanggan 84
Gambar 4. 32 Halaman Registrasi Pelanggan 84
Gambar 4. 33 Halaman Cek Status Pesanan 85
Gambar 4. 34 Hasil UAT Pemilik Laundry Pertanyaan Ke-1.....101
Gambar 4. 35 Hasil UAT Pemilik Laundry Pertanyaan Ke-2.....102
Gambar 4. 36 Hasil UAT Pemilik Laundry Pertanyaan Ke-3.....102
Gambar 4. 37 Hasil UAT Pemilik Laundry Pertanyaan Ke-4.....103
Gambar 4. 38 Hasil UAT Pemilik Laundry Pertanyaan Ke-5.....103
Gambar 4. 39 Hasil UAT Pemilik Laundry Pertanyaan Ke-6.....104
Gambar 4. 40 Hasil UAT Pemilik Laundry Pertanyaan Ke-7.....104
Gambar 4. 41 Hasil UAT Pemilik Laundry Pertanyaan Ke-8.....105
Gambar 4. 42 Hasil UAT Pemilik Laundry Pertanyaan Ke-9.....105
Gambar 4. 43 Hasil UAT Pemilik Laundry Pertanyaan Ke-10.....106
Gambar 4. 44 Hasil UAT Pelanggan Pertanyaan Ke-1 108
Gambar 4. 45 Hasil UAT Pelanggan Pertanyaan Ke-2 109
Gambar 4. 46 Hasil UAT Pelanggan Pertanyaan Ke-3 109
Gambar 4. 47 Hasil UAT Pelanggan Pertanyaan Ke-4 110
Gambar 4. 48 Hasil UAT Pelanggan Pertanyaan Ke-5 110
Gambar 4. 49 Hasil UAT Pelanggan Pertanyaan Ke-6 111
Gambar 4. 50 Hasil UAT Pelanggan Pertanyaan Ke-7 111
Gambar 4. 51 Hasil UAT Pelanggan Pertanyaan Ke-8 112
Gambar 4. 52 Hasil UAT Pelanggan Pertanyaan Ke-9 112
Gambar 4. 53 Hasil UAT Pelanggan Pertanyaan Ke-10 113

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A DOKUMENTASI WAWANCARA A-1
Lampiran B WAWANCARA A-1

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Customer Relationship Management (CRM) menurut Turban (148:2004), adalah suatu pendekatan pelayanan kepada konsumen yang berfokus pada pembangunan jangka panjang dan hubungan konsumen yang berkelanjutan yang dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan maupun perusahaan. Sementara itu, Buttle (2007) mendefinisikan CRM sebagai strategi inti bisnis yang mengintegrasikan berbagai proses internal, fungsi, dan jaringan eksternal untuk menciptakan dan memberikan nilai kepada pelanggan yang ditargetkan dengan tetap berorientasi pada keuntungan. CRM didukung oleh data pelanggan yang berkualitas tinggi dan teknologi informasi, sehingga memungkinkan perusahaan mengelola hubungan pelanggan secara terintegrasi di seluruh fungsi, seperti pemasaran, penjualan, layanan pelanggan, serta dengan mitra eksternal. Pendekatan ini bertujuan untuk membangun hubungan yang lebih efektif dan bernilai antara perusahaan dan pelanggan.

Termasuk dalam bisnis *laundry* ini, di mana bisnis ini menyediakan jasa cuci dan setrika baju/pakaian maupun produk lainnya, bisnis ini sangat berguna terutama di bidang *laundry* dan membantu kesibukan bagi rumah tangga. Dengan adanya *laundry* peluang bisnis ini pun menjadi pesat. Dalam beberapa tahun terakhir, usaha laundry semakin menjamur di berbagai kota besar, termasuk di Pontianak. Hal ini didorong oleh kebutuhan masyarakat modern yang menginginkan efisiensi dalam mengelola waktu dan kegiatan sehari-hari. Dengan banyaknya usaha laundry yang bermunculan, persaingan dalam industri ini pun semakin ketat. Sehingga pemilik laundry dituntut untuk terus berinovasi agar tetap dapat bersaing dan mempertahankan pangsa pasar. Dalam konteks bisnis laundry, CRM menjadi salah satu strategi penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing usaha.

Sistem informasi *laundry* berbasis web ini hadir sebagai solusi atas permasalahan tersebut. Website ini dirancang untuk menjadi platform yang

menampilkan berbagai jenis cabang usaha laundry yang telah didaftarkan oleh pemiliknya. Pelanggan dapat dengan mudah mencari layanan *laundry* berdasarkan lokasi, jenis layanan, atau preferensi lainnya, sehingga mempermudah mereka dalam menemukan layanan yang paling sesuai. Di sisi lain, pemilik *laundry* dapat meningkatkan visibilitas bisnis mereka dengan mendaftarkan usaha mereka di platform ini, memperluas jangkauan pasar, dan memperbaiki interaksi dengan pelanggan.

Penerapan CRM dalam sistem ini menjadi elemen kunci untuk meningkatkan kualitas layanan. CRM membantu pemilik *laundry* dalam mengelola hubungan pelanggan melalui fitur seperti pencatatan data pelanggan, pemantauan riwayat transaksi, serta penyediaan umpan balik untuk meningkatkan layanan. Dengan adanya sistem berbasis web ini, pemilik *laundry* dapat menarik pelanggan baru, mempertahankan pelanggan setia dengan peningkatan layanan, serta mendengarkan dan merespons kebutuhan pelanggan untuk membangun hubungan jangka panjang. Pendekatan *Customer Relationship Management* (CRM) yang efektif mencakup tiga tahap utama: *Retention, Acquisition,* dan *Penetration*. Tahap *Retention* berfokus pada menjaga pelanggan tetap loyal dengan menciptakan kepuasan melalui peningkatan kualitas layanan, personalisasi interaksi, dan program loyalitas. Aktivitas seperti mendengarkan keluhan pelanggan, memberikan respons yang cepat, dan menciptakan pengalaman yang konsisten membantu perusahaan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan yang sudah ada. Sementara itu, tahap *Acquisition* bertujuan menarik pelanggan baru dengan strategi seperti promosi, kampanye pemasaran digital, serta penawaran khusus yang menarik. Strategi ini memungkinkan perusahaan memperluas basis pelanggan dan meningkatkan kesadaran merek di pasar. Selanjutnya, tahap *Penetration* berfokus pada meningkatkan nilai dari pelanggan yang ada melalui strategi seperti *up-selling* (menawarkan produk atau layanan bernilai lebih tinggi) dan *cross-selling* (menawarkan produk atau layanan tambahan yang relevan). Dengan memaksimalkan potensi pelanggan yang sudah ada, perusahaan dapat meningkatkan pendapatan dan efisiensi operasional. Ketiga tahap ini bekerja secara sinergis untuk menciptakan hubungan pelanggan yang bernilai, meningkatkan loyalitas, serta mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan (Buttle, 2007).

Pengembangan website ini adalah untuk mengatasi kesenjangan antara kebutuhan pelanggan dan penyedia layanan *laundry* di Pontianak. Sistem informasi berbasis web ini tidak hanya memberikan solusi praktis bagi pelanggan untuk menemukan layanan *laundry,* tetapi juga menjadi alat strategis bagi pemilik *laundry* untuk bersaing di tengah ketatnya industri. Seiring dengan perkembangan kebutuhan bisnis, teknologi informasi dan sistem informasi yang efisien serta efektif menjadi semakin penting dalam mendukung operasi bisnis, termasuk dalam bisnis *laundry*. Teknologi informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengelola data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, dan memanipulasi data berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, relevan, akurat, dan tepat waktu yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintah serta merupakan informasi yang strategis untuk mengambil keputusan (Purnama, 2019).

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah platform yang mampu mengintegrasikan layanan berbasis teknologi informasi untuk berbagai usaha *laundry* dalam satu sistem, yang dapat meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan hubungan yang lebih baik antara pelanggan dan pemilik usaha. Dengan demikian, website ini diharapkan dapat menjadi solusi inovatif dalam mendukung perkembangan bisnis *laundry* di Pontianak dengan berfokus pada pengembangan dan penerapan CRM dalam bisnis *laundry.* Tujuannya adalah untuk meningkatkan strategi bisnis dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Dengan implementasi CRM, berbagai layanan seperti pengelolaan data pelanggan dan aplikasi khusus dapat dirancang untuk memenuhi kebutuhan CRM pada konsumen.

1.2 Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana menghubungkan CRM dengan sistem laundry yang sedang dibuat?

2. Bagaimana merancang sistem CRM pada jasa layanan laundry?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian menghasilkan sebuah rancangan *Customer Relationship Management* (CRM) pada layanan laundry melalui tiga fase *acquisition*, *retention*, dan *penetration.* yaitu upaya untuk memperluas iteraksi hubungan dengan pelanggan yang ada melalui produk atau layanan. Rancangan CRM tersebut dibuat berbasis teknologi informasi dalam bentuk aplikasi berbasis web.

1.4 Pembatasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini terdiri dari 3 fase CRM yaitu *acquisition*, *penetration*, dan *retention.*
2. Akses aplikasi diberikan oleh owner, admin cabang laundry, dan *customer*/pelanggan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang akan digunakan dalam penelitian ini disusun dengan urutan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori yang digunakan sebagai dasar dalam penelitian yang dilakukan, dan juga uraian tentang kajian terkait.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan membahas mengenai analisis masalah yang dihadapi dan perancangan solusi, berisi metodologi penelitian yang digunakan serta perancangan

aplikasi berupa diagram entitas dan hubungan antar tabel dalam basis data, metodologi perancangan sistem yang dipakai, serta hasil perancangan sistem yang meliputi struktural data yang digunakan serta antarmuka sistem yang dibangun.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

Pada bab ini berisi hasil penelitian, implementasi sistem dan evaluasi sistem yang dibuat sesuai dengan tujuan dari dilakukannya penelitian ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini dan saran untuk pengembangan aplikasi ini.