
Sistem Informasi Perbaikan Kualitas Layanan Laundry Di UMKM Baby Dear Karawang

Muhammad Aulia Rahman^{1*}, Riani Lubis²

¹)Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Komputer Indonesia
Jl. Dipati Ukur No. 112 – 116, Bandung, Indonesia 40132

*email: riani.lubis@email.unikom.ac.id

(Naskah masuk:01/11/2022; diterima untuk diterbitkan:30/11/2022)

ABSTRAK – Di masa sekarang perusahaan dituntut agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggannya, karena setiap tahunnya persaingan bisnis antar perusahaan sejenis pasti semakin meningkat. Sehingga perusahaan perlu membangun sistem perbaikan kualitas layanan agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan, adanya keluhan dari pelanggan dapat menyebabkan pelanggan pindah ke penyedia jasa laundry lain maka dari itu dibutuhkanlah sistem untuk memperbaiki kualitas layanan laundry di Baby Dear Karawang, selain itu maksud dan tujuan dari Sistem Informasi Perbaikan Kualitas layanan Laundry di BabyDear Karawang ini adalah memberikan rekomendasi perbaikan kualitas layanan kepada pemilik yang nantinya hasil rekomendasi tersebut dapat digunakan untuk memperbaiki kualitas layanan. Dari permasalahan tersebut maka munculah suatu gagasan untuk menerapkan Customer Relationship Management, yang nantinya dapat membantu pemilik dalam memberikan rekomendasi perbaikan kualitas layanan. Dalam pembangunan Sistem Informasi Perbaikan Kualitas layanan Laundry di BabyDear Karawang ini peneliti menggunakan metode Service Quality . Berdasarkan hasil pengujian Sistem Informasi Perbaikan Kualitas layanan Laundry di BabyDear Karawang ini dapat membantu mengatasi permasalahan yang terjadi. Pemilik mendapatkan rekomendasi dari sistem pada layanan apa perbaikan perlu dilakukan dengan menggunakan metode Service Quality

Kata Kunci – Customer Relationship Management, Kualitas Pelayanan.

Information System Laundry Service Quality Improvement in Baby Dear Karawang

ABSTRACT Nowadays, companies are required to be able to provide the best service for their customers, because every year business competition between similar companies is definitely increasing. So the company needs to build a service quality improvement system in order to provide the best service for customers, complaints from customers can cause customers to move to other laundry service providers, therefore a system is needed to improve the quality of laundry services at Baby Dear Karawang, in addition to the aims and objectives from the Information System for Repairing the Quality of Laundry services at BabyDear Karawang is to provide recommendations for improving service quality to owners which later the results of these recommendations can be used to improve service quality. From these problems, an idea emerged to implement Customer Relationship Management, which would later be able to assist the owner in providing recommendations for improving service quality. In the development of an Information System for improving the quality of laundry services at BabyDear Karawang, the researcher uses the Service Quality method. Based on the test results of the Information System for Repairing the Quality of Laundry services at BabyDear Karawang, this can help overcome the problems that occur. The owner gets a recommendation from the system on what service improvements need to be made using the Service Quality method.

Keywords - Customer Relationship Management , Service Quality.

1. PENDAHULUAN

Baby Dear adalah UMKM yang bergerak di bidang Jasa, adapun jasa yang ditawarkan seperti, rental mainan dan Perlengkapan bayi atau Baby Dear Rental, cuci perlengkapan bayi atau Baby Dear Laundry, dan juga spa bayi atau Baby Dear Spa, dalam hal ini perlengkapan bayi yang dimaksud adalah perlengkapan untuk membawa bayi seperti kereta bayi, tas gendong bayi, tempat duduk mobil untuk bayi, dan lain-lain, dalam layanan Baby Dear Laundry terdapat dua jenis pencucian yang ditawarkan yaitu, cuci reguler, dan cuci khusus, perbedaannya adalah untuk yang regular peralatan hanya dicuci satu kali, sedangkan cuci khusus peralatan diberikan perawatan khusus dengan mencuci alat tersebut sebanyak dua kali, Baby Dear sendiri berada di Kab. Karawang, Jawa Barat. Saat ini UMKM Baby Dear Laundry sudah memiliki dua cabang, tepatnya di Karawang, dan di Cikarang.

Berdasarkan hasil survei lapangan dan hasil wawancara kepada Ibu Bertiana Cahyani selaku pemilik dari UMKM Baby Dear, layanan Baby Dear Laundry belum pernah melakukan pencatatan keluhan dari pelanggan dan sebelumnya pernah ada pelanggan yang melakukan kritik, namun hanya melalui mulut ke mulut, maka dari itu peneliti menyebar kuesioner pendahuluan untuk mengetahui pada layanan apa saja Baby Dear Laundry karawang ini yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki, kuesioner disebar ke 131 Pelanggan BabyDear Laundry, lalu didapat 30 responden yang mengisi kuesioner tersebut, dari 30 responden tersebut dapat dilihat 63.33% atau 19 pelanggan menyatakan tidak puas terhadap lahan parkir yang terletak di BabyDear Laundry, setelah dilihat dari kuesioner pendahuluan yang sudah disebar terlihat ada beberapa keluhan dari pelanggan yang muncul pada layanan Baby Dear Laundry, dengan adanya keluhan tersebut besar kemungkinan pelanggan akan beralih ke jasa laundry yang lain. Oleh karena itu pihak Baby Dear Laundry perlu mengetahui rekomendasi perbaikan pelayanan, dan menentukl perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan, agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Dari masalah yang ada di Baby Dear Laundry Karawang ini maka Baby Dear Laundry Karawang butuh sebuah sistem yang dapat membantu Pemilik laundry untuk menentukan rekomendasi perbaikan kualitas pelayanan di Baby Dear Laundry Karawang dengan menggunakan metode *Service Quality (Servqual)* dan dengan menggunakan pendekatan *Customer Relationship Management (CRM)*.

Customer Relationship Management ini merupakan suatu manajemen yang membahas mengenai bagaimana hubungan antara pelanggan dan perusahaan. *Customer Relationship Management* juga merupakan strategi untuk memperoleh, mengintegrasikan, dan menganalisa data yang nantinya digunakan untuk berinteraksi dengan pelanggan [1].

Maksud dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk membangun system yang dapat memberikan rekomendasi perbaikan kualitas layanan kepada pemilik BabyDear Laundry.

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk membantu pemilik dalam menentukan perbaikan kualitas layanan di BabyDear Laundry menggunakan Sistem Informasi Perbaikan Kualitas Layanan.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Sistem Informasi

Sistem merupakan sebuah penggabungan dari beberapa komponen menjadi satu kesatuan untuk mencapai suatu tujuan, dan Informasi merupakan suatu data yang diperoleh dan diproses sehingga menjadi berguna bagi penerima, suatu Sistem Informasi dapat terdiri dari *Input*, dan *Output* [2,12], Dan juga *input* dari data yang akan digunakan haruslah valid atau benar sehingga dalam pengolahannya dapat menghasilkan *output* atau informasi yang dapat dipercaya [13]. Sistem informasi merupakan kegiatan mengumpulkan, memproses, menyimpan, memproses menganalisa, dan menyebarkan suatu informasi dengan tujuan tertentu [11]. Menurut McKeown Sistem informasi juga merupakan gabungan dari komputer dan manusia untuk mengolah data menjadi suatu informasi, lalu menyimpan data dan informasi tersebut [14]

2.2 Kualitas Layanan

Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai usaha untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan konsumen dan memenuhi harapan konsumen. di samping itu Lupiyoadhi dan Hamdani menyatakan kualitas Layanan adalah sejauh mana itu dicapai melalui sifat pemenuhan persyaratan. Kualitas sering dipandang sebagai ukuran relatif dari kualitas produk atau layanan terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian [3]. Rumus yang digunakan untuk menghitung dalam menentukan ukuran *Servqual* adalah $Q = P - E$, dimana Fakta (P) diartikan sebagai keyakinan atau persepsi dari pelanggan terhadap layanan yang diberikan, sedangkan Harapan (E) diartikan sebagai keinginan atau harapan dari pelanggan terhadap layanan yang diberikan [15].

2.3 Customer Relationship Management

Customer Relationship Management adalah proses membangun dan pemeliharaan hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan melalui nilai dan kepuasan pelanggan. Ini termasuk dalam semua aspek dalam mendapatkan, mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan. *Customer Relationship Management* merupakan sebuah proses yang mencakup semua aspek identifikasi, pengetahuan tentang pelanggan, membangun hubungan baik dengan pelanggan tentang organisasi dan produknya [4]. CRM juga merupakan suatu proses yang mengatur hubungan pelanggan dengan perusahaan, dimana pelanggan disini dapat memilih apakah akan tetap melanjutkan hubungan dengan perusahaan [5]. CRM memiliki tiga jenis sebagai berikut [6]:

a. Operational CRM

Merupakan area hubungan dengan pelanggan secara langsung terjadi, meliputi Otomasi yang terjadi di front

office seperti penjualan, pemasaran, dan juga layanan konsumen.

b. *Analytical CRM*

Digunakan oleh perusahaan untuk mengambil keputusan bisnis pada ranah manajerial melalui proses analisis, pemodelan, dan evaluasi.

c. *Collaborative CRM*

CRM yang berkaitan dengan hubungan antara stakeholder eksternal meliputi distributor, reseller, maupun supplier.

Tiga fase pada CRM antara lain adalah [7]:

a. Fase Acquire

Tahapan dimana sebuah perusahaan akan melakukan berbagai macam strategi yang nantinya akan menarik pelanggan baru.

b. Fase Retention

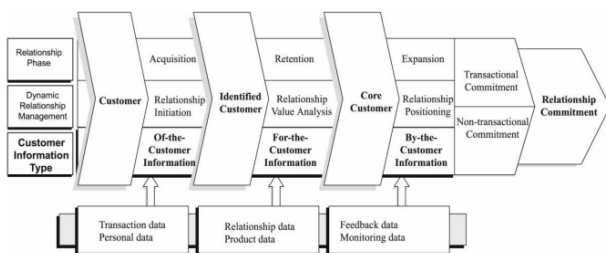
Tahapan dimana sebuah perusahaan akan meningkatkan pelayanannya agar dapat mempertahankan pelanggan.

c. Fase Expansion

Tahapan dimana mendengarkan dan mengatasi keluhan maupun saran dari pelanggan sehingga dapat menjaga hubungan baik antara perusahaan dan pelanggan.

2.4 Framework of Dynamic CRM

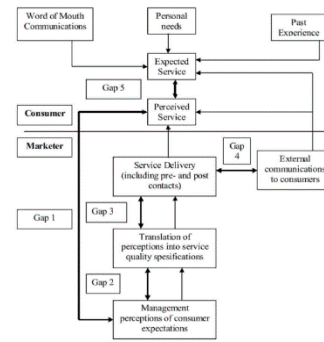
Dalam menentukan fitur pada CRM yang akan dibangun diperlukan framework atau bingkai kerja yang akan digunakan sebagai acuan, penelitian yang dilakukan oleh Chung-Hoon Park dan Young-Gul Kim mengusulkan CRM Framework yang dinamakan “A Framework of Dynamic CRM”. Framework ini menjelaskan serangkaian tahapan pada pembangunan atau penerapan CRM. Informasi yang menjadi fokus utama pada penelitian ini adalah informasi mengenai pelanggan, informasi untuk pelanggan, dan informasi oleh pelanggan [8]. Dengan semakin meningkatnya pelayanan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan kepada pelanggan, customer behaviour yang didapat dari pelanggan yang saat ini cenderung lebih merasa diperhatikan dan dilayani oleh perusahaan biasanya sudah tidak melihat harga yang mereka keluarkan lagi [9]. Gambar Framework of Dynamic CRM dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Framework Of Dynamic CRM

2.5 Model Service Quality

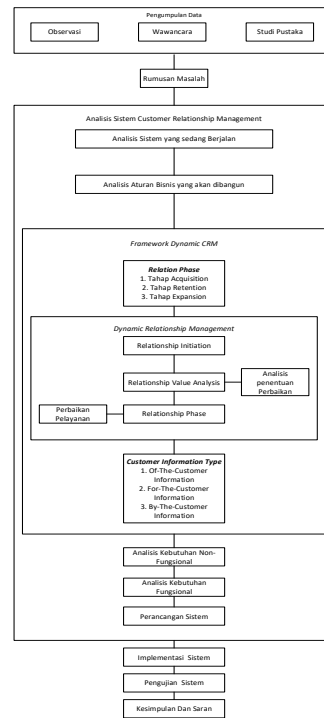
Model ini awalnya memiliki 10 dimensi yaitu, Reliability, Responsiveness, Competence, Access, Courtesy, Communication, Credibility, Security, Understanding/Knowing the Customer dan Tangible [10]. Namun setelah dilakukan perbaikan dan perubahan akhirnya dimensinya menjadi lima dimensi yaitu Tangible, Responsiveness, Assurance, Empathy, Reliability [11]. Gambar model Service Quality dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Model Konseptual Service Quality

3. METODOLOGI PENELITIAN

Dibawah ini merupakan metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini :



Gambar 3. Metodologi Penelitian

Keterangan Metodologi Penelitian yang terdapat pada gambar diatas sebagai berikut :

1. Observasi
Observasi dilakukan yaitu dengan mendatangi langsung Objek penelitian di Baby Dear Laundry Karawang, lalu dilakukan pengamatan.
2. Wawancara
Wawancara dilakukan yaitu dengan melakukan tanya jawab secara langsung di lokasi dan juga melalui media *meeting conference*.
3. Studi Pustaka
Melakukan pencarian sumber sumber yang dapat membantu peneliti dalam penelitian melalui sumber yang akurat seperti jurnal maupun buku-buku yang berkaitan dengan penelitian.

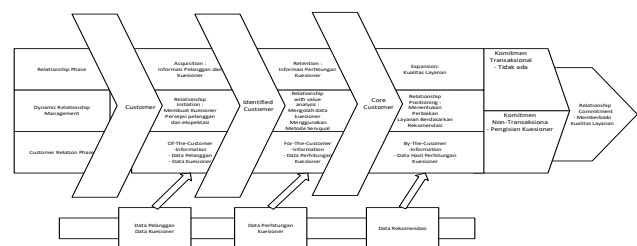
4. Rumusan Masalah
Tahapan ini dilakukan untuk merumuskan masalah yang terjadi pada UMKM Babydear Karawang.
5. Analisis Aturan Bisnis yang sedang Berjalan
Untuk mengetahui aturan bisnis apa saja yang sedang berjalan maka dilakukanlah analisis ini, agar dapat diketahui bagaimana Aturan Bisnis di UMKM Babydear Karawang berjalan.
6. Analisis aturan bisnis yang akan dibangun
Yaitu melakukan analisis terhadap aturan bisnis yang akan dibangun di UMKM Babydear karawang.
7. Analisis menggunakan *Framework Dynamic CRM*
Pada tahap ini berisi tahap-tahap yang digunakan dalam membangun aplikasi yang menggunakan *Framework Dynamic CRM* :
 - a. *Relationship Phase*
Di fase ini perusahaan menggunakan informasi tentang Babydear Laundry, informasi tersebut akan digunakan untuk mempermudah pelanggan dan calon pelanggan mengetahui Babydear Laundry.
 - b. *Dynamic Relationship Management*
Fase ini merupakan bentuk hubungan dari perusahaan dan pelanggan domain ini terdapat 3 bagian antara lain relationship initiation (pendataan pelanggan), relationship value analysis (nilai pelanggan) Pada tahapan ini pula Metode *Service Quality* Diterapkan untuk menghitung nilai *Servqual* dari persepsi dan ekspektasi pelanggan, lalu relationship phase (hubungan perusahaan dengan pelanggan).
 - c. *Customer Information Type*
Adalah fase yang memiliki tipe informasi yang berorientasi kepada pelanggan, pada fase ini terdapat domain yang dimana memiliki tiga tipe informasi antara lain, of-the-customer information (informasi mengenai pelanggan), for-the-customer information (informasi untuk pelanggan) dan by-the-customer information (informasi oleh pelanggan).
8. Analisis kebutuhan non fungsional
Terbagi menjadi beberapa analisis yaitu Analisis kebutuhan perangkat keras, Analisis kebutuhan perangkat lunak, Analisis Pengguna.
9. Analisis Kebutuhan Fungsional
Peneliti akan melakukan perancangan terhadap Sistem Informasi yang akan dibangun, antara lain
 - a. Diagram Konteks
Tahapan ini peneliti akan menganalisis secara umum proses aliran informasi dari pengguna ke Sistem Customer Relationship Management yang kemudian akan dibangun.
 - b. Basis Data
Pada tahap ini, peneliti akan menganalisis apa saja yang dibutuhkan dalam database dalam membangun Sistem Customer Relationship

- Management ini. Dalam kasus penelitian ini peneliti menggunakan Tool yaitu Entity Relationship Diagram (ERD).
 - c. Data Flow Diagram (DFD)
Pada tahapan ini, peneliti akan menganalisis secara khusus bagaimana proses aliran informasi yang terjadi antara pengguna ke Sistem Customer Relationship Management dan Database.
 - d. Spesifikasi Proses
Disini peneliti akan menganalisis setiap tabel yang ada pada database dan juga spesifikasinya dari Database dalam bentuk tabel.
10. Perancangan Sistem
Merupakan proses penggambaran, perencanaan, dan pembuatan sketsa dari elemen yang berpisah kedalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi. Dalam perancangan ini ada beberapa tahapan yang antara lain : skema relasi, struktur tabel, perancangan struktur menu, perancangan antarmuka, perancangan pesan, dan jaringan semantik.
 11. Implementasi Sistem
Dalam tahapan ini ada beberapa tahapan yaitu : Implementasi perangkat lunak, implementasi perangkat keras, implementasi basis data, dan implementasi antarmuka.
 12. Pengujian Sistem
Yaitu tahapan untuk mengetahui keberhasilan sistem yang dibangun dan untuk mengetahui bila terdapat error maupun kesalahan dalam sistem yang dibangun.
 13. Kesimpulan dan saran
Pada tahapan ini terdapat pengambilan kesimpulan dan juga saran untuk pengembangan sistem kedepan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis *Framework CRM*

Framework of Dynamic CRM akan digunakan dalam pembangunan Sistem Informasi Perbaikan Kualitas Layanan Laundry di Baby Dear Karawang. *Framework* ini akan digunakan sebagai acuan dalam pembangunan sistem CRM agar dapat dibangun dengan tepat. Adapun *Framework* Yang akan dibangun dapat dilihat pada gambar 4 dibawah.



Gambar 4. *Framework of Dynamic CRM*

Relationship Phase digambarkan dalam suatu kerangka kerja yang terdiri dari tiga fase yaitu:

a. Fase *Acquisition*

Merupakan tahapan dimana sebuah perusahaan berusaha untuk mengenal pelanggannya dengan cara melakukan input pada data pelanggan dan kuesioner. Diharapkan supaya pemilik dapat mengetahui berapa banyak pelanggan yang telah mengisi kuesioner perbaikan kualitas layanan.

b. Fase *Retention*

Merupakan tahapan dimana sebuah perusahaan menyampaikan informasi kepada pelanggan. Informasi yang pelanggan dapatkan dari fase ini ialah, informasi umum perusahaan seperti alamat dan nomor telepon atau Whatsapp, dan informasi mengenai pelayanan seperti daftar harga.

c. Fase *Expansion*

Fase dimana perusahaan mendapatkan informasi dari pelanggan yang kemudian nantinya akan digunakan untuk membuat strategi perbaikan kualitas layanan, di fase ini pula pelanggan dapat menginputkan jawaban dari kuesioner perbaikan kualitas layanan. Data kuesioner tersebut nantinya akan dianalisis, agar pemilik dapat mengetahui pada pelayanan mana yang perlu dilakukan perbaikan.

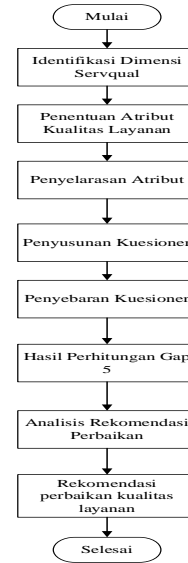
Dynamic Relationship Management yaitu Proses yang dilakukan untuk sebuah perusahaan mencapai komitmen dengan pelanggan. Terdiri dari 3 bagian yaitu :

a. *Relationship Initiation*

Merupakan tahapan sebuah perusahaan melakukan pendataan pelanggan, yaitu dengan menyiapkan data yang dibutuhkan dalam proses penentuan perbaikan layanan. Dalam tahapan ini data yang digunakan merupakan data kuesioner pendahuluan.

b. *Relationship Value Analysis*

Merupakan tahap dilakukannya proses analisis menentukan perbaikan kualitas layanan dari data kuesioner yang sudah ada. Jenis rekomendasi perbaikan yang digunakan adalah dilihat dari nilai rentang antara persepsi pelanggan dengan ekspektasi pelanggan (Gap 5). Penentuan atribut dilakukan dengan cara menyelaraskan unsur servqual dari kuesioner pendahuluan yang sebelumnya sudah disebar. Dengan menggunakan metode Service Quality yang tahapannya dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Metode *Service Quality*

a. Identifikasi Dimensi Servqual

Dari hasil pengamatan yang dilakukan di BabyDear Laundry dapat disimpulkan bahwa pada layanan BabyDear Laundry terdapat 5 dimensi *Servqual* yaitu, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empaty* dan *Tangibles* yang nantinya akan digunakan dalam penentuan atribut kualitas layanan.

b. Penentuan Atribut Kualitas Layanan

Penentuan atribut dilakukan dengan cara mengamati layanan apa saja yang terdapat pada Babydear Laundry, dalam lima dimensi kualitas layanan yang terdapat dalam service quality, atribut yang akan digunakan dapat dilihat pada tabel 1 dibawah.

Tabel 1. Tabel Atribut Kualitas Layanan

Dimensi	Atribut Kualitas Layanan
<i>Tangibles</i>	Hasil laundry di Baby Dear saat ini sudah Bersih
	Hasil laundry di Baby Dear saat ini sudah Wangi
	Metode pembayaran Beragam
	Kebersihan Fasilitas Baby dear terjaga
	Kenyamanan Fasilitas Baby dear terjaga
	Lahan parkir sudah mencukupi
<i>Reliability</i>	Harga yang ditawarkan Terjangkau
	Order layanan Laundry sudah Mudah
	Proses laundry sudah Cepat dan Tepat Waktu
	Pegawai yang melakukan Antar Jemput Laundry sudah cepat dan tepat
<i>Responsiveness</i>	Pegawai melakukan pelayanan dengan Ramah
	Pegawai melakukan pelayanan dengan Responsif

	Pegawai melakukan pelayanan dengan Cermat
	Pegawai melakukan pelayanan tepat waktu
<i>Empathy</i>	Pegawai Laundry sigap dalam melayani pelanggan
	Pegawai melayani dengan tidak diskriminatif
<i>Assurance</i>	Keamanan di lingkungan Baby Dear Terjamin
	Hasil Packing di Baby Dear Laundry sudah aman
	Keamanan Barang yang di-Laundry kan di Baby Dear Laundry Terjamin

c. Penyelesaian Atribut

Dalam proses Penyelesaian, diambil unsur unsur dari pelaksanaan kuesioner pendahuluan, lalu disusun kembali dengan tetap memiliki unsur yang berhubungan dari atribut Kualitas layanan pada tabel 1. Kemudian kuesioner baru terbentuk dengan mengacu pada 5 dimensi Servqual. Tabel Penyelesaian atribut dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Tabel Penyelesaian Atribut

Dimensi	Atribut Pelayanan	Hasil Penyelesaian
<i>Tangibles</i>	Hasil laundry di Baby Dear saat ini sudah Bersih	Hasil laundry di Baby Dear saat ini sudah Bersih dan Wangi
	Hasil laundry di Baby Dear saat ini sudah Wangi	
	Lahan parkir sudah mencukupi	Lahan parkir sudah mencukupi
	Kebersihan Fasilitas Baby dear terjaga.	Kebersihan dan Kenyamanan Fasilitas Baby dear terjaga
	Kenyamanan Fasilitas Baby dear terjaga.	
	Metode pembayaran Beragam	Metode pembayaran Beragam
<i>Reliability</i>	Pegawai yang melakukan Antar Jemput Laundry sudah cepat dan tepat	Pegawai yang melakukan Antar Jemput Laundry sudah cepat dan tepat
	Harga yang ditawarkan Terjangkau	Harga yang ditawarkan Terjangkau
	roses laundry sudah Cepat dan Tepat Waktu	Proses laundry sudah Cepat dan Tepat Waktu
	Order layanan Laundry sudah Mudah	Order layanan Laundry sudah Mudah

<i>Responsiveness</i>	Pegawai melakukan pelayanan dengan Cermat	Pegawai melayani pelanggan Responsif
	Pegawai melakukan pelayanan dengan Responsif	
	Pegawai Laundry sigap dalam melayani pelanggan	Pegawai Laundry sigap dalam melayani pelanggan
<i>Empathy</i>	Pegawai melakukan pelayanan dengan Ramah	Pegawai melayani pelanggan dengan Ramah dan Sopan
<i>Assurance</i>	Keamanan di lingkungan Baby Dear Terjamin	Keamanan di lingkungan Baby Dear Terjamin
	Hasil Packing di Baby Dear Laundry sudah aman	Hasil Packing di Baby Dear Laundry sudah aman
	Keamanan Barang yang di-Laundry kan di Baby Dear Laundry Terjamin	Keamanan Barang yang di-Laundrykan di Baby Dear Laundry Terjamin.

d. Penyusunan Kuesioner

Dari hasil penyelesaian atribut diatas, maka disusunlah menjadi kuesioner yang terdiri dari empat belas pertanyaan. Hasil penyusunan tersebut dapat dilihat pada tabel 3.

e. Penyebaran Kuesioner

Dibagi menjadi 2 kuesioner yaitu kuesioner Persepsi dan Ekspektasi, keduanya disusun menggunakan pernyataan yang terdapat pada Tabel 3.3 hasil penyusunan kuesioner yang dimana setiap poin nya memiliki skala likert satu sampai lima, kuesioner disebar ke 131 responden, lalu didapat 30 responden yang mengisi kuesioner.

f. Hasil Perhitungan Gap 5

Semakin besar nilai negatif Gap 5, maka semakin kurang juga kualitas dari layanan tersebut, namun apabila nilai gap 5 tersebut mendekati nol maupun positif maka semakin baik pula kualitas dari layanan tersebut. Hasil perhitungan Gap 5 yang dilakukan berdasarkan kuesioner persepsi dan harapan yang sudah disebar dapat dilihat pada tabel 4.

g. Analisis Rekomendasi Perbaikan

Analisis rekomendasi bertujuan untuk memberikan gambaran bagaimana nantinya kualitas layanan akan diperbaiki berdasarkan setiap pernyataan yang diberikan kepada pelanggan. Analisis Rekomendasi Perbaikan di BabyDear Laundry dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 3. Tabel Hasil Penyusunan Kuesioner

Var	Atribut Kualitas Pelayanan
T1	Hasil laundry di Baby Dear saat ini sudah Bersih dan Wangi
T2	Lahan parkir sudah mencukupi
T3	Kebersihan dan Kenyamanan Fasilitas Baby dear terjaga
T4	Metode pembayaran Beragam
Y1	Pegawai yang melakukan Antar Jemput Laundry sudah cepat dan tepat
Y2	Harga yang ditawarkan Terjangkau
Y3	Proses laundry sudah Cepat dan Tepat Waktu
Y4	Order layanan Laundry sudah Mudah
R1	Pegawai melayani pelanggan Responsif
R2	Pegawai Laundry sigap dalam melayani pelanggan
E1	Pegawai melayani pelanggan dengan Ramah dan Sopan
A1	Keamanan di lingkungan Baby Dear Terjamin
A2	Hasil Packing di Baby Dear Laundry sudah aman
A3	Keamanan Barang yang di-Laundrykan di Baby Dear Laundry Terjamin.

Tabel 4. Tabel Hasil Perhitungan Gap 5

No	Kenyataan		Harapan		GAP
	Bobot	Rata Rata	Bobot	Rata rata	
T1	136	4,53	139	4,63	-0,10
T2	99	3,30	122	4,07	-0,77
T3	132	4,40	142	4,73	-0,33
T4	138	4,60	140	4,67	-0,07
Y1	135	4,50	141	4,70	-0,20
Y2	128	4,27	138	4,60	-0,33
Y3	129	4,30	139	4,63	-0,33
Y4	133	4,43	142	4,73	-0,30
R1	136	4,53	143	4,77	-0,23
R2	135	4,50	142	4,73	-0,23
E1	137	4,57	141	4,70	-0,13
A1	134	4,47	140	4,67	-0,20
A2	134	4,47	138	4,60	-0,13
A3	138	4,60	139	4,63	-0,03

h. Rekomendasi Perbaikan

Setelah melihat hasil dari perhitungan gap 5 yang terdapat pada tabel 3.5, diketahui bahwa nilai gap 5 terbesar terdapat pada atribut T2, dimana atribut V2 memiliki nilai gap 5 negatif sebesar -0,77 yaitu mengenai lahan parkir yang belum mencukupi. Maka dari itu saran perbaikan kualitas layanan Baby Dear Laundry adalah Menyediakan lahan parkir baru agar sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan.

c. Relationship Positioning

Setelah dilakukannya proses perhitungan Gap 5 menggunakan metode servqual, maka akan ada kesimpulan bagaimana kualitas layanan yang terjadi di

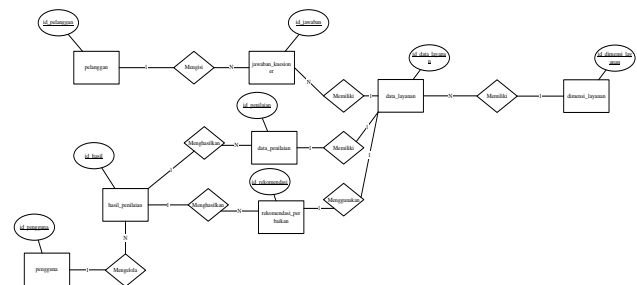
Layanan Baby Dear Laundry. Dari rekomendasi perbaikan yang diberikan nantinya perusahaan akan melakukan perbaikan tersebut dengan secara bertahap, dimana dengan menyediakan lahan parkir baru untuk pelanggan.

Tabel 5. Tabel Rekomendasi Perbaikan

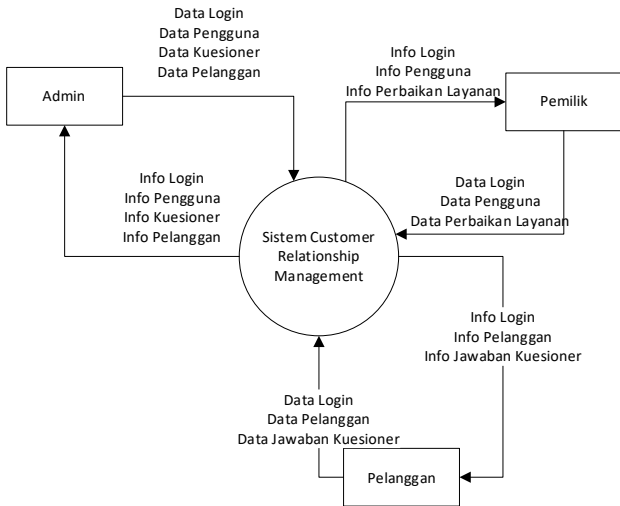
Var	Tindakan
T1	Mengganti detergen dan pewangi dengan yang lebih bagus.
T2	Menyediakan lahan parkir baru.
T3	Petugas melakukan kontrol terhadap fasilitas agar kebersihan dan kenyamanan terjaga.
T4	Menambah metode pembayaran.
Y1	Melakukan pelatihan penggunaan google maps kepada kurir agar pengantaran dapat dilakukan lebih efisien.
Y2	Melakukan penyesuaian harga dan/atau pemberian diskon.
Y3	Menambah petugas laundry, mesin dan alat cuci.
Y4	Melakukan penyesuaian prosedur pemesanan.
R1	Penambahan admin atau kasir agar pesanan cepat diproses.
R2	Melakukan pelatihan bagaimana melakukan pelayanan yang baik dan sigap ke pelanggan.
E1	Melakukan pelatihan bagaimana melakukan pelayanan dengan ramah dan sopan ke pelanggan.
A1	Memasang CCTV.
A2	Melakukan evaluasi terhadap metode packing yang digunakan
A3	Melakukan pelatihan ke petugas laundry bagaimana menjaga barang laundry pelanggan agar tetap aman dan terjaga.

4.2 Analisis dan Perancangan Sistem

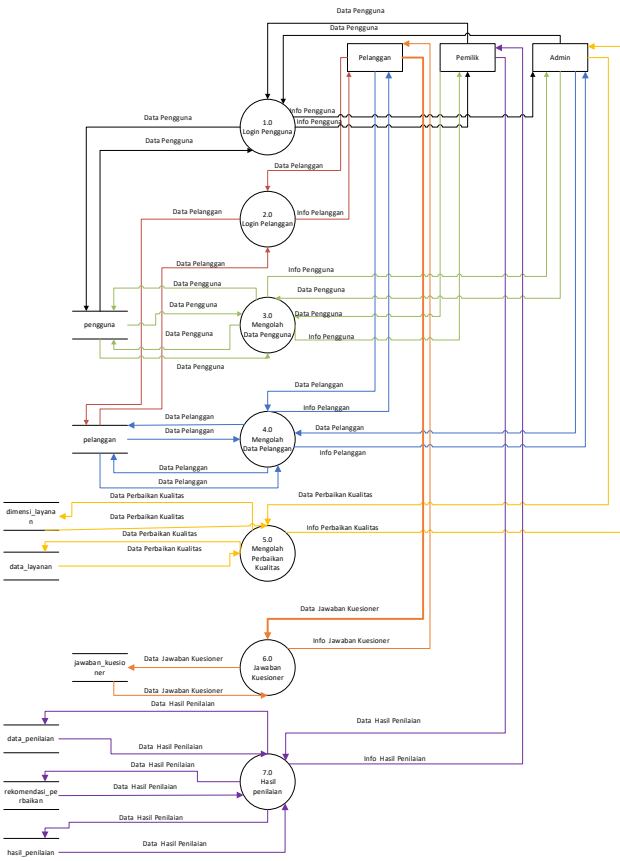
Gambar 6 – 13 menunjukkan beberapa hasil analisis dan perancangan Sistem Informasi Perbaikan Kualitas Layanan Laundry di UMKM Baby Dear Karawang.



Gambar 6. Analisis Basis Data



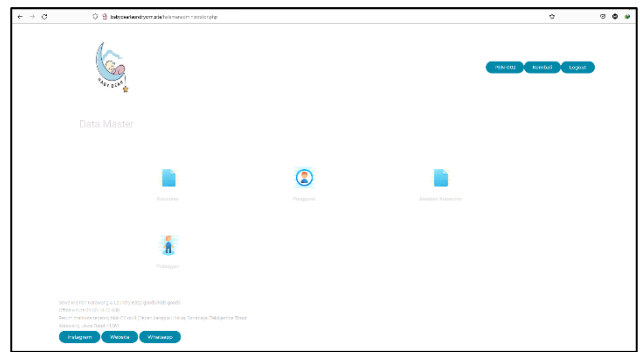
Gambar 7. Diagram Konteks Sistem Informasi Perbaikan Kualitas Layanan Laundry di UMKM Baby Dear Karawang



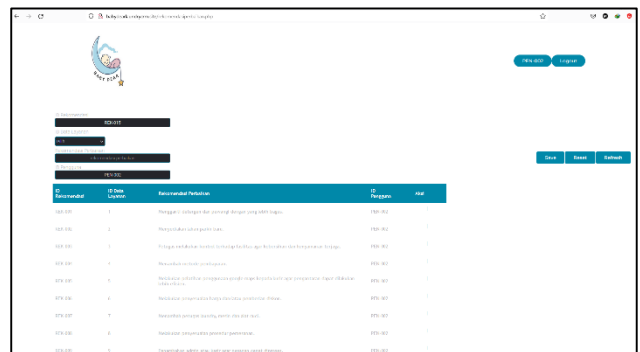
Gambar 8. DFD Level 1 Sistem Informasi Perbaikan Kualitas Layanan Laundry di UMKM Baby Dear Karawang



Gambar 9. Antarmuka Pemilik Laundry Baby Dear Karawang



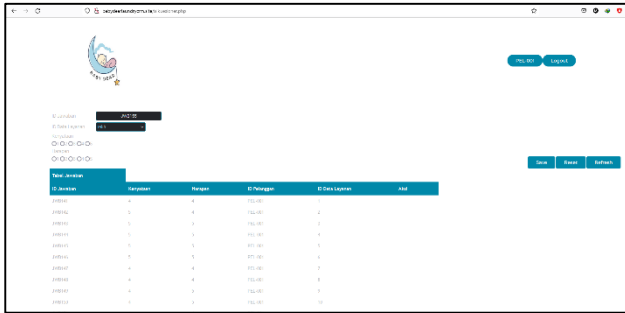
Gambar 10. Antarmuka Administrator Sistem



Gambar 11. Antarmuka Rekomendasi Perbaikan



Gambar 12. Antarmuka Hasil Penilaian



Gambar 13. Antarmuka Isi Kuesioner Pelanggan

5. PENUTUP

Berdasarkan dari uraian pembahasan dari analisis dan pengujian yang telah dilakukan, maka didapat kesimpulan bahwa Sistem Informasi Perbaikan Kualitas Layanan Laundry di UMKM Baby Dear Karawang dapat membantu pemilik dalam memberikan rekomendasi perbaikan kualitas layanan laundry di Baby Dear Karawang

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Mira Afrina, Ali Ibrahim, "Rancang Bangun Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Sebagai Sistem Informasi Dalam Peningkatan Layanan Perpustakaan Digital Fakultas Ilmu Komputer Unsri," *Jurnal Sistem Informasi*, Vol. 5, 639-644, 2013.
- [2] E. Eliana dan M. D. Rahmatya, "PERANCANGAN SISTEM INFORMASI ADMINISTRASI PADA PONDOK PESANTREN PEMBANGUNAN SUMUR BANDUNG," *Jurnal Teknologi dan Informasi*, No. 1, Vol. 9, 2019.
- [3] Wardana, E. A., Suharno, S., & Wasil, M., "Pengaruh customer relationship management (crm) dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen," *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman (JIMM)*, 3(3), 2019.
- [4] Zahro, N. U., & Prabawani, B., "Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan TV Kabel di Kecamatan Tembalang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. MNC Sky Vision-Indovision Semarang)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 9-15, 2018.
- [5] Yunitarini R., Santoso P.B., Nurwarsito H. (2012). Implementasi Perangkat Lunak Electronic Customer relationship management (E-CRM) dengan Metode Framework of Dynamic CRM. *EECCIS* Vol.6, No.1, Juni 2012.
- [6] I. A. Pangestu dan G. T. Mardiani, "SISTEM INFORMASI REKOMENDASI PRODUK DENGAN PENDEKATAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI CV. XYZ," *KOMPUTA : Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika*, vol. 10, no. 2, 78-86, 2021.
- [7] A. Sunandar dan R. Lubis, "PENERAPAN CROSS SELLING PADA SISTEM CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PENJUALAN BUKU," *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA)*, vol. 7, no. 2, 69-76 2018.
- [8] Yunitarini Rika, Santoso Purnomo Budi, Nurwarsito Heru, "Implementasi Perangkat Lunak Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) dengan Metode Framework of Dynamic CRM", *Jurnal EECCIS*, vol.6, pp.84-85, 2012.
- [9] K. A. Nugraha dan U. D. Widiarti, "SISTEM PENANGANAN KELUHAN DAN PENGEMBANGAN PRODUK DI MUTIARA PACKAGING MENGGUNAKAN PENDEKATAN CRM," 2019.
- [10] Kitapci, O, Akdogan, C., & Dorytol, I.T., "The Impact of Service Quality Dimensions on Patient Satisfaction, Repurchase Intentions and Word-of-Mouth Communication in the Public Healthcare Industry," *Social and Behavioural Science*, 161-169, 2014.
- [11] A. Iskandar dan A. Februadi., "PENGARUH DIMENSI SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PASIEN DI BAGIAN RAWAT INAP RUMAH SAKIT IMMANUEL BANDUNG," *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 87-95, 2021.
- [12] Yanuardi, Y., & Permana, A. A. "RANCANG Bangun Sistem Informasi Keuangan Pada Pt. Secret Discoveries Travel And Leisure Berbasis Web," *JIKA (Jurnal Informatika)*, 2(2), 2019.
- [13] Kusuma, S. B., "Perancangan Dan Pembuatan Sistem Aplikasi Point of Sale Berbasis Website Pada Ud. Es Drop Cita Rasa," *Jurnal Manajemen Informatika*, 7(2), 36-45, 2017.
- [14] Susanto, A. (2017). *Sistem Informasi Manajemen Konsep dan Pengembangannya Secara Terpadu*. Bandung: Linggar Jaya.
- [15] Fandy Tjiptono. Ph.D, Gregorius Chandra. "Service, Quality dan Satisfaction", Edisi ke Empat. Yogyakarta: ANDI, 2016.