

## PELATIHAN MANAJEMEN DATABASE PELANGGAN MANJAH TOUR AND TRAVEL MENGGUNAKAN CRM SPREADSHEET UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN

Lina Saptaria<sup>1</sup>, Iin Kurniasari<sup>2</sup>, Edwin Agus Buniarto<sup>3</sup>, Iva Khoiril Mala<sup>4</sup>,  
Ahmad Syamsudin<sup>5</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kediri, Indonesia,

<sup>3</sup>Program Studi Teknik Komputer Fakultas Teknik Universitas Islam Kediri, Indonesia,

<sup>4</sup>Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang,  
Indonesia, <sup>5</sup>Program Studi Tadris Matematika IAIN Kediri, Indonesia.

[linasaptaria@uniska-kediri.ac.id](mailto:linasaptaria@uniska-kediri.ac.id), [iin.kurniasari@uniska-kediri.ac.id](mailto:iin.kurniasari@uniska-kediri.ac.id),

[edwinbuniarto@uniska-kediri.ac.id](mailto:edwinbuniarto@uniska-kediri.ac.id), [iva.mala.feb@um.ac.id](mailto:iva.mala.feb@um.ac.id),

[syamsudin@iainkediri.ac.id](mailto:syamsudin@iainkediri.ac.id)

### **Abstract**

*Manjah Tour & Travel provides travel services to various tourist destinations in Indonesia. The management of this bureau experienced difficulties in managing customer complaints, providing personal service, and retaining customers. This reduces customer satisfaction and the company's brand image. Customer database management is the key to the success of the tour and travel business. This Community Service Activity (PKM) aims to conduct customer database management training using CRM Spreadsheets to increase Manjah Tour and Travel customer satisfaction. The target of PKM activities is 10 employees in the Information Technology and Marketing fields. PKM activity methods consist of: 1) socialization, 2) training, 3) direct practice, and 4) evaluation of program sustainability. The results of PKM activities are in the form of increasing employee knowledge and skills in managing customer databases more effectively using CRM Spreadsheet. This activity is very useful in building stronger relationships with customers because it can provide more personalized service, increase customer satisfaction, improve the quality of decision making related to customer management so that it can improve service quality.*

**Keywords:** Training; Customer Relationship Management; Service Quality; Customer satisfaction.

### **Abstrak**

*Manjah Tour & Travel memberikan pelayanan perjalanan wisata ke berbagai destinasi wisata di Indonesia. Manajemen biro ini mengalami kesulitan dalam mengelola keluhan pelanggan, memberikan pelayanan secara personal, dan mempertahankan pelanggan. Hal ini menurunkan kepuasan pelanggan dan brand image perusahaan. Pengelolaan database pelanggan adalah kunci keberhasilan bisnis tour dan travel. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk melakukan pelatihan pengelolaan database pelanggan menggunakan CRM Spreadsheet untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan manjah tour and travel. Sasaran kegiatan PKM adalah karyawan bidang Teknologi Informasi dan Marketing sebanyak 10 orang. Metode kegiatan PKM terdiri dari : 1) sosialisasi, 2) pelatihan, 3) praktik langsung, dan 4) evaluasi keberlanjutan program. Hasil kegiatan PKM berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan karyawan dalam melakukan pengelolaan database pelanggan secara lebih efektif menggunakan CRM Spreadsheet. Kegiatan ini sangat*

*bermanfaat dalam membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan karena dapat memberikan pelayanan yang lebih personal, meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan kualitas pengambilan keputusan terkait manajemen pelanggan sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan.*

**Kata Kunci:** *Pelatihan; Customer Relationship Management; Kualitas Pelayanan; Kepuasan pelanggan.*

## **1. PENDAHULUAN (Introduction)**

Di era digitalisasi, bisnis Tour and Travel menghadapi berbagai tantangan yang mempengaruhi cara mereka beroperasi dan bersaing. Kebutuhan mengikuti perkembangan teknologi dan sistem digitalisasi sangat penting untuk mencapai keberlanjutan pariwisata. Manjah Tour and Travel adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata, perjalanan, dan persewaan mobil. Usaha ini berdiri sejak tahun 2017 dengan jumlah karyawan saat ini sebanyak 25 orang. Komunitas travel ini siap memberikan pelayanan yang berkualitas dan mengutamakan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat di tawarkan oleh perusahaan kepada pelanggan yang pada intinya tidak terwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun namun dapat dirasakan manfaatnya oleh pelanggan (Fauzi Azmi, Kurniawan Sarlo, 2019). Apabila pelayanan yang diterima atau dirasa sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan, maka kualitas pelayanan dapat dipersepsikan baik dan memuaskan. Biro perjalanan wisata adalah perusahaan yang memberikan pelayanan yang lengkap dalam bidang transportasi, akomodasi, dan paket perjalanan wisata untuk seseorang atau sekelompok orang yang ingin melakukan perjalanan wisata baik dalam negeri maupun luar negeri (Sadikin Rahmad, Hera F Mavilinda, 2024)

Manjah Tour & Travel adalah sebuah biro perjalanan yang sangat memperhatikan kenyamanan dan keamanan dalam setiap perjalanan wisata sehingga dapat mewujudkan liburan yang menyenangkan dan tidak terlupakan. Motto yang dimiliki biro perjalanan ini adalah “Jadikan liburanmu menyenangkan dan tak terlupakan bersama Manjah Tour & Travel”. Layanan yang diberikan berupa paket tour wisata ke berbagai destinasi wisata yang menarik di Indonesia. Beberapa kelebihan biro ini antara lain : 1) Seluruh paket wisata mendapatkan fasilitas yang lengkap, pelayanan prima, dan harga yang terjangkau. 2) Menawarkan pilihan paket liburan reguler dan privat. Paket privat berarti pelanggan dapat mengatur jadwal perjalanan sendiri mulai dari tanggal berangkat, lama liburan, tempat wisata yang ingin dikunjungi, jumlah peserta serta akomodasi yang ingin digunakan. 3) Melengkapi pelayanan dengan pemandu wisata yang profesional dan fotografer yang handal untuk mengabadikan kenangan berwisata.

Menjaga hubungan yang baik dengan semua pelanggan sangat penting untuk menjaga kelangsungan usaha ini. Manjah Tour and Travel masih memiliki kelemahan dalam mengelola hubungan dengan pelanggan. Seringkali admin kesulitan dalam menemukan riwayat perjalanan pelanggan karena sistem administrasi pelanggan yang kurang tertib. Data pemesanan pelanggan dalam bentuk invoice sehingga informasi

tentang pelanggan belum dikategorisasikan berdasarkan kepentingan pengambilan keputusan. Laporan mengenai hasil prospek pelanggan maupun pelanggan potensial tidak terorganisir dengan baik sehingga sulit digunakan menjadi data pendukung dalam pengambilan keputusan. Keterbatasan kemampuan sumber daya manusia (SDM) dalam mengelola administrasi dan hubungan pelanggan merupakan hambatan yang perlu segera dicarikan solusi yang tepat. Biro perjalanan ini menghadapi tantangan dalam mengintegrasikan berbagai sistem teknologi, seperti sistem pemesanan, CRM, dan platform analitik. Sistem yang tidak terintegrasi dapat mengakibatkan inefisiensi dan data yang tidak konsisten. CRM adalah sebuah pendekatan atau sistem informasi yang dapat digunakan untuk mengelola hubungan antara pihak biro perjalanan dengan pelanggannya pada level bisnis, sehingga, dapat memaksimalkan komunikasi dan pemasaran melalui kontak dari user yang berbeda. CRM mencakup semua aspek yang berhubungan dengan calon pelanggan dan pelanggan yang sudah ada serta dapat digunakan untuk merencanakan, menjadwalkan, dan mengendalikan aktivitas-aktivitas prapenjualan dan pascapenjualan. Tujuan implementasi strategi CRM adalah untuk mendapatkan sebanyak mungkin informasi tentang bagaimana kebutuhan dan perilaku pelanggan, untuk selanjutnya dapat memberikan sebuah pelayanan yang optimal dan mempertahankan hubungan yang sudah ada. Hal ini disebabkan karena kunci sukses dari bisnis sangat tergantung dari seberapa jauh perusahaan memahami pelanggan dan dapat memenuhi kebutuhan mereka.

Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa implementasi CRM menunjukkan peningkatan signifikan dalam berbagai aspek layanan pelanggan (Cahyono & Susanto, 2024). Implementasi CRM dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Gustika et al., 2021). CRM merupakan proses membangun hubungan pelanggan dengan mengabungkan sumberdaya manusia, proses operasional, dan teknologi sehingga berdampak pada peningkatan penjualan dan membangun loyalitas pelanggan (Rokhmawati et al., 2019). Hubungan yang baik dengan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan sehingga dapat meningkatkan profit atau penjualan perusahaan. Salah satu tujuan untuk mengimplementasikan CRM yaitu meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. CRM merupakan strategi yang digunakan perusahaan untuk membentuk interaksi yang baik dengan pelanggan sehingga dapat memberikan kontribusi penting bagi perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan (Alviyonita et al., 2021). Kualitas layanan Tour & Travel harus terus ditingkatkan seiring adanya perkembangan perubahan teknologi, pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan waktu penyampaian layanan untuk mengimbangi harapan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh (Astana & Purniari, 2020), membuktikan bahwa CRM berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penerapan CRM berpengaruh pada kepuasan pelanggan dan pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian pelanggan dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan atau kesenangan (Fika; & Herdin., 2021).

Kepuasan pelanggan merupakan respon emosional dari proses penilaian pelanggan yang diperoleh setelah membandingkan persepsi harapan pelanggan sebelum pembelian dengan persepsi kinerja produk ataupun jasa setelah pemakaian.

Karena adanya keterbatasan anggaran pengelola Manjah Tour & Travel dalam mengimplementasikan CRM, maka diusulkan untuk menggunakan CRM Spreadsheet. Aplikasi ini dinilai ideal untuk usaha kecil dan menengah yang memerlukan solusi sederhana namun efektif untuk mengelola hubungan pelanggan dan meningkatkan pelayanan. CRM Spreadsheet memiliki berbagai fitur dasar untuk mengelola data pelanggan. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk melakukan pelatihan pengelolaan database pelanggan menggunakan CRM Spreadsheet untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan Manjah Tour and Travel.

## **2. TINJAUAN LITERATUR (*Literature Review*)**

### **Customer Relationship Management (CRM)**

CRM adalah suatu aktivitas, upaya, dan strategi yang melibatkan seluruh sumber daya untuk menjalin, mengelola, dan memelihara hubungan dengan pelanggan yang ada serta mengidentifikasi kebutuhan pelanggan. CRM merupakan strategi pemasaran yang melibatkan mekanisme pemanfaatan teknologi, proses, dan manusia untuk membangun hubungan pelanggan dan menyederhanakan berbagai proses bisnis untuk menciptakan nilai bagi pelanggan. Melalui CRM, pelaku usaha Manjah Tour & Travel dapat memberikan pelayanan online kepada konsumen, seperti : sistem pemesanan paket tour wisata, pembayaran online, pemberian diskon, promosi, dan informasi lain yang penting diketahui pelanggan. Sistem CRM merupakan satu sistem yang dapat mempermudah penyampaian promosi dan informasi mengenai layanan kepada pelanggan sesuai dengan preferensinya. Sistem juga mempermudah pelaku bisnis melihat kebutuhan pelanggan mereka berdasarkan profil data pelanggan (Diana et al., 2020). Dimensi efektifitas penerapan CRM mencakup empat unsur yaitu : teknologi, pengetahuan dan keterampilan manusia, proses operasi, dan informasi pelanggan. Hasil implementasi CRM dalam bisnis dapat membantu perusahaan dalam mengelola data pelanggan yang sering bertransaksi, menampung keluhan dan testimoni pelanggan sehingga mudah untuk melakukan evaluasi kerja dan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, menyediakan fitur promo yang berguna untuk mempertahankan pelanggan (Debbie Mistikaweni, 2019).

### **CRM Spreadsheet**

CRM Spreadsheet adalah alat yang menggunakan aplikasi spreadsheet (seperti Microsoft Excel atau Google Sheets) untuk mengelola dan menganalisis data pelanggan. Ini berfungsi sebagai sistem manajemen hubungan pelanggan yang lebih sederhana dan terjangkau, yang memungkinkan perusahaan untuk menyimpan, mengatur, dan

menganalisis informasi terkait pelanggan dengan cara yang terstruktur. Fitur utama CRM spreadsheet adalah sebagai berikut.

1) Penyimpanan data pelanggan

CRM spreadsheet dapat digunakan untuk menyimpan informasi dasar seperti nama, alamat, kontak, dan riwayat interaksi.

2) Analisis dan pelaporan

CRM spreadsheet dapat digunakan untuk membantu dalam analisis data sehingga memahami perilaku pelanggan dan membuat laporan tentang kinerja penjualan.

3) Segmentasi pelanggan

CRM spreadsheet memungkinkan pengguna untuk mengelompokkan pelanggan berdasarkan karakteristik tertentu untuk penargetan yang lebih efektif.

4) Pemantauan interaksi

CRM spreadsheet dapat digunakan untuk mencatat semua interaksi dengan pelanggan, seperti panggilan, email, dan pertemuan.

5) Pengaturan tugas dan pengingat

CRM spreadsheet menyediakan fitur pengingat untuk tindak lanjut dengan pelanggan, meningkatkan responsivitas.

6) Visualisasi data

CRM spreadsheet menggunakan grafik dan diagram untuk memvisualisasikan data, memudahkan analisis dan presentasi.

Manfaat CRM spreadsheet diantaranya tidak memerlukan investasi besar dalam perangkat lunak CRM yang kompleks, dapat disesuaikan dengan kebutuhan spesifik bisnis, dan dapat diakses di berbagai perangkat, terutama jika menggunakan layanan berbasis cloud. Langkah-langkah yang dilakukan untuk menyusun data pelanggan di spreadsheet adalah sebagai berikut.

1) Membuat template CRM

2) Membuat spreadsheet dengan kolom-kolom yang relevan seperti: identitas pelanggan, nama pelanggan atau perusahaan, total penjualan kepada pelanggan, biaya layanan yang dibeli pelanggan, biaya operasional yang merupakan biaya tambahan, pendapatan bersih, margin keuntungan, mengumpulkan data keuangan.

3) Mengumpulkan data penjualan dan biaya

4) Data penjualan adalah data tentang total penjualan untuk masing-masing pelanggan selama periode waktu tertentu (misalnya, bulanan atau tahunan).

Biaya produksi dan operasional adalah biaya yang terkait dengan produk atau layanan yang dibeli oleh pelanggan.

- 5) Memasukkan data ke spreadsheet
- 6) Isi data penjualan, biaya produksi, dan biaya operasional ke dalam kolom yang sesuai di spreadsheet.
- 7) Menghitung profitabilitas
- 8) Menghitung pendapatan bersih dengan menggunakan rumus
- 9) = [Total Penjualan] - [Biaya Produksi] - [Biaya Operasional]
- 10) Menghitung margin keuntungan dengan menggunakan rumus
- 11) = ([Pendapatan Bersih] / [Total Penjualan]) \* 100
- 12) Menganalisis data, visualisasi data, filter dan sortir data, dan
- 13) Membuat laporan.
- 14) Menyusun laporan yang merangkum analisis profitabilitas, termasuk pelanggan dengan profitabilitas tertinggi dan terendah. Selain itu dalam laporan perlu menjelaskan tren atau pola yang terlihat dalam data untuk mengambil tindakan dan pengambilan Keputusan.
- 15) Identifikasi pelanggan utama
- 16) Memfokuskan upaya pada pelanggan dengan profitabilitas tinggi untuk mempertahankan hubungan baik dan meningkatkan penjualan. Mempertimbangkan strategi untuk meningkatkan profitabilitas pelanggan dengan margin keuntungan rendah, seperti penyesuaian harga atau pengurangan biaya.
- 17) Melakukan evaluasi strategi bisnis
- 18) Menggunakan hasil analisis untuk menyesuaikan strategi bisnis, termasuk penawaran produk, harga, atau layanan pelanggan.

### **Kualitas Pelayanan Jasa Tour & Travel**

Kualitas pelayanan dalam jasa tour & travel sangat penting untuk memastikan kepuasan pelanggan dan membangun reputasi yang baik. Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor kunci yang menentukan kesuksesan bisnis jasa, termasuk dalam industri pariwisata dan perjalanan. Menurut Parasuraman et al. (1988), kualitas pelayanan merupakan sejauh mana layanan yang diberikan dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Dalam industri jasa seperti tour & travel, kualitas pelayanan sering kali menjadi faktor penentu dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan serta daya saing bisnis. Kotler dan Keller (2016) menekankan bahwa kualitas pelayanan bukan hanya tentang hasil akhir layanan, tetapi juga melibatkan pengalaman pelanggan selama proses pemberian layanan. Ini termasuk interaksi langsung dengan

staf, kemudahan akses informasi, dan respons terhadap keluhan atau kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan biasanya diukur melalui beberapa dimensi yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dalam model SERVQUAL. Dimensi ini sangat relevan untuk industri jasa tour & travel, di antaranya:

- 1) Tangibility (Bukti Fisik): Elemen fisik dari pelayanan seperti kantor agen perjalanan, kebersihan kendaraan, dan fasilitas lainnya yang dapat dilihat oleh pelanggan. Dalam layanan tour & travel, kendaraan yang nyaman dan informasi yang disajikan secara visual menarik dapat meningkatkan persepsi kualitas
- 2) Reliability (Keandalan): Kemampuan penyedia jasa untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan akurat dan konsisten. Dalam konteks tour & travel, keandalan mencakup ketepatan waktu, keakuratan informasi destinasi, serta kepastian jadwal perjalanan (Hoffman & Bateson, 2017).
- 3) Responsiveness (Ketanggapan): Kemauan dan kemampuan penyedia jasa untuk membantu pelanggan serta menyediakan layanan dengan cepat. Pelanggan dalam industri ini cenderung menghargai tanggapan yang cepat terhadap pertanyaan atau perubahan dalam rencana perjalanan (Grönroos, 2007).
- 4) Assurance (Jaminan): Pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan staf dalam memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada pelanggan. Di industri perjalanan, pelanggan merasa nyaman ketika mereka dipandu oleh tenaga profesional yang memiliki pengetahuan yang baik tentang destinasi dan aturan perjalanan (Kotler & Keller, 2016).
- 5) Empathy (Empati): Kemampuan penyedia jasa untuk memberikan perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan secara individual. Personalisasi pelayanan dalam tour & travel menjadi aspek penting, seperti memberikan rekomendasi yang sesuai dengan preferensi pelanggan atau memberikan perhatian khusus pada kebutuhan khusus wisatawan (Zeithaml et al., 1996).

### **Kepuasan Pelanggan Jasa Tour & Travel**

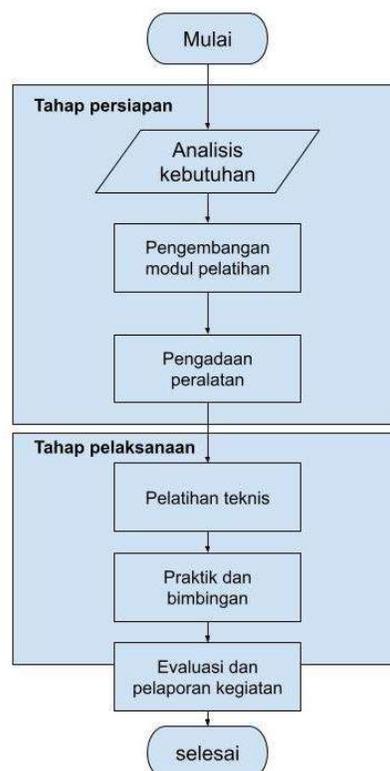
Kepuasan pelanggan dalam jasa tour & travel merujuk pada tingkat di mana pengalaman pelanggan memenuhi atau melebihi harapan mereka terkait layanan yang diberikan. Hal ini mencakup berbagai elemen yang berkontribusi pada pengalaman keseluruhan selama proses perjalanan. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain : kualitas layanan, pengalaman perjalanan, kesesuaian dengan harapan, fleksibilitas dan adaptabilitas, layanan purna jual, responsif terhadap permintaan atau menjawab pertanyaan pelanggan, menerima dan menanggapi umpan balik untuk terus meningkatkan layanan. Kepuasan pelanggan adalah faktor penting dalam industri jasa, termasuk tour dan travel. Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan pelanggan adalah tingkat di mana harapan pelanggan terhadap suatu produk atau layanan sesuai dengan pengalaman yang mereka rasakan. Dalam konteks jasa perjalanan, kepuasan ini bergantung pada berbagai faktor seperti kualitas pelayanan, personalisasi layanan, dan kemudahan akses informasi. Kepuasan yang tinggi tidak

hanya berdampak pada loyalitas pelanggan tetapi juga pada reputasi perusahaan di pasar, terutama melalui word-of-mouth dan ulasan online (Hoffman & Bateson, 2017).

Studi oleh Oliver (1997) menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan selama perjalanan wisata sangat memengaruhi tingkat kepuasan mereka. Hal-hal seperti ketepatan waktu, akurasi informasi, dan profesionalisme pemandu wisata sangat berpengaruh. Selain itu, fleksibilitas dalam menghadapi perubahan atau masalah yang tidak terduga, seperti perubahan jadwal atau kondisi cuaca buruk, juga menjadi aspek penting dalam menciptakan pengalaman positif. Menurut Zeithaml et al. (2000), agen perjalanan yang mampu merespon cepat terhadap keluhan dan masalah pelanggan cenderung mendapatkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Penelitian sejenis juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas dan niat untuk kembali menggunakan layanan yang sama di masa mendatang (Anderson & Fornell, 1994). Dalam industri tour dan travel, pelanggan yang puas akan cenderung merekomendasikan layanan kepada orang lain, yang berkontribusi pada pertumbuhan bisnis. Namun, jika ekspektasi pelanggan tidak terpenuhi, keluhan atau ketidakpuasan dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan, yang pada akhirnya berdampak negatif pada retensi pelanggan dan reputasi perusahaan.

### 3. METODE PELAKSANAAN (*Materials and Method*)

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diadakan di Kepuharjo Karangploso Malang Jawa Timur. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama 2 hari secara tatap muka pada bulan Agustus 2024. Peserta kegiatan adalah 20 orang karyawan biro perjalanan Manjah Tour & Travel. Metode pelaksanaan kegiatan PKM disajikan pada gambar 1.



Gambar 1. Diagram Alir Metode Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

**a. Tahap Persiapan**

**Analisis Kebutuhan:** Melakukan wawancara awal dengan pimpinan dan karyawan Manjah Tour & Travel untuk memahami permasalahan dalam pengelolaan database pelanggan. Selanjutnya Mengidentifikasi keterbatasan sistem yang ada dan menentukan solusi melalui penggunaan CRM Spreadsheet. Terakhir akan ditentukan sasaran pelatihan, yaitu karyawan dari divisi Teknologi Informasi dan Marketing sebanyak 10 orang.

**Pengembangan Modul:** Menyusun materi pelatihan yang mencakup pengenalan dasar CRM, manfaat CRM dalam bisnis, dan penggunaan CRM Spreadsheet secara praktis. Pembuatan modul dalam bentuk presentasi, tutorial langkah demi langkah, dan latihan simulasi.

**Pengadaan Peralatan:** Menyediakan perangkat komputer atau laptop bagi peserta pelatihan. Menyiapkan template CRM Spreadsheet yang akan digunakan selama pelatihan.

**b. Tahap Pelaksanaan**

**Pelatihan Teknis:** Tutorial penggunaan dasar CRM Spreadsheet, seperti pengisian data pelanggan, pengelompokan, dan pencarian data. Penggunaan fitur filter, pivot table, dan grafik untuk memantau aktivitas pelanggan.

**Praktik Mandiri:** Setiap peserta menginput data pelanggan berdasarkan contoh kasus nyata yang disediakan. Peserta diberi tugas untuk menyelesaikan simulasi pengelolaan database dan menghasilkan laporan sederhana dari CRM Spreadsheet.

**Praktik Langsung dan Bimbingan:** Peserta melakukan praktik pengelolaan database pelanggan yang lebih kompleks dengan bimbingan langsung. Simulasi penanganan keluhan pelanggan menggunakan data yang ada di CRM Spreadsheet. Bimbingan individual untuk peserta yang mengalami kesulitan dalam menggunakan fitur-fitur CRM Spreadsheet.

**3. Evaluasi Program**

**Penilaian Ketercapaian Tujuan Pelatihan:** Melakukan tes sederhana untuk mengukur pemahaman peserta terkait penggunaan CRM Spreadsheet. Menyebarkan kuesioner kepada peserta pelatihan untuk menilai kepuasan mereka terhadap materi dan metode yang digunakan.

**Monitoring dan Pendampingan Pasca Pelatihan** dengan melakukan evaluasi pasca pelatihan untuk memantau implementasi CRM Spreadsheet di Manjah Tour & Travel.

Kegiatan PKM ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam dan keterampilan praktis dalam mengelola database pelanggan menggunakan CRM Spreadsheet, serta mempersiapkan peserta untuk mengimplementasikan pengetahuan

tersebut dalam pekerjaan sehari-hari. Kegiatan dimulai dengan mengidentifikasi permasalahan mitra yang dilakukan dengan melakukan kunjungan ke lokasi mitra, mengadakan kegiatan diskusi dan tanya jawab tentang topik manajemen data pelanggan. Selanjutnya tim PKM dan mitra menyepakati pelaksanaan jadwal kegiatan pelatihan yang disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Penjadwalan Kegiatan Pelatihan

<b>Pertemuan</b>	<b>Materi</b>	<b>Waktu</b>	<b>Kegiatan</b>
1	Pengenalan dan konsep dasar CRM Spreadsheet	08:30 - 09:00	Registrasi peserta
		09:00 - 10:30 -	Pengenalan CRM dan Manfaatnya
		10:30 - 12:30	konsep dasar CRM Spreadsheet
		12:00 - 13:00 -	Istirahat dan Makan Siang
		13:00 - 15:00 -	Membangun Template CRM di Spreadsheet
		15:00 - 16:00	Mengelola Data Pelanggan
<b>Pertemuan</b>	<b>Materi</b>	<b>Waktu</b>	<b>Kegiatan</b>
2	Implementasi CRM Spreadsheet untuk mengelola data pelanggan	08:30 - 09:00	Registrasi peserta
		09:00 - 10:30 -	Fungsi dan Rumus Lanjutan
		10:30 - 12:30	Automatisasi dan Pengaturan
		12:00 - 13:00 -	Istirahat dan Makan Siang
		13:00 - 15:00 -	Studi Kasus dan Praktik
		15:00 - 16:00	Tanya Jawab dan Penutup

Setelah menyusun jadwal kegiatan, tim PKM mempersiapkan materi dan alat yang dibutuhkan untuk menunjang efektifitas pelaksanaan kegiatan pelatihan. Tim PKM memastikan peserta memiliki akses ke perangkat yang diperlukan (komputer atau tablet dengan aplikasi spreadsheet) dan materi pelatihan berupa handout. Selain itu tim PKM memastikan kehadiran pelatih dan menyiapkan google formulir untuk mengumpulkan umpan balik dari peserta kegiatan pelatihan sebagai bahan evaluasi dimasa mendatang. Laporan kegiatan PKM diberikan kepada mitra manajer operasional Manajah Tour & Travel sebagai pedoman pembuatan kebijakan.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN (*Results and Discussion*)**

Hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dan temuan yang dapat dilaporkan adalah sebagai berikut.

##### **A. Hasil Pelaksanaan Kegiatan PKM**

Sosialisasi hari pertama dimulai dengan pengenalan konsep Customer Relationship Management (CRM), yang menekankan pentingnya pengelolaan database pelanggan dalam memberikan layanan personal dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, dijelaskan juga bagaimana CRM Spreadsheet dipilih sebagai solusi yang efektif untuk mendukung operasional perusahaan.

Pada hari kedua, peserta mendapatkan pelatihan teknis mengenai penggunaan CRM Spreadsheet. Materi pelatihan meliputi pengisian data pelanggan, pengelompokan, serta penggunaan fitur analitis seperti filter dan pivot table untuk memantau aktivitas pelanggan. Sesi pelatihan ini diikuti dengan praktik langsung, di mana para peserta, baik dari tim IT maupun marketing, secara aktif mencoba mengelola database pelanggan secara lebih sistematis. Acara ini ditutup dengan evaluasi hasil pelatihan yang menunjukkan peningkatan kemampuan peserta dalam mengelola dan menganalisis data pelanggan menggunakan CRM Spreadsheet.

Pelatihan teknis penggunaan CRM Spreadsheet pada kegiatan ini bertujuan untuk membekali peserta dengan keterampilan praktis dalam mengelola data pelanggan secara sistematis. Pada sesi ini, peserta diperkenalkan dengan langkah-langkah dasar dalam menggunakan CRM Spreadsheet untuk mempermudah manajemen database pelanggan. Dimulai dari pengaturan awal template CRM, karyawan diajarkan cara mengimpor dan menambah data pelanggan, seperti nama, alamat, nomor kontak, riwayat transaksi, serta preferensi wisata. Selain itu, peserta diajarkan cara memanfaatkan fitur validasi data untuk memastikan bahwa informasi yang dimasukkan tetap akurat dan terstruktur. Setiap langkah dipandu secara rinci untuk memastikan karyawan dari tim IT dan marketing mampu memahami prosesnya dengan baik.

Setelah pengenalan dasar, pelatihan berlanjut dengan simulasi pengisian data pelanggan menggunakan contoh kasus nyata. Pada bagian ini, peserta diminta untuk menginput data dari pelanggan yang telah dilayani sebelumnya. Selain memasukkan data dasar, peserta juga diminta untuk mencatat keluhan pelanggan dan riwayat interaksi mereka dengan perusahaan. Tujuan dari simulasi ini adalah untuk memperlihatkan bagaimana informasi pelanggan dapat digunakan untuk memberikan pelayanan yang lebih personal. Dengan informasi yang terstruktur dan dapat diakses dengan mudah, karyawan dapat memprioritaskan keluhan yang paling mendesak, serta merancang strategi pemasaran yang lebih efektif berdasarkan riwayat perjalanan dan preferensi pelanggan.

Customer Name	Date Created	Assignee	Opportunity Status	Opportunity Stage	Rp Value	Street Address	City	State/Country/Zip Code	Primary Contact (First)	Primary Contact (Last)	Email Address
Budi Santoso	2019-12-01	Mala	Open	Qualified							
Ari Lestari	2019-12-04	Mala	Open	Follow-Up							
Ahmad Rifa	2019-12-04	Ricky	Open	Follow-Up							
Dwi Ratna Sari	2019-12-20	Mala	Closed	Demo							
Tim Uniska	2019-12-19	Mala	Open	Negotiation							
Lina Septena	2019-12-10	Ricky	Open	Won							
Tim Surabaya Petrus	2019-11-07	Ariel	Closed	Lost							
Johan Saputra	2019-12-17	Ariel	Closed	Unqualified							
Meal Innovations	2019-12-19	Danny	Closed	Won							

Gambar 2. Tampilan CRM Spreadsheet

Selanjutnya, pelatihan menekankan pada penggunaan fitur-fitur dasar di CRM Spreadsheet yang dapat membantu analisis dan pemetaan data pelanggan. Peserta diperkenalkan pada fitur filter dan pivot table untuk memisahkan data pelanggan berdasarkan kriteria tertentu, seperti pelanggan yang sering bepergian, preferensi tujuan wisata, atau waktu terakhir mereka menggunakan layanan Manjah Tour & Travel. Penggunaan fitur ini memungkinkan tim marketing untuk menargetkan pelanggan yang relevan dengan promosi tertentu. Selain itu, laporan sederhana dapat dibuat dengan memanfaatkan grafik yang dihasilkan secara otomatis dari data yang dimasukkan, sehingga memudahkan pengambilan keputusan manajemen terkait strategi peningkatan layanan dan pemasaran.

Setelah mendapatkan pemahaman dasar tentang CRM Spreadsheet, karyawan dari tim IT dan marketing Manjah Tour & Travel kemudian mempraktikkan pengelolaan data pelanggan secara langsung. Mereka dibagi ke dalam beberapa kelompok dan diminta untuk menginput data pelanggan yang sudah ada serta data baru yang dikumpulkan selama simulasi. Karyawan IT bertugas mengelola data teknis, seperti pengaturan spreadsheet dan validasi data, sedangkan tim marketing lebih fokus pada analisis data pelanggan untuk kebutuhan promosi dan personalisasi layanan. Latihan ini dirancang untuk memperkuat pemahaman karyawan tentang bagaimana mengelola dan memanfaatkan database secara optimal untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan.



Gambar 3. Tampilan dashboard CRM

Dalam praktiknya, peserta diberikan contoh kasus nyata yang dihadapi oleh Manjah Tour & Travel. Salah satu kasus yang dibahas adalah penanganan pelanggan yang sering melakukan perjalanan wisata tetapi mulai menunjukkan penurunan frekuensi pemesanan. Tim IT memasukkan data riwayat perjalanan pelanggan tersebut, sementara tim marketing menggunakan CRM Spreadsheet untuk menganalisis preferensi wisata yang paling sering dipilih pelanggan. Dari hasil analisis, tim marketing mampu mengidentifikasi alasan penurunan aktivitas pelanggan, seperti ketidakpuasan terhadap pelayanan atau perubahan preferensi tujuan wisata. Dengan data ini, mereka dapat merancang penawaran khusus atau promosi yang relevan untuk menarik kembali pelanggan tersebut.



Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan PKM

## B. Hasil Pengukuran Efektifitas Kegiatan PKM

Sebelum pelatihan dilaksanakan, pengelolaan database pelanggan di Manjah Tour & Travel masih dilakukan secara manual. Karyawan biasanya mencatat informasi pelanggan di buku catatan atau menggunakan spreadsheet yang tidak memiliki struktur yang jelas. Metode ini sering kali menyebabkan kesulitan dalam pencarian data, analisis, dan pengelompokan pelanggan berdasarkan kebutuhan spesifik mereka. Selain itu, data pelanggan yang tersebar dan tidak terorganisir dengan baik membuat tim kesulitan dalam memberikan layanan yang personal dan responsif, yang akhirnya berdampak pada kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Setelah pelatihan, karyawan mengalami peningkatan signifikan dalam keterampilan mereka mengelola database menggunakan CRM Spreadsheet. Dengan CRM Spreadsheet, pengelolaan data pelanggan menjadi lebih sistematis dan terstruktur. Karyawan dapat dengan mudah memasukkan, menyimpan, dan mengelola informasi pelanggan dalam satu platform yang terorganisir. Mereka juga dilatih untuk memanfaatkan fitur-fitur otomatisasi sederhana, seperti filter dan pivot table, yang memungkinkan mereka untuk menganalisis data pelanggan dengan lebih cepat dan efisien. Fitur ini memudahkan

karyawan untuk memisahkan data pelanggan berdasarkan kriteria tertentu, seperti preferensi wisata atau riwayat transaksi, sehingga keputusan pemasaran dan pelayanan dapat dilakukan dengan lebih tepat sasaran dan relevan.

Setelah pelatihan, kemampuan karyawan dalam memberikan layanan yang lebih personal meningkat signifikan berkat penggunaan CRM Spreadsheet. Dengan data pelanggan yang lebih terstruktur, karyawan dapat dengan mudah mengakses informasi seperti riwayat perjalanan, preferensi destinasi wisata, hingga kebutuhan khusus pelanggan. Hal ini memungkinkan mereka untuk memberikan layanan yang lebih personal, seperti memberikan rekomendasi wisata yang sesuai dengan minat dan pengalaman sebelumnya dari pelanggan. Layanan yang personal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga memperkuat hubungan jangka panjang antara pelanggan dan Manjah Tour & Travel.

Selain itu, penggunaan CRM Spreadsheet juga memungkinkan karyawan untuk lebih cepat mengidentifikasi pelanggan loyal serta menangani keluhan dengan lebih efektif. Data pelanggan yang terorganisir membantu tim mengelompokkan pelanggan yang sering menggunakan layanan dan menargetkan mereka dengan penawaran khusus atau program loyalitas. Karyawan juga dapat menangani keluhan lebih cepat, karena informasi pelanggan yang lengkap dapat diakses secara real-time. Ketika ada masalah atau keluhan, karyawan bisa segera merujuk pada data yang tersedia dan memberikan solusi yang tepat dan cepat sesuai dengan preferensi pelanggan, sehingga meminimalkan ketidakpuasan dan menjaga loyalitas mereka.

### **C. Dampak Kegiatan Pelatihan CRM Spreadsheet dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan**

Pelatihan CRM (Customer Relationship Management) berbasis spreadsheet dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Berikut adalah beberapa dampak positif yang dapat diharapkan:

#### **1. Peningkatan Efisiensi dalam Mengelola Data Pelanggan**

Setelah penerapan CRM Spreadsheet, efisiensi dalam manajemen pelanggan di Manjah Tour & Travel meningkat secara signifikan. Waktu yang sebelumnya diperlukan untuk mencari dan menganalisis data pelanggan berkurang drastis karena seluruh informasi kini tersimpan dalam satu platform yang terorganisir. Karyawan dapat dengan cepat menemukan riwayat perjalanan, preferensi wisata, dan data penting lainnya untuk melayani pelanggan dengan lebih baik. Hal ini memudahkan mereka dalam memberikan layanan yang lebih personal, karena mereka dapat merancang penawaran atau rekomendasi berdasarkan data yang sudah terstruktur, tanpa harus melakukan pencarian manual yang memakan waktu.

- **Akses Data Terpusat:** Dengan menggunakan spreadsheet, semua data pelanggan dapat terpusat dalam satu tempat, sehingga memudahkan akses dan pencarian informasi.
- **Otomatisasi Tugas:** Banyak tugas repetitif seperti pelacakan interaksi, pengiriman email, atau pembuatan laporan dapat diotomatisasi menggunakan formula dan fitur spreadsheet.
- **Pengurangan Waktu Respon:** Karyawan dapat dengan cepat menemukan informasi yang dibutuhkan untuk merespons pertanyaan atau permintaan pelanggan.

## 2. Pemahaman yang Lebih Mendalam tentang Pelanggan

Peningkatan efisiensi ini juga berpengaruh langsung pada kepuasan pelanggan. Dengan informasi pelanggan yang tersedia secara lengkap, karyawan mampu menangani keluhan lebih cepat dan memberikan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan dan riwayat pelanggan. Pelanggan merespons dengan umpan balik positif terkait layanan yang lebih responsif dan personal. Karyawan yang dapat menyesuaikan pelayanan dengan kebutuhan spesifik pelanggan berhasil meningkatkan kualitas interaksi, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih menyenangkan. Selain itu, hubungan jangka panjang dengan pelanggan semakin kuat, karena layanan yang lebih terarah dan berbasis data membantu menjaga loyalitas pelanggan.

- **Analisis Data yang Lebih Mudah:** Spreadsheet memungkinkan analisis data pelanggan secara mendalam, seperti segmentasi pelanggan, identifikasi tren pembelian, dan preferensi pelanggan.
- **Personalisasi Pelayanan:** Dengan memahami preferensi pelanggan, perusahaan dapat memberikan pelayanan yang lebih personal dan relevan.
- **Peningkatan Relevansi Penawaran:** Penawaran produk atau layanan dapat disesuaikan dengan kebutuhan individu pelanggan.

## 3. Peningkatan Kualitas Interaksi dengan Pelanggan

- **Konsistensi dalam Pelayanan:** Dengan menggunakan data yang sama, semua karyawan dapat memberikan informasi yang konsisten kepada pelanggan.
- **Peningkatan Kualitas Komunikasi:** Pelatihan CRM dapat membantu karyawan meningkatkan keterampilan komunikasi mereka, baik secara lisan maupun tertulis.
- **Resolusi Masalah yang Lebih Cepat:** Dengan akses ke riwayat interaksi, karyawan dapat dengan cepat mengidentifikasi akar masalah dan memberikan solusi yang tepat.

#### 4. Peningkatan Kepuasan Pelanggan

- **Pengalaman Pelanggan yang Lebih Baik:** Pelayanan yang lebih personal, responsif, dan konsisten akan meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.
- **Loyalitas Pelanggan yang Lebih Tinggi:** Pelanggan yang merasa puas akan lebih cenderung untuk menjadi pelanggan setia dan merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain.
- **Peningkatan Nilai Seumur Hidup Pelanggan:** Dengan mempertahankan pelanggan yang ada dan menarik pelanggan baru, perusahaan dapat meningkatkan nilai seumur hidup pelanggan.

#### 5. Pengambilan Keputusan yang Lebih Baik

Peningkatan keputusan manajemen berdampak pada pengambilan keputusan manajemen yang lebih efektif. Dengan data pelanggan yang lebih lengkap dan terstruktur, manajemen dapat membuat keputusan strategis yang lebih baik terkait pemasaran. Mereka dapat menentukan target pasar yang lebih tepat serta menyusun penawaran promosi yang relevan berdasarkan preferensi dan perilaku pelanggan. Misalnya, data menunjukkan kecenderungan pelanggan untuk memilih tujuan wisata tertentu, sehingga Manjah Tour & Travel dapat fokus pada strategi pemasaran yang mengarah pada destinasi tersebut. Hal ini meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran dan berpotensi meningkatkan pendapatan perusahaan.

- **Data-Driven Decision Making:** Data yang terorganisir dalam spreadsheet memungkinkan perusahaan untuk membuat keputusan yang lebih baik berdasarkan data yang akurat dan terkini.
- **Identifikasi Peluang Bisnis:** Dengan menganalisis data pelanggan, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang bisnis baru dan meningkatkan penjualan.

#### D. Tantangan dan Solusi dalam Implementasi CRM Spreadsheet

Selama pelatihan implementasi CRM Spreadsheet, beberapa tantangan muncul, terutama dalam hal adaptasi teknologi. Beberapa karyawan, khususnya yang kurang terbiasa dengan penggunaan perangkat lunak berbasis spreadsheet, mengalami kesulitan dalam memahami konsep dan fitur dasar CRM Spreadsheet. Mereka memerlukan waktu lebih lama untuk memahami cara memasukkan data, memfilter informasi, dan menggunakan fitur-fitur otomatisasi seperti pivot table. Hal ini memperlambat proses pelatihan bagi sebagian peserta, terutama yang berasal dari tim marketing yang lebih terbiasa dengan interaksi langsung dengan pelanggan daripada bekerja dengan data secara teknis.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, tim pelatih memberikan bimbingan intensif kepada karyawan yang memerlukan pendampingan lebih lanjut. Bimbingan ini dilakukan dengan memberikan waktu tambahan untuk latihan dan simulasi khusus yang

lebih sederhana sebelum memperkenalkan fitur yang lebih kompleks. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap karyawan, baik dari tim IT maupun marketing, bisa mengoperasikan CRM Spreadsheet dengan baik. Selain itu, para peserta pelatihan juga diberi kesempatan untuk melakukan sesi tanya jawab dan troubleshooting secara langsung, sehingga mereka bisa mendapatkan solusi real-time terhadap kendala yang mereka hadapi selama proses belajar.

## 5. KESIMPULAN (Conclusions)

Kesimpulan yang dapat disampaikan setelah pelaksanaan kegiatan PKM adalah sebagai berikut.

- 1) Aktivitas kegiatan pelatihan mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan karyawan Manjah Tour & Travel dalam mengelola database pelanggan.
- 2) Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pengelolaan database pelanggan berpotensi dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Sistem CRM Spreadsheet memudahkan karyawan dalam mengenali pelanggan secara lebih detail dan melayani mereka sesuai kebutuhannya.
- 3) Karyawan masih melakukan beberapa kesalahan dalam menerapkan CRM Spreadsheet karena merupakan suatu hal yang baru.

Saran yang dapat diusulkan kepada mitra Manjah Tour & Travel, pelatihan CRM harus dilakukan secara berkelanjutan untuk memastikan karyawan tetap menguasai keterampilan yang dibutuhkan dan mengikuti perkembangan teknologi. CRM Spreadsheet perlu diintegrasikan dengan sistem lain seperti sistem penjualan, inventori, atau akuntansi untuk mendapatkan gambaran yang lebih lengkap tentang bisnis.

## 6. UCAPAN TERIMA KASIH (*Acknowledgement*)

Kami mengucapkan terimakasih kepada seluruh penulis yang telah berkontribusi dalam menyusun artikel ini. Terimakasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DRTPM) atas pendanaan kegiatan PKM ini. Terimakasih kepada mitra Komunitas Manjah Tour & Travel serta LPPM Uniska Kediri atas kerjasama dan dukungan yang baik terhadap kegiatan PKM.

## 7. DAFTAR PUSTAKA (*References*)

- Alvionnita, A. N., Firmansyah, A. U., & Maharani, D. (2021). Implementasi Customer Relationship Management Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pada Klinik Dinda Berbasis Web. *JUTSI (Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi)*, 1(1), 71–78. <https://doi.org/10.33330/jutsi.v1i1.1047>
- Astana, I. G. M. O., & Purniari, K. N. (2020). Implementasi CRM, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Maha Surya Motor Singaraja. *Jurnal Artha Satya Dharma*, 12(1), 25–34. <http://ojs.stie-satyadharm.ac.id/ojs/index.php/ASD/article/view/32/33>

- Cahyono, E., & Susanto, H. (2024). Penerapan CRM Dalam Upaya Peningkatan Loyalitas dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Teknologi Ilmu Komputer*, 2(2), 120–127. <https://doi.org/10.56854/jtik.v2i2.246>
- Debbie Mistikaweni, L. L. H. (2019). Penerapan Electronic Customer Relationship (E-Crm) Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Dan Pelayanan Terhadap Pelanggan Catering Handayani. *Jurnal I D E A L I S*, 2(2), 72–77.
- Diana, S., Agus, K., & Eso, H. (2020). Dampak Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman terhadap Kepuasan Konsumen Marketplace di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Manajemen Unsera*, 2, 1–10.
- Fauzi Azmi, Kurniawan Sarlo, K. (2019). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pembelian Tiket Pesawat Garuda pada PT . Hamsa. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 2(2), 378–391.
- Fika, W. S., & Herdin, F. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Sepatu Converse. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 11(1), 11.
- Gustika, A., Najib, M., Satria, D., & Fadly, M. (2021). Sistem Customer Relationship Management Dalam Upaya Peningkatan Loyalitas Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Dealer Yamaha Yukum Jaya). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTISI)*, 2(4), 68–73. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTISI>
- Rokhmawati, R. I., Evantio, Y. B., & Saputra, M. C. (2019). Penerapan Pendekatan Human Centered Design dan CRM dalam Perancangan Antarmuka Sistem E-Complaint. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(4), 436. <https://doi.org/10.25126/jtiik.2019641332>
- Sadikin Rahmad, Hera F Mavilinda, A. M. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Perusahaan Travelogin Tour and Travel (Studi pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya). *Sadikin Rahmad, Hera Febria Mavilinda, Ahmad Maulana*, 21(2), 223–234. <https://doi.org/10.3176/chem.geol.1975.2.10>