

## Aplikasi *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) untuk Meningkatkan Layanan Orang Tua pada Madrasah Aliyah Al-Falah

Fadil Muhammad Zuhri<sup>1</sup>, Safitri Juanita<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup> Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

\*Email: safitri.juanita@budiluhur.ac.id

### Abstrak

Persaingan antar sekolah swasta dalam Penerimaan Siswa Baru (PSB) membutuhkan strategi yang tepat, yaitu menerapkan *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM). Madrasah Aliyah (MA) Al-Falah saat ini memiliki masalah penurunan jumlah calon siswa baru (CSB) di masa pandemi karena proses pendaftaran CSB dilakukan secara luring, brosur dibagikan saat CSB datang ke sekolah. Selain itu, belum adanya media bagi alumni untuk memberikan review positif dan media bagi orang tua siswa untuk memberikan kritik dan saran. Oleh karena itu, penelitian ini berkontribusi dalam merancang bangun aplikasi E-CRM untuk menambah jumlah CSB dan pelayanan orang tua siswa di MA Al-Falah. Penelitian ini bertujuan untuk mempermudah proses penerimaan CSB, dengan menerapkan dua tahap CRM yaitu menambah (*acquire*) dan mempertahankan (*retain*), untuk mempertahankan loyalitas orang tua siswa agar anaknya kembali bersekolah di MA Al-Falah dan memberikan solusi dalam hal promosi sekolah, review alumni, dan kritik saran orang tua siswa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif dan Metode pengembangan sistem Waterfall. Penelitian ini menyimpulkan bahwa aplikasi E-CRM di MA Al-Falah membantu proses PSB menjadi lebih mudah karena terdapat fitur formulir pendaftaran, informasi biaya pendaftaran serta kupon diskon. Sistem E-CRM juga dapat mempertahankan loyalitas orang tua siswa karena terdapat fitur kritik saran.

**Kata kunci:** *Electronic Customer Relationship Management*, Penerimaan Siswa Baru, Madrasah Aliyah Al-Falah

### Abstract

Competition between private schools in New Student Admissions (PSB) requires the right strategy, namely implementing *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM). Madrasah Aliyah (MA) Al-Falah is currently having a problem with decreasing the number of prospective new students (CSB) during the pandemic because the CSB registration process is carried out offline, and brochures are distributed when CSB comes to school. Apart from that, there is no media for alumni to provide positive reviews or for students' parents to give criticism and suggestions. Therefore, this research contributes to designing an E-CRM application to increase the number of CSB and student-parent services at MA Al-Falah. This research aims to simplify the CSB admission process by implementing two stages of CRM, namely acquiring and retaining, to increase the loyalty of parents so that their children return to school at MA Al-Falah and provide solutions in terms of school promotions, alumni reviews, and criticism of suggestions from students' parents. The method used in this research is qualitative research with descriptive analysis and the Waterfall system development method. This research concludes that the E-CRM application at MA Al-Falah helps make the PSB process easier because it features a registration form, registration fee information and discount coupons. The E-CRM system can also increase the loyalty of students' parents because it has a suggestion and criticism feature.

**Keywords:** *Electronic Customer Relationship Management*, New Student Admission, Madrasah Aliyah Al-Falah

### PENDAHULUAN

Persaingan antara sekolah swasta dalam upaya untuk menambah siswa baru dengan menyebarkan promosi serta memberikan layanan yang terbaik bagi siswa dan orang tua siswa tentu saja memerlukan strategi yang tepat.

Berdasarkan penelitian (Azkiyah et al., 2020), terdapat pengaruh positif secara signifikan antara kualitas pelayanan akademik dan promosi terhadap minat siswa baru.

Strategi yang saat ini banyak digunakan untuk layanan pelanggan adalah menerapkan

*Customer Relationship Management* (CRM) yang terbukti dapat membantu organisasi, salah satunya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan retensi pelanggan, serta membantu mengoptimalkan pemasaran (Ngelyaratan & Soediantono, 2022).

Berkaitan dengan layanan dan promosi sekolah, maka salah satu upaya adalah menyediakan fasilitas layanan sistem informasi berbasis web, menurut penelitian kolaborasi antara kualitas layanan dan sistem informasi sekolah akan menyebabkan kepuasan konsumen sehingga berdampak secara signifikan pada loyalitas konsumen (Kurniawan, 2014).

Penelitian lain juga berpendapat bahwa menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Kasih et al., 2021; Sasono et al., 2021), dan terhadap peningkatan kualitas layanan sehingga menyebabkan kepuasan pelanggan (Cahyaningrum et al., 2024). Menurut (Salameh et al., 2020) kepuasan pelanggan, kepercayaan dan komitmen pelanggan merupakan indikasi kuat keberhasilan E-CRM.

Pada penelitian ini, penerapan E-CRM untuk meningkatkan layanan orang tua siswa dilakukan pada Madrasah Aliyah (MA) Al-Falah yang berlokasi di Jakarta Barat, Kecamatan Kebon Jeruk, Sukabumi Selatan berdiri sejak tahun 1973 dan telah meluluskan banyak siswa. Saat ini, proses Penerimaan Siswa Baru (PSB) di MA Al-Falah masih dilakukan secara *offline*, namun akibat pandemi, mengalami penurunan jumlah calon siswa.

MA Al-Falah juga belum memiliki sistem informasi berbasis web yang menampilkan profil sekolah dan promosi sehingga calon siswa harus mendatangi sekolah untuk mengambil brosur pendaftaran. Kemudian belum memiliki media bagi alumni untuk memberikan ulasan, serta saran dan kritik dari siswa dan orang tua siswa. Tentu saja ini menyebabkan calon siswa baru tidak mengetahui kualitas sekolah MA Al-Falah.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka kontribusi penelitian ini adalah:

1. Menerapkan E-CRM dengan studi kasus pada MA Al-Falah khususnya untuk penerimaan siswa baru (PSB).
2. Merancang bangun E-CRM pada MA Al-Falah dengan menggunakan 2 tahapan (Jarrah et al., 2020) yaitu menambah jumlah calon siswa baru (*acquire*) dan

mempertahankan loyalitas orang tua siswa (*retain*).

Penelitian ini membatasi dengan tidak melibatkan transaksi pembayaran pendaftaran calon siswa baru secara *realtime*, pendaftaran ulang murid ataupun proses pembayaran Surat Pemberitahuan Pembayaran (SPP) bulanan.

Tujuan penelitian ini adalah membantu MA Al-Falah meningkatkan layanan kepada orang tua sehingga dapat mempertahankan loyalitas orang tua siswa, serta menambah jumlah calon siswa baru (CSB) dengan pendekatan E-CRM.

## TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian tentang penerapan E-CRM pada sekolah sudah dilakukan oleh beberapa penelitian sebelumnya, diantaranya adalah E-CRM pada SMA PGRI 117 Karang tengah yang dibuat untuk mempermudah dalam memberikan informasi perkembangan akademik anak kepada orang tua, seperti mengetahui kehadiran anak, proses konsultasi orang tua, proses angket, proses hasil belajar anak, serta memberikan notifikasi sebagai pengingat kepada orang tua yang terlambat melakukan pembayaran (Andika & Putra, 2019). Penelitian yang hampir sama juga dilakukan pada SMPN 245 Jakarta Selatan, yang menerapkan E-CRM untuk pelayanan akademik kepada orang tua siswa (Hasan & Patrie, 2019).

Selain itu, penerapan E-CRM pada Madrasah Al-Falah Bumi Agung yang bertujuan memberikan layanan informasi dan penyebaran promosi kepada calon orang tua siswa, dalam penerapannya website memiliki fitur pendaftaran siswa baru secara daring, informasi Pembayaran, verifikasi pendaftaran, promosi, dan saran (Fikom & Ikhtiar, 2021).

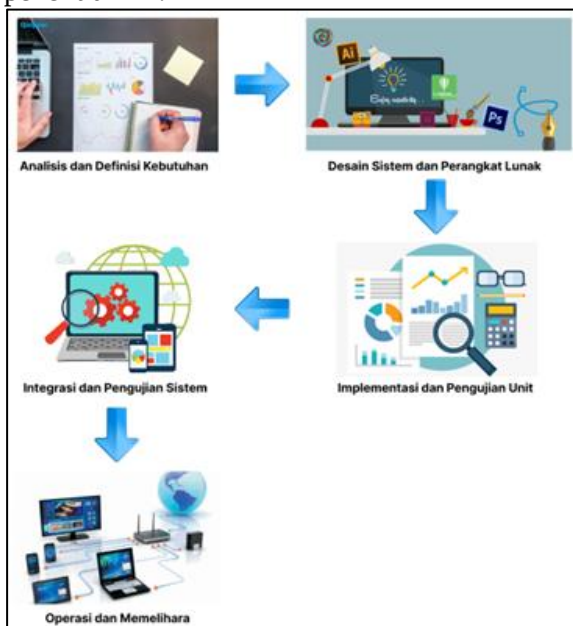
Kemudian penerapan E-CRM pada Penerimaan Siswa Baru (PSB) di MA Al Muzakir. Penelitian ini membangun website dengan fitur pendaftaran calon siswa baru, informasi jadwal tes, transaksi pembayaran, informasi pembagian kelas serta laporan seleksi PSB (Septiani & Mallinda, 2023). Selain itu penerapan E-CRM pada SMKN Unggul Terpadu Lampung Tengah, yang berisi fitur informasi kegiatan sekolah, penyebaran pengumuman dengan SMS Gateway, fitur komentar dan pemberian rating terhadap layanan sekolah oleh siswa (Hidayat et al., 2023).

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang telah menerapkan E-CRM pada berbagai sekolah, pada penelitian ini studi kasus dilakukan pada sekolah MA Al-Falah yang memiliki permasalahan dan pendekatan yang berbeda dengan sekolah lainnya.

Penerapan E-CRM pada penelitian ini berfokus pada fitur untuk meningkatkan layanan kepada orang tua sehingga dapat mempertahankan loyalitas orang tua siswa agar anaknya kembali bersekolah di MA Al-Falah, dan fitur yang dapat memberikan solusi untuk menambah jumlah calon siswa baru.

## METODE PENGEMBANGAN SISTEM

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan dalam pengembangan sistem informasi yaitu metode Waterfall, yang memiliki urutan proses berurutan secara linier (Wahyudin & Rahayu, 2020). Gambar 1 merupakan tahapan-tahapan proses yang digunakan pada penelitian ini.



Gambar 1. Tahapan penelitian Aplikasi E-CRM untuk meningkatkan Layanan Orang Tua pada Madrasah Aliyah (MA) Al-Falah

Tahapan penelitian pada gambar 1 terdiri dari beberapa tahapan yaitu; tahap analisis dan definisi kebutuhan. Pada tahap ini menggunakan 2 (dua) cara yaitu wawancara dan observasi (Makbul, 2021). Wawancara dilakukan dengan 2 (dua) narasumber, yaitu Bapak Ismail Bahrudin (Wakil Kepala Madrasah) dan Maulana Hasanuddin (Tata Usaha) dari MA Al-Falah. Sedangkan observasi dilakukan di MA Al-Falah,

Jl. KH. Tohir No.43 Sukabumi Selatan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, untuk memahami sistem dan informasi yang ada di sekolah.

Hasil dari pengumpulan data, digunakan sebagai informasi untuk tahapan berikutnya yaitu tahap desain sistem dan perangkat lunak. Pada tahap ini terdiri analisis sistem berjalan penerimaan siswa baru di MA Al-Falah, analisis kebutuhan sistem menggunakan use case diagram, dan perancangan basis data, serta perancangan *interface*.

Tahap selanjutnya adalah implementasi dan pengujian unit. Tahap ini merealisasikan tahapan sebelumnya dengan melakukan perancangan sistem menggunakan Laravel sebagai framework dan bahasa pemrograman PHP, HTML, Visual Studio Code, Javascript, dan menggunakan MySQL sebagai basis data untuk penyimpanan data di dalam sistem.

Tahap berikutnya adalah integrasi dan pengujian sistem, melakukan pengujian untuk memastikan perangkat lunak telah sesuai dengan desain dan fungsi untuk mencegah terjadinya kesalahan, *bug* atau *error* pada program. Dan tahap terakhir adalah operasi dan memelihara, Pada tahap ini perangkat lunak yang sudah jadi dioperasikan akan dilakukan pemeliharaan secara berkala, melibatkan pembetulan kesalahan yang tidak ditemukan pada tahapan-tahapan sebelumnya.

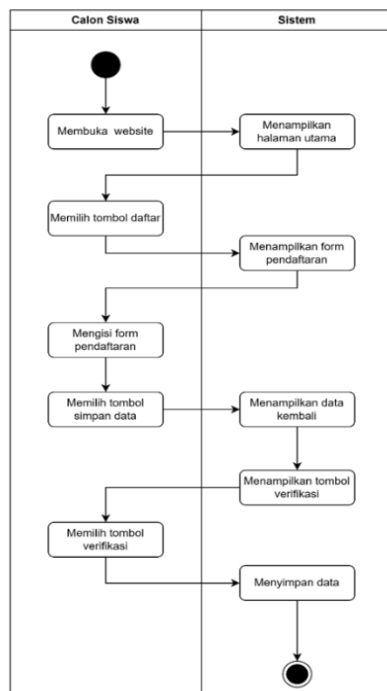
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Analisis proses bisnis usulan

Pada bagian ini melakukan analisis proses bisnis usulan dengan diagram aktifitas.

#### a. Proses bisnis usulan pendaftaran calon siswa baru di MA Al-Falah

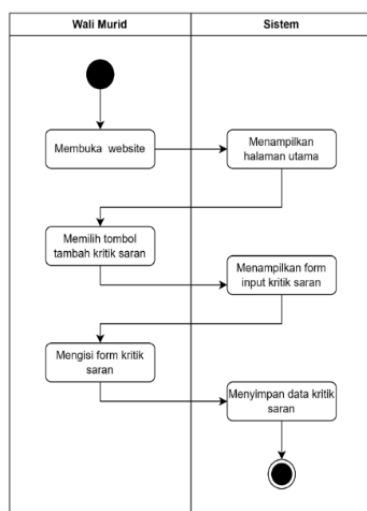
Aktifitas pada proses bisnis pendaftaran calon siswa baru pada website MA Al-Falah terdapat 2 (dua) aktor yaitu calon siswa dan sistem. Pertama calon siswa membuka website, kemudian sistem menampilkan halaman utama, calon siswa memilih tombol daftar kemudian sistem menampilkan form pendaftaran, calon siswa mengisi form pendaftaran dan memilih tombol simpan data, sistem menampilkan data kembali dan menampilkan tombol verifikasi kemudian calon siswa memilih tombol verifikasi dan sistem menyimpan data. Proses bisnis pendaftaran calon siswa baru terdapat pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram aktivitas untuk pendaftaran calon siswa baru pada MA Al-Falah

#### b. Proses bisnis usulan kritik dan saran.

Proses bisnis usulan pada menu kritik dan saran pada website MA Al-Falah terdapat pada Gambar 3. Pada proses ini ada 2 (dua) aktor yaitu wali murid dan sistem, wali murid membuka website, sistem menampilkan halaman utama, kemudian wali murid memilih tombol tambah kritik saran, sistem menampilkan form input kritik saran, wali murid mengisi form kritik saran, sistem menyimpan data kritik saran.

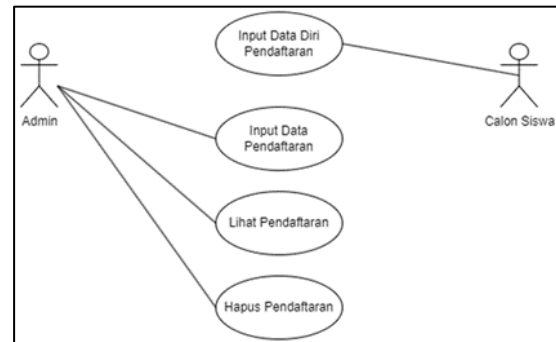


Gambar 3. Diagram aktivitas untuk menu kritik dan saran website E-CRM di MA Al-Falah

## 2. Analisis Kebutuhan Fungsional

### a. Use case diagram menu pendaftaran calon siswa

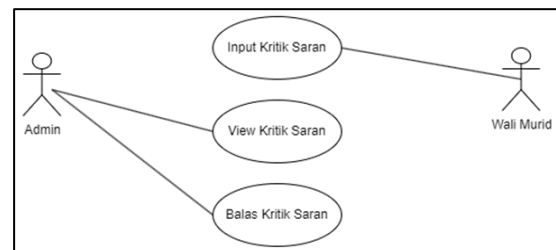
Pada Gambar 4 adalah tampilan use case diagram pendaftaran calon siswa, terdapat 2 aktor yaitu admin, dan calon siswa sebagai. Admin dapat mengakses fitur input data pendaftaran, lihat pendaftaran dan hapus pendaftaran. Sedangkan aktor calon siswa hanya bisa mengakses fitur input data diri pendaftaran.



Gambar 4. Use case diagram pendaftaran calon siswa baru

### b. Use case diagram kritik dan saran

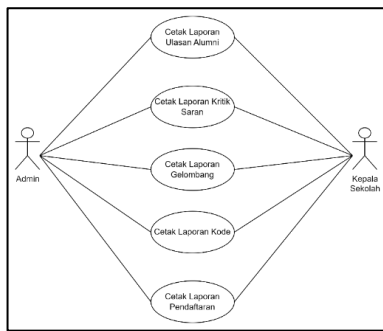
Pada Gambar 5 adalah tampilan use case diagram kritik dan saran, terdapat 2 aktor yaitu admin, dan wali murid. Admin dapat mengakses fitur view kritik saran, dan fitur balas kritik saran, Sedangkan aktor wali murid hanya bisa mengakses fitur input kritik saran.



Gambar 5. Use case diagram kritik dan saran

### c. Use case diagram laporan

Pada Gambar 6 adalah tampilan use case diagram laporan, terdapat 2 aktor yaitu admin, dan kepala sekolah. Admin dan kepala sekolah dapat mencetak laporan.



Gambar 6. Use diagram laporan

### 3. Tampilan Layar E-CRM pada website MA Al-Falah

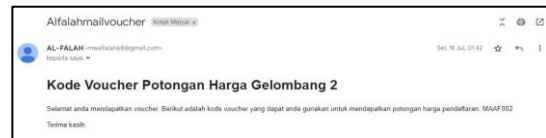
#### a. Tampilan layar halaman pendaftaran calon siswa baru.

Pada halaman pendaftaran, calon siswa baru bisa mengisi data siswa (nama lengkap siswa, nsn, nomor kartu keluarga (KK), nomor induk keluarga (NIK), tempat kelahiran, tanggal lahir, jenis kelamin, golongan darah, anak ke, dari, jumlah saudara tiri, jumlah saudara kandung, status dalam keluarga, tinggal dengan, alamat lengkap siswa, *handphone*, koordinat rumah, jarak tempuh ke madrasah, waktu tempuh ke madrasah), data orang tua (data ayah : nama ayah kandung, tempat kelahiran, tanggal lahir, NIK ayah kandung, nama ibu kandung ayah, status ayah, pendidikan ayah, pekerjaan ayah, penghasilan ayah perbulan, domisili tempat tinggal, status tempat tinggal, alamat rumah ayah, *handphone* ayah), data ibu (sama seperti data ayah), data wali (nama wali, tempat kelahiran, tanggal lahir, NIK wali, nama ibu kandung wali, status wali, pendidikan wali), Keterangan lainnya (asal sekolah, nama asal sekolah, alamat sekolah asal, ijazah yang diterima, tahun lulus, nomor ijazah, sertifikat ujian), yang membiayai sekolah (nama yang membiayai, hubungan (orang tua, keluarga, saudara kandung), nomor *handphone*, email), data selanjutnya yang harus diisi terdapat pada gambar 7.

Gambar 7. Bagian akhir dari halaman Pendaftaran calon siswa MA AL-Falah.

#### b. Halaman notifikasi voucher pada *e-mail*.

Setelah melakukan pendaftaran, maka calon orang tua siswa akan mendapatkan notifikasi *e-mail* yang berisi voucher diskon pendaftaran. Pada gambar 8 terdapat tampilan notifikasi email yang berisi kode voucher.

Gambar 8. Notifikasi *e-mail* voucher diskon untuk calon orang tua siswa MA Al-Falah

#### c. Tampilan layar halaman biaya pendaftaran pada MA Al-Falah.

Orang tua calon siswa yang telah mendapatkan *e-mail* berisi kode *voucher* kemudian meng-*input* pada form pendaftaran MA Al-Falah, seperti tampilan pada Gambar 9.

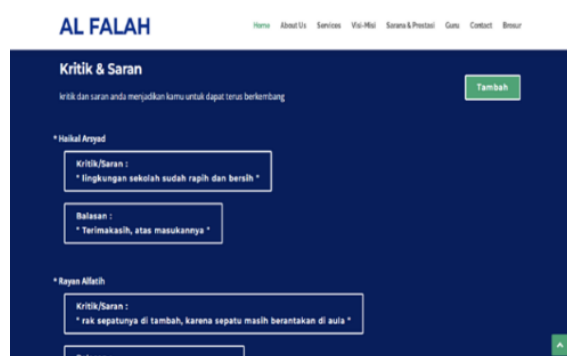
Gambar 9. Penerapan E-CRM pada website MA Al-Falah di halaman klaim voucher diskon

Setelah menekan tombol “klaim voucher” maka kemudian akan tampil notifikasi ke email calon orang tua siswa yang berisi keterangan “berhasil mendaftar” dan berisi nominal yang harus dibayarkan. Tampilan halaman notifikasi terdapat pada Gambar 10.

Gambar 10. Halaman notifikasi *e-mail* berisi keterangan berhasil mendaftar dan biaya

d. Tampilan layar halaman kritik dan saran pada website MA Al-Falah.

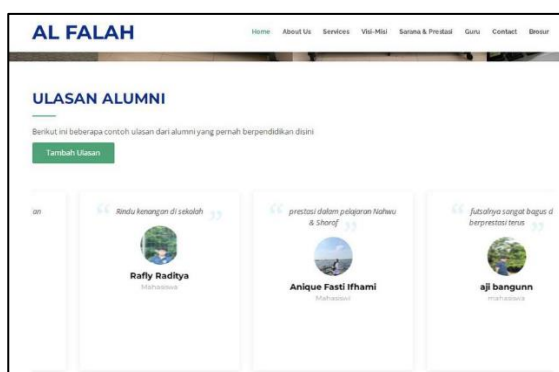
Pada halaman kritik dan saran yang terdapat pada gambar 11, menampilkan kritik dan saran yang diberikan oleh wali murid siswa MA Al-Falah. Fitur tampilan ini bertujuan untuk memberi tanggapan terhadap ulasan yang diberikan oleh pengguna jasa yang merupakan orang tua siswa di MA Al-Falah sehingga orang tua mendapatkan pelayanan lebih baik. Hal ini berguna untuk mempertahankan loyalitas orang tua kepada sekolah dengan memberikan pengalaman positif kepada orang tua.



Gambar 11. Penerapan E-CRM pada halaman kritik dan saran pada website MA Al-Falah

e. Tampilan Layar halaman ulasan alumni pada website MA Al-Falah

Gambar 12 adalah fitur tampilan yang berisi tanggapan atau ulasan dari alumni MA Al-Falah. Halaman ini bertujuan agar calon orang tua siswa mendapatkan kesan positif dari alumni siswa di MA Al-Falah dan menarik untuk mendaftarkan anaknya menjadi siswa di MA Al-Falah.

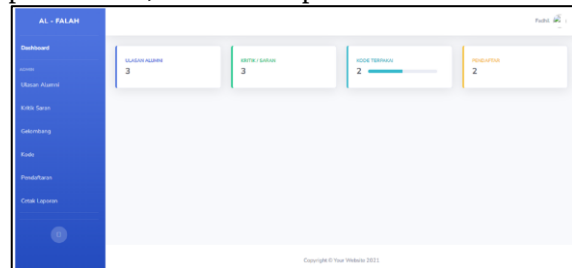


Gambar 12. Penerapan E-CRM pada halaman ulasan alumni pada website MA Al-Falah

f. Tampilan Layar Dashboard Admin.

Pengguna memerlukan login admin agar memiliki akses ke dashboard admin seperti yang

terdapat pada gambar 13, terdapat tampilan halaman dashboard yang berisi menu ulasan alumni, kritik saran, gelombang, kode, pendaftaran, dan cetak laporan.



Gambar 13. Halaman *dashboard* admin website E-CRM pada MA Al-Falah

g. Tampilan layar laporan pendaftaran

Gambar 14 adalah tampilan layar laporan pendaftaran untuk menampilkan informasi seluruh calon siswa yang sudah mendaftar di MA Al-Falah. Fitur ini bertujuan agar kepala sekolah mengetahui jumlah calon siswa yang mendaftar dan menyesuaikan dengan kuota kelas.

| Laporan Pendaftaran |                |               |        |               |                     |
|---------------------|----------------|---------------|--------|---------------|---------------------|
| Kode Pendaftaran    | Nama           | Nik           | Nisn   | Jenis Kelamin | Terbuat             |
| 202307281           | Daffa Albinasa | 3179235120002 | 192832 | Laki-laki     | 2023-07-28 11:24:36 |
| 2023072818          | Muhammad Ghani | 3179029352000 | 98372  | Laki-laki     | 2023-07-28 22:49:36 |

Gambar 14. Tampilan layar laporan pendaftaran pada website E-CRM pada MA Al-Falah

h. Tampilan Layar laporan kritik dan saran

Pada Gambar 15 adalah halaman laporan kritik dan saran dari orang tua siswa. Fitur ini bertujuan agar kepala sekolah MA Al-Falah dapat mengevaluasi kritikan dari orang tua siswa dan memperbaiki layanan sehingga mempertahankan loyalitas orang tua siswa.

| Laporan Kritik |                          |                                                                 |                                   |                     |
|----------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------|---------------------|
| Nama           | Email                    | Kritik / Saran                                                  | Balasan                           | Terbuat             |
| Haikal Arsyad  | haikalarsyadd8@gmail.com | lingkungan sekolah sudah rapih dan bersih                       | Terimakasih, atas masukannya      | 2023-07-28 11:02:08 |
| Rayan Alifath  | rayanalfath@gmail.com    | rak sepatunya di tambah, karena sepatu masih berantakan di aula | Baik terima kasih atas masukannya | 2023-07-28 11:04:02 |
| Marchelino     | linomarchel@gmail.com    | semoga kedepannya al-falah terus berjaya                        | Baik terima kasih atas masukannya | 2023-07-28 11:04:52 |

Gambar 15. Tampilan Layar kritik dan saran orang tua siswa di MA AL-Falah

i. Tampilan Layar laporan ulasan alumni.

Pada gambar 15 adalah tampilan layar ulasan alumni, yang bertujuan agar kepala sekolah mengetahui ulasan positif dari alumni dan

mendapatkan informasi dan mengambil keputusan yang dapat meningkatkan kualitas pendidikan dan layanan sehingga menarik calon siswa baru lebih banyak lagi.

| Laporan Ulasan Alumni |                        |                                              |           |                     |
|-----------------------|------------------------|----------------------------------------------|-----------|---------------------|
| Nama                  | Email                  | Ulasan                                       | Pekerjaan | Terbuat             |
| aji bangunn           | ajibiasaaja@gmail.com  | futsalnya sangat bagus dan berprestasi terus | mahasiswa | 2023-07-27 18:28:41 |
| Rafly Raditya         | raflyraditya@gmail.com | Rindu kenangan di sekolah                    | Mahasiswa | 2023-07-27 23:07:04 |
| Anique Fasti Ihami    | aniqufastii@gmail.com  | prestasi dalam pelajaran Nahwu & Shorof      | Mahasiswi | 2023-08-02 00:19:30 |

Gambar 15. Tampilan layar laporan ulasan alumni lulusan MA Al-Falah

## SIMPULAN

Kesimpulan yang didapat dari hasil analisis dan pembahasan pada penelitian ini yaitu Penelitian ini berhasil menerapkan E-CRM pada website MA Al-Falah khusus pada proses bisnis Penerimaan Siswa Baru (PSB). Rancang dan bangun E-CRM PSB pada MA Al-Falah telah dilakukan dengan menganalisis proses bisnis usulan, analisis fungsionalitas sistem, merancang layar, koding program dan melakukan pengujian pada website E-CRM.

Penerapan E-CRM menggunakan 2 (dua) tahapan yaitu menambah siswa (*acquire*) dan mempertahankan loyalitas orang tua (*retain*). Fitur yang tersedia pada website E-CRM untuk *acquire* adalah fitur form pendaftaran sekolah online untuk mempermudah calon siswa baru mendaftar, serta fitur hasil ulasan alumni. Sedangkan fitur untuk *retain* adalah fitur kritik saran orang tua.

Ketiga fitur tersebut diharapkan dapat membantu meningkatkan jumlah calon siswa baru pada MA Al-Falah, serta menjaga hubungan baik dengan orang tua siswa yang bertujuan semakin mempertahankan loyalitas orang tua siswa untuk menyekolahkan kembali anak berikutnya atau kerabat di MA Al-Falah.

Berdasarkan penelitian ini, maka pada penelitian selanjutnya dapat dikembangkan aplikasi chatbot atau bantuan maya (*virtual assistant*) yang dapat menjawab pertanyaan yang sering diajukan (*frequently ask question* (FAQ)) oleh orang tua siswa atau calon siswa baru.

## DAFTAR PUSTAKA

Andika, G., & Putra, B. C. (2019). Penerapan Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Pada SMA PGRI

117 Karang Tengah. *IDEALIS: InDonEsiA Journal Information ...*, 2(3), 173–178. <https://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/article/view/573>

Azkiyah, Z., Kartiko, A., & Zuana, M. M. M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Dan Promosi Terhadap Minat Siswa Baru di Madrasah. *Nidhomul Haq : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(2), 290–303.

<https://doi.org/10.31538/ndh.v5i2.538>

Cahyaningrum, A., Hastuti, I., & Suyatno, A. (2024). Pengaruh Electronic Customer Relationship Management terhadap Kualitas Pelayanan dan Customer Satisfaction. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 3008–3017.

<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.4911>

Fikom, Y., & Ikhtiar, N. (2021). Penerapan E-CRM untuk Media Promosi Online dengan metode SDLC pada Madrasah Al-Falah Bumi Agung. *SISTEM DAN INFORMATIKA (JSI)*, 6(2), 77–88.

Hasan, & Patrie, H. (2019). Implementasi Analisa Dan Perancangan Sistem Dengan Konsep Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) SMPN 245 Jakarta Selatan. *Jurnal IDEALIS*, 2(3), 157–165. <https://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/article/view/1269%0Ahttps://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/article/download/1269/490>

Hidayat, K., Wahyudi, A. D., & Lathifah, L. (2023). E-Customer Relationship Management untuk Peningkatan Mutu Layanan Akademik (Studi Kasus SMKN Unggul Terpadu Lampung Tengah). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 4(1), 89–95. <https://doi.org/https://doi.org/10.33365/jtsi.v4i1.2444>

Jarrah, M. A. AL, Alomari, G. I., Alhawari, S. F., & Serhan, M. A. (2020). Building a Conceptual Model for E-CRM Implementation Strategy. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(1), 180–195. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v10-i1/6834>

Kasih, N. L. S., Winata, I. G. K. A., & Sanjaya, N. M. W. S. (2021). Peran Customer

- Relationship Management, Service Quality, Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal STIE Semarang*, 13(3), 135–145.
- Kurniawan, R. (2014). Analisis Pengaruh Service Quality dan Sistem Informasi Sekolah terhadap Customer Satisfaction yang Berdampak pada Customer Loyalty Studi Kasus Sekolah XYZ. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5(2), 786. <https://doi.org/10.21512/comtech.v5i2.2241>
- Makbul, M. (2021). *Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian*. <https://files.osf.io/v1/resources/svu73/providers/osfstorage/60c8873818f70b03fea78fec?action=download&direct&version=1>
- Ngelyaratan, D., & Soediantono, D. (2022). Customer Relationship Management (CRM) and Recommendation for Implementation in the Defense Industry : A Literature Review Customer Relationship Management (CRM) dan Usulan Penerapannya Pada Industri Pertahanan : A Literature Review. *Journal of Industrial Engineering and Management Research*, 3(3), 17–34.
- Salameh, A. A., Hatamleh, A., Azim, M. S., & Kanaan, A. G. (2020). Customer oriented determinants of e-CRM success factors. *Uncertain Supply Chain Management*, 8(4), 713–720. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2020.8.001>
- Sasono, I., Suroso, S., & Novitasari, D. (2021). A study on the relationship of e-marketing, e-CRM, and e-loyalty: Evidence from Indonesia. *International Journal of Data and Network Science*, 5(2), 115–120. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.2.003>
- Septiani, N. A., & Mallinda, C. R. (2023). Penerapan Customer Relationship Management Penerimaan Siswa Baru Di Era Pandemi Dengan Metode Extreme Programming. *Jurnal Penerapan Sistem Informasi (Komputer & Management)*, 4(3), 545–555.
- Wahyudin, Y., & Rahayu, D. N. (2020). Analisis Metode Pengembangan Sistem Informasi Berbasis Website: A Literatur Review. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 15(3), 26–40. <https://doi.org/10.35969/interkom.v15i3.74>