



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Rancangan Sistem CRM berbasis *Reminder System***  
**pada Anita Salon**

Skripsi

Oleh

Yohanes Adri Pratama

2017320057

Bandung

2021



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Rancangan Sistem CRM berbasis *Reminder System***  
**pada Anita Salon**

Skripsi

Oleh

Yohanes Adri Pratama

2017320057

Pembimbing

Dr. Agus Gunawan, S.Sos.,B.App.Com.,MBA.,M.Phil.

Bandung

2021

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Yohanes Adri Pratama  
Nomor Pokok : 2017320057  
Judul : Rancangan Sistem CRM berbasis *Reminder System* pada Anita Salon

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Senin, 02 Agustus 2021  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB. : \_\_\_\_\_

**Sekretaris**

Dr. Agus Gunawan, S.Sos.,B.App.Com.,MBA.,M.Phil.. : \_\_\_\_\_

**Anggota**

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil. : \_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Yohanes Adri Pratama  
NPM : 2017320057  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Judul : Rancangan Sistem CRM berbasis Reminder System  
pada Anita Salon

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 22 Juli 2021



Yohanes Adri Pratama

## ABSTRAK

Nama : Yohanes Adri Pratama  
NPM : 2017320057  
Judul : Rancangan Sistem CRM berbasis *Reminder System* pada Anita Salon

---

Setiap manusia memiliki kebutuhan pendamping atau penunjang, seperti melakukan perawatan diri di salon kecantikan. Saat ini di kota Bandung bisnis salon kecantikan berkembang pesat, kini total salon mencapai 350 salon. Anita Salon merupakan salah satu salon yang memberikan pelayanan serta kualitas terbaik dengan harga yang terjangkau. Sistem *Customer Relationship Management* (CRM) perlu di terapkan untuk menjaga hubungan emosional serta menjaga loyalitas pelanggan. CRM yang diterapkan Anita Salon masih belum optimal karena tidak adanya data pelanggan, data prefensi pelanggan, dan data transaksi penjualan dalam bentuk digital yang kemudian diolah menjadi informasi sebagai dasar keputusan proses CRM. Berdasarkan hal itu, peneliti membuat rancangan sistem bernama *Treatment Reminder System*. harapannya ini dapat meningkatkan pembelian berulang dengan cara memelihara hubungan emosional dan interaksi dengan pelanggan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dan jenis penelitiannya adalah penelitian deskriptif, metode ini membantu dalam memberikan gambaran secara umum mengenai proses bisnis secara umum yang berjalan di Anita Salon. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi dan wawancara secara mendalam bersama seluruh pihak yang menjadi informan. Analisis data yang dilakukan menggunakan *Business Process Modelling and Notation* (BPMN), *Business Challenge Bundle* (BCB), dan MIT 90's *Framework*. Seluruh teori tersebut dipakai untuk melihat fenomena di Anita Salon secara menyeluruh dan menjadi landasan utama dalam perubahan proses bisnis di Anita Salon.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan menghasilkan Rancangan *Treatment Reminder System*, serta tambahan kegiatan dalam proses bisnis Anita Salon. Pemberian reminder kepada pelanggan di dasarkan pada hasil analisa *supervisor* cabang yang menghasilkan data detail pelanggan berdasarkan kategori pelanggan. Pesan di sampaikan melalui aplikasi *Whatsapp Messenger* dan untuk penyimpanan data pelanggan, data prefensi pelanggan, serta data transaksi penjualan menggunakan software *Microsoft Excel* ataupun *Microsoft Access*. Rancangan ini membuat penambahan *job description* di seluruh divisi dan juga penambahan beberapa dokumen pendukung. Dengan adanya rancangan sistem ini diharapkan Anita Salon dapat meningkatkan hubungan serta interaksi dengan pelanggan dan berujung dengan pembelian berulang dari pelanggan.

Kata Kunci: Salon, Jasa, CRM, *Reminder System*, Pembelian Berulang

## ABSTRACT

Name : Yohanes Adri Pratama

Student ID : 2017320057

Title : *Design of CRM System based on Reminder System at Anita Salon*

---

*Every human being has a need for companion or support, like doing self-care at a beauty salon. Currently in the city of Bandung business salon beauty growing rapidly, now total salon reach 350 salons. Anita Salon is one of the salons that provide services and best quality with affordable price. A Customer Relationship Management (CRM) system needs to implemented to maintain emotional relationships and maintain customer loyalty. The CRM that applied by Anita Salon is still not optimal because haven't of customer data, customer preference data, and data sales transaction in digital form which then processed into information as the basis for CRM process decisions. Based on this, Researchers designed a system called the Treatment Reminder System. Hopefully it can increase purchases repeated with maintain relationship of emotional and interaction with customers.*

*The method used in this research is a case study and the type of research it is research descriptive, methods have helped to give an overview in general about the general business processes which runs at Anita Salon. Mechanical collection data performed with doing observation and interviews in depth along who join become informants. Data analysis was carried out using Business Process Modeling and Notation (BPMN), Business Challenge Bundle (BCB), and MIT 90's Framework. The whole theory used to view the phenomenon in Anita Salon as a whole and become main theory of the business process change of Anita Salon.*

*Based on the research that writer do, it create Treatment Reminder System, and additional activities in the process business of Anita Salon. The reminder to customers based on the results of the analysis supervisor branches that produce detailed data of customers by category of customers. Messages send through Whatsapp Messenger and for the storage of data customer, data preferences customers, data sales transaction using software Microsoft Excel or Microsoft Access. This design creates additional job descriptions in all divisions and also adds several supporting documents .With this design system is expected Anita Salon to improve the relationship and interaction with customers and culminate with the purchase repeatedly from customers.*

*Keywords: Salon, Service , CRM, Reminder System, Repeat Purchase*

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih karunia-Nya, Skripsi ini yang berjudul “Rancangan Sistem CRM berbasis *Reminder System* pada Anita Salon” dapat terselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dibuat dengan mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan doa, bantuan, bimbingan dan dukungannya. Pihak- pihak tersebut di antaranya adalah :

1. Keluarga terkasih Papah Eddy Setiawan dan Mamah Anita Kusuma Dewi, Adik-adiku ,Popoh, Boboh yang selalu memberikan kasih sayang, doa, serta motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com., MBA., M.Phil sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan selama proses penyusunan skripsi hingga saat ini skripsi telah selesai ditulis.
3. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
4. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Univesitas Katolik Parahyangan.
5. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang telah membantu dalam proses pembelajaran dan memberikan pengalaman serta pengetahuan bagi penulis sejak menempuh pendidikan tahun 2017.
6. Pemilik dan seluruh karyawan Anita Salon yang telah memberikan izin dan memberi bantuan kepada penulis untuk melakukan observasi dan pengumpulan data.
7. Anandityas Diah, Fabianus Brian, Shaun Clement, Muhammad Rivai, Exceldyo Soemantri, selaku teman yang selalu memberi dukungan dan masukan selama proses perkuliahan dan pengerjaan skripsi ini.
8. Team CPG.ID selaku rekan kerja yang selalu memberi dorongan dan semangat untuk terus berkarya.

9. Seluruh teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas segala bantuan dan kerja samanya selama ini.

Besar harapannya Tuhan selalu memberikan perlindungan dan berkat kepada semua pihak yang terlibat dalam proses penulisan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun agar dapat menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat menjadi bermanfaat baik bagi penulis atau pun pembaca. Salam Sejahtera bagi kita semua.

Bandung, 22 Juli 2021

Penulis,  
Yohanes Adri Pratama



## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Objek Penelitian .....	5
1.5.1. Sejarah Perusahaan .....	5
1.5.2. Proses Bisnis Umum.....	5
1.5.3. Visi dan Misi.....	6
1.5.4. Sarana dan Fasilitas.....	6
1.5.5. Jasa dan Produk.....	7
1.5.6. Struktur Organisasi .....	8
1.6. Profile Perusahaan.....	9
BAB 2 .....	11
KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI.....	11
2.1. Teori dan Konsep .....	11
2.1.1. Sistem Informasi .....	11
2.1.2. <i>Transaction Processing Systems</i> .....	11
2.1.3. <i>Management Information Systems</i> .....	12
2.1.4. <i>Decision Support Systems</i> .....	13
2.1.5. <i>Executive Support Systems</i> .....	13
2.1.6. CRM.....	13
2.1.7. Jenis CRM.....	14
2.1.8. Manfaat CRM .....	14
2.1.9. <i>Reminder System</i> .....	15

2.1.10.	Perilaku Konsumen .....	15
2.1.11.	<i>Business Challenge Bundle (BCB)</i> .....	16
2.1.12.	<i>Management in The ( MIT ) 90'S Framework</i> .....	16
2.1.13.	<i>Business Process Management Notation ( BPMN )</i> .....	19
2.2.	Eksplorasi teori pendukung .....	21
2.3.	<i>Theoretical framework</i> .....	23
2.4.	Metodologi .....	23
2.4.1.	Metode .....	23
2.4.2.	Jenis Penelitian.....	24
2.5.	Instrumentasi penelitian.....	24
2.6.	Proses pengumpulan data .....	25
BAB 3	.....	27
HASIL DAN TEMUAN	.....	27
3.1.	Hasil Penelitian .....	27
3.1.1.	BPMN Proses Bisnis Anita Salon.....	27
3.2.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	29
3.2.2.	Analisis Persiapan Anita Salon Untuk Sistem Baru dengan <i>MIT 90's Framework</i> .....	31
3.3.	Temuan.....	38
3.3.1.	Usulan Proses Bisnis Umum Anita Salon.....	38
3.3.2.	Proses <i>Reminder System</i> dan Reservasi .....	40
3.3.3.	Proses Pelayanan dan Persiapan Perawatan.....	45
3.3.4.	Proses Meminta Data Pelanggan dan Penyimpanan Prefensi.....	47
3.3.5.	Proses Kontrol.....	49
BAB 4	.....	52
KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI	.....	52
4.1.	Kesimpulan.....	52
4.2.	Rekomendasi .....	53
4.3.	Implikasi.....	55
DAFTAR PUSTAKA	.....	57
LAMPIRAN	.....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Daftar Jenis Jasa dan Produk Anita Salon .....	7
Gambar 1. 2 Struktur Organisasi Anita Salon.....	8
Gambar 1. 3 Logo Anita Salon .....	9
Gambar 2. 1 Tahapan MIS menerima data dari TPS .....	12
Gambar 2. 2 <i>Teori MIT 90's Framework</i> .....	17
Gambar 2. 3 Theoretical framework.....	23
Gambar 3. 1 BPMN Proses Bisnis Anita Salon.....	27
Gambar 3. 2 Bagan Business Challenge Bundle .....	30
Gambar 3. 3 BPMN Usulan Proses Bisnis umum Anita Salon .....	38
Gambar 3. 4 BPMN Proses <i>Reminder System</i> dan Reservasi.....	40
Gambar 3. 5 Data Prefensi Pelanggan Sebagai Dasar Reminder.....	41
Gambar 3. 6 Data Pelanggan .....	41
Gambar 3. 7 Proses Chat Reminder ke pelanggan oleh resepsionis .....	42
Gambar 3. 8 Proses Chat Reservasi ke pelanggan oleh resepsionis ( respons positif ).....	42
Gambar 3. 9 Proses Chat Penawaran Konsultasi ke pelanggan oleh resepsionis ( respons negatif ).....	43
Gambar 3. 10 Data Reminder Dimiliki Resepsionis dari Supervisor .....	43
Gambar 3. 11 Data Transaksi Penjualan.....	44
Gambar 3. 12 Form Reservasi Pelanggan.....	44
Gambar 3. 13 Proses Pelayanan dan Persiapan Perawatan.....	45
Gambar 3. 14 Form Order Pelanggan .....	46
Gambar 3. 15 Form Tambahan Order.....	47
Gambar 3. 16 BPMN Proses Meminta Data Pelanggan dan Penyimpanan Prefensi Melalui Nota Tagihan.....	47
Gambar 3. 17 Form Pendaftaran Member .....	48
Gambar 3. 18 Nota Tagihan.....	49
Gambar 3. 19 Laporan Reminder oleh Supervisor Cabang Kepada Owner .....	50
Gambar 3. 20 Ceklist Reminder Oleh Resepsionis diberikan Kepada Supervisor Cabang.....	50

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Notasi BPMN.....	20
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 2. 3 Narasumber .....	26

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Wawancara dengan pemilik Anita Salon .....	59
Lampiran 2 Wawancara dengan pegawai Anita Salon .....	59
Lampiran 3 Wawancara dengan pelanggan Anita Salon .....	61
Lampiran 4 Foto Ruang Anita Salon .....	62

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Dalam menjalani kehidupan sehari-hari setiap manusia selalu memiliki kebutuhan yang perlu di penuhi, yaitu kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Kebutuhan sekunder adalah kebutuhan pendamping atau penunjang bagi manusia, kebutuhan menimbulkan peluang usaha bagi pelaku usaha dalam pemenuhan kebutuhan konsumen. Sebagai contoh, usaha di bidang jasa kecantikan yaitu salon kecantikan. Salon kecantikan adalah tempat usaha yang berhubungan dengan perawatan kecantikan dari mulai perawatan rambut, estetika wajah, perawatan kaki, perawatan tangan, perawatan kuku dan lain-lain.

Di Kota Bandung pertumbuhan bisnis salon kecantikan berkembang cukup pesat, kini total salon yang ada mencapai 350 salon, data didapatkan berdasarkan informasi *sales* produk salon. Kini berpenampilan cantik atau gagah merupakan idaman bagi setiap orang, contohnya banyak orang menghabiskan waktu untuk memanjakan dirinya dan menjaga penampilan di salon, kegiatan ini dilakukan biasanya secara rutin agar tetap menjaga kualitas penampilan. Namun pada saat ini tren tersebut terhambat oleh datangnya pandemi Covid-19 yang tersebar di seluruh Negeri. Hal ini menimbulkan kesulitan perusahaan dalam menjalankan usaha, terlebih salon kecantikan merupakan usaha yang kegiatannya bersentuhan langsung antar manusia. Hal ini memungkinkan persaingan usaha menjadi semakin ketat, setiap salon berusaha untuk memberikan pelayanan maksimal dan memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen. Menjalankan usaha salon kecantikan tidak mudah, karena berhubungan dengan seni dan selera konsumen yang masing-masing orang berbeda, maka dari itu diperlukan strategi yang tepat agar dapat bersaing dan menjadi pilihan utama bagi konsumen.

Selain keunggulan bersaing di atas, dalam keadaan pandemi Covid-19 ini perusahaan diuntut untuk bisa melakukan inovasi dalam melakukan penjualan dan pendekatan ke konsumen. Perubahan perilaku konsumen memberikan dampak yang signifikan bagi pelaku usaha di industri salon kecantikan. Selama pandemi Covid-19 ini berlangsung salon berlomba untuk bisa bertahan dan menjauhkan diri dari kebangkrutan, salah satunya dengan menjaga komunikasi dan berhubungan baik dengan konsumen, terlepas dengan tetap menjaga kualitas pelayanan dan protokol kesehatan di salon. Hal ini bertujuan untuk menjaga loyalitas konsumen, atau biasanya disebut dengan CRM atau *Customer Relationship Management*. Hal ini tidak serta-merta melupakan langkah lainya seperti, melakukan promosi, inovasi, dan peningkatan pelayanan pada konsumen. CRM diperlukan untuk mengelola pelanggan dan menjaga hubungan dalam jangka panjang. *Customer Relationship Management* adalah cara untuk memahami kebutuhan pelanggan dan menawarkan nilai tambah pada produk atau jasa yang ditawarkan sebagai faktor yang menentukan perusahaan sukses atau gagal (Kotler, 1997).

Untuk menjalin hubungan dengan pelanggan, perusahaan perlu mengetahui profil dari setiap pelanggan yang ada. Profil disimpan melalui pencatatan yang dikemas secara digital ke dalam bentuk *data base*. Informasi yang termasuk di dalamnya meliputi identitas, catatan transaksi, kebutuhan pelanggan, tujuan perawatan, dan kesukaan. Hal ini dipakai untuk dasar dalam melakukan komunikasi dengan pelanggan, data ini juga memudahkan perusahaan untuk memantau pelanggan yang sedang melakukan tahapan perawatan. Sebagai contoh ketika seorang pelanggan memiliki masalah dengan rambut rontoknya, maka kita dapat mengingatkan konsumen tersebut saat sudah waktunya melakukan perawatan selanjutnya. Selain pelanggan yang memiliki masalah tertentu kita juga dapat melakukan *Customer Relationship Management* dengan informasi di atas untuk melakukan promosi bagi mereka yang menjadi pelanggan baru. Dengan adanya data

tersebut kita dapat mengetahui bagaimana strategi promosi yang tepat agar para pelanggan baru melakukan pembelian berulang.

Maka dari itu untuk menjawab permasalahan yang ada, penulis akan melakukan penelitian berjudul "Rancangan Sistem CRM berbasis *Reminder System* pada Salon Anita Bandung"

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, ditemui bahwa Anita Salon untuk saat ini sudah melaksanakan proses CRM yang terbagi ke beberapa cara, pertama melalui program *Membership*, kedua melalui *Whatsapp Business* dan *Instagram Direct Messenger*. Namun kegiatan CRM tersebut dirasa kurang efektif dalam mengikat hubungan dengan konsumen, terlebih di masa pandemi Covid-19 banyak pelanggan yang perlu informasi tentang kebutuhan dan informasi lain yang bisa di berikan oleh Anita Salon. Selain itu juga terdapat kendala pencatatan *membership* masih dilakukan secara manual dan tidak adanya pencatatan mengenai apa saja perawatan yang sering dilakukan oleh member tersebut. Menimbulkan kurangnya pemahaman akan kebutuhan pelanggan. beberapa masalah lainnya di antaranya pelanggan banyak melakukan komunikasi langsung dengan pegawai, mengakibatkan tidak tercatatnya kebutuhan dari tamu tersebut karena hanya di ketahui oleh pegawai salon.

Karena data tidak di simpan dengan baik membuat proses interaksi dengan pelanggan mengalami hambatan, saat akan berkomunikasi dengan pelanggan resepsionis tidak mengetahui apa saja yang menjadi kebutuhan pelanggan tersebut. Selain itu saat membuat promosi, promo itu tidak efektif karena promo itu tidak sesuai dengan keinginan atau kebutuhan pelanggan. Untuk menjaga loyalitas pelanggan diperlukan interaksi yang membuat pelanggan merasa diperhatikan dan juga di ingatkan tentang perawatan yang seharusnya rutin di lakukan, proses ini masih belum berjalan di Anita Salon. Oleh karena



itu alternatif yang dapat dilakukan ialah dengan membuat suatu Rancangan Sistem Pengingat atau *Reminder System* bagi pelanggan yang sudah terdaftar *membership*. Dan bagi pelanggan yang belum terdaftar program *membership* bisa diberikan promosi yang sesuai kebutuhannya, sehingga promosi dapat berjalan sesuai sasaran. CRM yang sudah ada dikembangkan menggunakan teknologi agar dapat dilakukan secara digital dan juga terstruktur. Karena itu proses rancangan ini perlu dibuat secara detail dengan mempertimbangkan faktor perubahan perilaku konsumen yang berubah seiring berjalannya masa pandemi ini.

Dari latar belakang dan masalah yang teridentifikasi tersebut dapat dirumuskan masalah penelitiannya sebagai berikut :

1. Bagaimana rancangan sistem CRM yang baru agar dapat meningkatkan hubungan dan interaksi dengan pelanggan ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Maksud dan tujuan dari penelitian akan berguna untuk:

1. Membuat rancangan sistem CRM yang baru agar dapat meningkatkan hubungan dan interaksi dengan pelanggan.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Berikut manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis

Proses penelitian dan hasil penelitian besar harapannya dapat menambah wawasan dan pengalaman baru tentang *Customer Relationship Management* di bidang jasa kecantikan, khususnya usaha salon kecantikan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi hal yang bermanfaat dan berguna bagi Anita Salon berupa sistem *Customer Relationship Management* agar dapat meningkatkan hubungan dan interaksi dengan pelanggan.

### 3. Bagi pihak lainnya

Hasil Penelitian dapat memberikan pengetahuan baru mengenai *Customer Relationship Management* dalam peningkatan hubungan dan interaksi dengan pelanggan. Atau pun dapat menjadi referensi.

## 1.5. Objek Penelitian

### 1.5.1. Sejarah Perusahaan

Anita Salon merupakan sebuah salon kecantikan yang beralamat di Jl. Hj Nawawi 14A, Burangrang, Lengkong, Bandung, Jawa Barat dan berdiri sejak tahun 2016, Pemilik perusahaan ini adalah Anita Kusuma Dewi, pemilik memulai kursus tata kecantikan rambut pada tahun 2002 selama 1 tahun di ASTC (*Ariyanti Skills and Training Center*) lalu membuka Salon pertamanya di Kabupaten Cilacap pada tahun 2004, Anita Salon ini merupakan salon cabang ketiga yang didirikan. Total pegawai yang ada di Anita Salon adalah 6 orang terdiri dari 1 orang Supervisor Cabang, 2 orang *Hairstylist*, 2 orang Kapster dan 1 orang Kasir.

### 1.5.2. Proses Bisnis Umum

Anita Salon beroperasi mulai pukul 08.00 sampai dengan 19.00 WIB setiap harinya. Perawatan mulai dapat di lakukan paling lambat pada 18.30 WIB, Tamu yang datang akan ditawarkan jasa atau produk yang tersedia seperti potong rambut ,cuci *blow*, *facial*, totok wajah, masker rambut, *creambath*, *smoothing*, *hair coloring* dan lain-lain. Untuk masing-masing perawatan biasanya memiliki harga yang berbeda beda tergantung dari produk yang akan di pakai. Selain itu saat tamu datang pertama kali biasanya akan dilakukan konsultasi secara singkat tentang masalah atau permintaan

khusus dari konsumen meliputi masalah rambut, atau permintaan model tertentu dari konsumen tersebut. Selain itu tamu juga dapat melakukan reservasi terlebih dahulu agar tidak perlu menunggu lama saat akan ke salon. Untuk sasaran pasar menargetkan pada kalangan menengah, karena harga yang di tawarkan relatif terjangkau, untuk konsumen yang datang dimulai dari karyawan swasta, mahasiswa, ibu rumah tangga, atau pun manula.

### **1.5.3. Visi dan Misi**

#### **Visi**

Menjadi perusahaan jasa kecantikan berkualitas yang memiliki pelayanan memuaskan dengan mengutamakan kenyamanan dan keramahan terhadap konsumen dengan harga yang terjangkau serta dapat membuka lapangan pekerjaan.

#### **Misi**

- Memberikan pelayanan terbaik terhadap semua konsumen
- Menjaga kualitas pelayanan dan kenyamanan bagi konsumen
- Bersikap sopan santun dan beretika saat memberikan pelayanan
- Menjaga kebersihan tempat dan alat yang digunakan

### **1.5.4. Sarana dan Fasilitas**

Anita Salon memiliki beberapa sarana dan fasilitas penunjang yaitu:

- Parkir Area
- Meja Resepsionis dan Kasir
- Kursi tunggu
- Kursi perawatan
- Tempat cuci rambut
- Ruang perawatan depan
- Ruang perawatan dalam

- Ruang *facial* dan lullur
- Gudang
- Toilet konsumen
- Showcase Minuman
- Etalase Produk

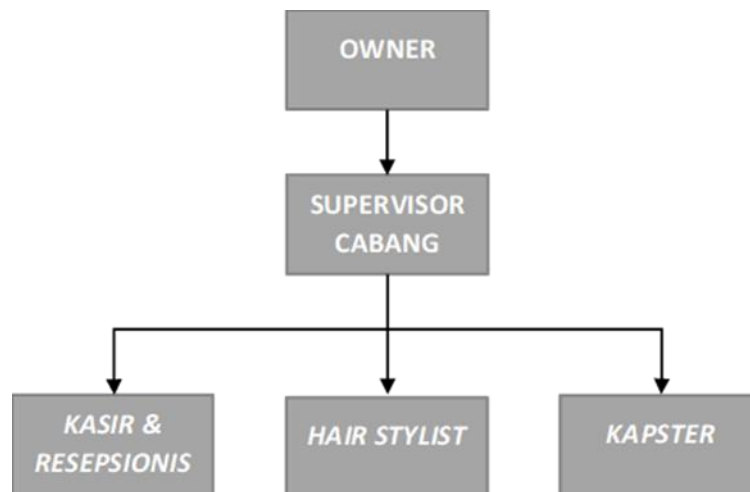
### 1.5.5. Jasa dan Produk

Berikut ini merupakan jasa dan produk yang tersedia di Anita Salon di antaranya :

PRICE LIST 2021		ANITA Salon	
Perawatan Rambut		Perawatan lain lain	
Potong Rambut	Rp 35.000	Facial La Tulipe	Rp 60.000
Potong + Cuci + Blow	Rp 40.000	Facial Biokas	Rp 70.000
Potong + Cuci + Blow Variasi	Rp 50.000	Facial Beauty Cotage	Rp 100.000
Potong + Cuci + Catok	Rp 50.000	Totok Wajah	Rp 50.000
Potong Poni / Alis	Rp 15.000	Diamond Peeling	Rp 50.000
Cuci Catok / Curly	Rp 40.000	Ear Candle	Rp 30.000
Cuci Blow Variasi	Rp 40.000	Tanam Bulu Mata	Rp 100.000*
Creambath NR	Rp 60.000	Tanam Bulu Mata 3D	Rp 100.000*
Creambath Makarizo	Rp 65.000	Pasang Bulu Mata Tempel	Rp 15.000
Creambath Sinergia	Rp 70.000	Sulam Alis	Rp 750.000
Creambath Matrix	Rp 70.000	Sulam Bibir	Rp 1.000.000
Creambath Loreal	Rp 80.000	Sulam Eyeliner	Rp 300.000
Hair Spa / Mask NR	Rp 65.000	Body Bleaching	Rp 150.000
Hair Spa / Mask Makarizo	Rp 70.000	Body Massage	Rp 100.000
Hair Spa / Mask Sinergia	Rp 70.000	Body Massage + Scrub	Rp 150.000
Hair Spa / Mask Matrix	Rp 70.000	Ratus	Rp 30.000
Hair Spa / Mask Loreal	Rp 80.000	Manicure / Pedicure	Rp 50.000
Treatment Rambut Rontok	Rp 60.000	Manicure + Pedicure	Rp 85.000
Keriting	Rp 100.000*	Foot Refleksi	Rp 60.000
Cat Hitam Pria	Rp 60.000*	Kutek Tangan / Kaki	Rp 20.000*
Cat Hitam Wanita	Rp 100.000*	Kutek Tangan + Kaki	Rp 30.000*
Cat Akar	Rp 80.000*	Makeup	Rp 150.000
Smoothing	Rp 200.000*	Makeup + Sanggul / Hairdo	Rp 200.000
Hair Coloring	Rp 200.000*	Pasang Rambut Sambung	Rp 200.000*
High Light	Rp 150.000*	Service Rambut Sambung	Rp 300.000*
Blow Permanent	Rp 300.000*		
Hair Extension	Rp 400.000*		
Plus Vitamin	Rp 5.000		
Vitamin Almond	Rp 40.000		
Serum Blue	Rp 35.000		

Gambar 1. 1 Daftar Jenis Jasa dan Produk Anita Salon

### 1.5.6. Struktur Organisasi



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi Anita Salon

#### 1. Owner

- Menerima laporan pendapatan
- Memberikan arahan dan masukan
- Pengambil keputusan utama
- Memantau perkembangan cabang

#### 2. Supervisor Cabang

- Membuat laporan pendapatan
- Menyusun sistem kerja
- Membuat promosi
- Melakukan pengawasan di tempat
- Bertanggung jawab atas hasil pekerjaan
- Mengonsultasikan kepada *owner* jika terdapat masalah

#### 3. Kasir dan Resepsionis

- Menerima tamu
- Menerima pembayaran

- Mencatat transaksi
- Menerima telepon atau reservasi
- Mencatat urutan tamu datang saat *waiting list*

#### 4. Kapster

- Melakukan cuci rambut
- Melakukan *creambath/masker/massage*
- Melakukan *facial/totok/lulur*
- Melakukan *manicure/pedicure/kutek*
- Melakukan *blow* atau catok
- Menjaga kebersihan tempat, alat, tangan setelah perawatan

#### 5. Hairstylist

- Melakukan penataan rambut
- Melakukan potong rambut
- Melakukan *hair coloring/smoothing*
- Melakukan *makeup*
- Menjaga kebersihan tempat, alat, tangan setelah perawatan

### 1.6. Profile Perusahaan



Gambar 1. 3 Logo Anita Salon

Nama Perusahaan : Anita Salon

Alamat Perusahaan: Jl. Hj Nawawi 14A, Burangrang, Lengkong, Bandung, Jawa Barat, 40262

Nomor Telepon : 0877-5050-7007

E-mail : anitasalonbandung@gmail.com

Bidang Usaha : Jasa Salon