



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

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

RANCANGAN SISTEM REKOMENDASI TERAPIS BERBASIS
FORM RATING DI MARIATY’S SPA

Skripsi

Oleh

Mega Ayunda Putri

2013320021

Bandung

2017



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

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

RANCANGAN SISTEM REKOMENDASI TERAPIS
BERBASIS FORM RATING DI MARIATY'S SPA

Skripsi

Oleh

Mega Ayunda Putri

2013320021

Pembimbing

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis




Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Mega Ayunda Putri
Nomor Pokok : 2013320021
Judul : Rancangan Sistem Rekomendasi Terapis Berbasis Form Rating di
Mariaty's Spa

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 11 Januari 2017
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

: 

Sekretaris

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

: 

Anggota

Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB., M.SE.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Mega Ayunda Putri
NPM : 2013320021
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Rancangan Sistem Rekomendasi Terapis Berbasis
Form Rating di Mariaty's Spa

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 yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apa pun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui apabila pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 12 Januari 2017



Mega Ayunda Putri

ABSTRAK

Nama : Mega Ayunda Putri

NPM : 2013320021

Judul : Rancangan Sistem Rekomendasi Terapis Berbasis Form Rating di Mariaty's Spa

Tingkat pertumbuhan industri spa di Indonesia khususnya di Kota Bandung dari tahun ke tahun semakin meningkat. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan tingkat perkembangan industri spa yang tercatat dalam Badan Pusat Statistik pada tahun 2015 sebesar 7,63 persen. Hal tersebut membuat Mariaty's Spa perlu memikirkan cara baru untuk mempertahankan penjualannya. Salah satu cara yaitu penulis membuat rancangan sistem rekomendasi terapis berdasarkan rating yang paling tinggi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksploratif. Sumber data yang dibutuhkan didapat dari teknik wawancara dengan resepsionis Mariaty's Spa. Teknik menganalisis menggunakan *MIT 90's Framework* yang menggambarkan keadaan internal dan eksternal Mariaty's Spa. Sedangkan untuk menganalisis proses bisnis aktual dan menggambarkan rancangan usulan proses bisnis yang baru digunakan BPMN untuk mempermudah pegawai mengetahui cara kerjanya masing-masing. Selain itu menggunakan *Business Challenge Bundle* untuk menganalisa sebab akibat secara sistematis untuk mendapatkan gambaran besar. Sedangkan untuk mengetahui tanggapan atas rancangan sistem yang dibuat, penulis meminta tanggapan dan saran kepada owner sekaligus manager.

Hasil yang diharapkan dari dibuatnya penelitian rancangan sistem rekomendasi terapis dengan mengolah form rating yaitu mempertahankan penjualan. Hal tersebut karena jika terapis langganan pelanggan tidak tersedia, maka pelanggan akan membatalkan perawatan. Sistem tersebut bernama MAP Sistem dapat merekomendasikan terapis dengan rating tertinggi.

Kata kunci: Sistem rekomendasi, bisnis spa

ABSTRACT

Name : Mega Ayunda Putri

NPM : 2013320021

Title : Proposed System of Therapist Recommender Based Form Rating at Mariaty's Spa

The growth rate of the spa industry in Indonesia, especially in Bandung is getting higher each year. This can be proven by the level of development recorded in the BPS in 2015 amounted to 7.63 percent. It's make Mariaty's Spa need to think of new ways to maintain sales. Based on this the author makes a proposed system of therapist recommendations based on the therapist's highest rating.

The research method that used by the writer is a exploratory research. The data were obtained from interview with receptionist Mariaty's Spa. The data were analyzed using the MIT 90's Framework that describes the state of internal and external Mariaty's Spa. To analyze causal systematically to get big picture, writer use Business Challenge Bundle. As for analyzing the actual business process and describe the design of the proposed new business processes that use BPMN to simplify the workers to know how it works respectively. As for knowing response to the design of the system is created, the author asks for feedback and advice to the owner.

The purpose of these research is make the design of recommendation system by processing a form therapist rating for maintaining sales. This is because if the customer's therapist is not available, then the customer will cancel the treatment. The system called MAP system can recommend a therapist with the highest rating.

Keyword : recommender system, spa business

KATA PENGANTAR

Segala hormat dan puji syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat anugerah dan penyertaan-Nya, penulis mampu untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “Rancangan Sistem Rekomendasi Terapis Berbasis Form Rating di Mariaty’s Spa”. Penulisan skripsi ini mengacu pada mata kuliah Sistem Informasi Bisnis yang diajarkan pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis.

Skripsi ini dibuat penulis untuk memenuhi syarat untuk menempuh ujian sidang jenjang sarjana (S1) dan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan. Skripsi ini juga diharapkan dapat menambah wawasan para pembaca, pengusaha spa dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Walaupun skripsi ini sudah dibuat dengan sebaik-baiknya tetapi tentu saja masih terdapat berbagai macam kekurangan yang diakibatkan oleh keterbatasan sumber data, keterbatasan waktu, serta kemampuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis sangat membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menutupi kekurangan tersebut.

Pembuatan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan pihak-pihak yang selalu mendukung dan memberi masukan kepada penulis. Penulis sangat berterimakasih kepada seluruh pihak yang membantu baik langsung maupun tidak langsung, yaitu kepada:

1. Kepada Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ide dan pengetahuan baru dalam pembuatan skripsi ini dan juga telah meluangkan waktu, tenaga, pikirannya untuk membimbing penulis, serta memberikan semangat, motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
3. Kepada Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.
4. Kepada dosen-dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang mengajarkan materi yang berhubungan dengan skripsi penulis sehingga materi tersebut dapat digunakan untuk pembuatan skripsi ini.
5. Kepada Ibu Mariaty selaku owner Mariaty's Spa yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Mariaty's Spa.
6. Kepada Teh Dini selaku Resepsionis Mariaty's Spa yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai dan memberikan informasi penting untuk penyusunan skripsi ini.
7. Kepada keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan dan doa dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Kepada Vinny dan Detha selaku sahabat yang selalu membantu dan memberikan saran untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada Rychellvy, Nadya, Andrew, Fanny, Lim, Phoebe, Sheila, Tiara, Stacey, Clariss, Ivan, Angel, Widi, Wilsen, Raymond, Ivan dan Sella

sahabat penulis selalu memberikan doa dan semangat agar penulis mampu menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.

10. Kepada google book dan google scholar tempat penulis memperoleh bahan bacaan untuk menambah wawasan tentang teori yang digunakan dalam penelitian.

Besar harapan penulis dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih untuk pendidikan bangsa baik di masa sekarang maupu di masa yang akan datang. Akhir kata semoga penelitian ini benar-benar berguna untuk pembaca. Bagi para pihak yang telah membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini semoga Tushan Yang Maha Kuasa senantiasa membri berkat yang berlimpah.

Bandung, 12 Januari 2017

Penulis,

Mega Ayunda Putri

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| ABSTRAK | i |
| <i>ABSTRACT</i> | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR BAGAN | xii |
| DAFTAR GRAFIK..... | xiii |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR FOTO | iv |
| Bab 1 Pendahuluan | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 6 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 6 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 7 |
| 1.6 Sistematika Penulisan..... | 7 |
| Bab 2 Kajian Pustaka | 9 |
| 2.1 Bisnis Spa | 9 |
| 2.1.1 Hal yang diperlukan untuk Memulai Bisnis Spa..... | 9 |
| 2.1.2 Kategori Spa..... | 11 |
| 2.2 Sistem Informasi Manajemen..... | 13 |

| | | |
|-------|---|----|
| 2.2.1 | Pengertian Sistem Informasi Management (Laudon & Laudon, 2012) | 13 |
| 2.2.2 | Jenis-jenis Sistem Informasi Management..... | 13 |
| 2.2.3 | Langkah untuk Membangun Sistem Informasi Manajemen | 15 |
| 2.3 | Strategi Generik..... | 18 |
| 2.3.1 | Strategi Diferensiasi | 18 |
| 2.3.2 | <i>Overall Cost Leadership</i> | 18 |
| 2.3.3 | Strategi Fokus | 19 |
| 2.4 | <i>Ten School of Strategy Management</i> | 19 |
| 2.5 | <i>Customer Relationship Management</i> | 22 |
| 2.5.1 | Pengertian <i>Customer Relationship Management</i> | 22 |
| 2.5.2 | Tujuan <i>Customer Relationship Management</i> | 23 |
| 2.5.3 | Strategi yang dapat mendukung <i>Customer Relationship Management</i> | 23 |
| 2.5.4 | Bentuk CRM | 24 |
| 2.5.5 | Tahapan Rantai Nilai <i>Customer Relationship Management</i> | 24 |
| 2.6 | <i>Customer Relationship Management System</i> | 25 |
| 2.6.1 | Definisi <i>Customer Relationship Management System</i> (CRM System).. .. | 25 |
| 2.6.2 | Jenis CRM System | 26 |
| 2.7 | <i>Recommender System</i> | 27 |
| 2.7.1 | Kombinasi CRM dan <i>Recommender System</i> | 30 |
| 2.8 | <i>Customer Analysis</i> | 30 |
| 2.8.1 | <i>Customer Valuation</i> | 30 |
| 2.8.2 | <i>Segmenting and Profiling</i> | 31 |
| 2.8.3 | <i>Personalization</i> | 31 |

| | | |
|-------|--|----|
| 2.9 | Penelitian Terdahulu..... | 31 |
| Bab 3 | Metode Penelitian..... | 35 |
| 3.1 | Jenis Penelitian | 35 |
| 3.2 | Metode Penelitian..... | 35 |
| 3.3 | Peran Peneliti..... | 36 |
| 3.4 | Lokasi Penelitian | 37 |
| 3.5 | Sumber Data | 38 |
| 3.5.1 | Jenis Data | 38 |
| 3.5.2 | Teknik Memperoleh Data | 39 |
| 3.5.3 | Unit Analisis | 40 |
| 3.6 | Tahapan Pengumpulan Data..... | 41 |
| 3.7 | Operasionalisasi Variabel..... | 45 |
| 3.8 | Analisis Data | 47 |
| 3.8.1 | <i>MIT 90's Framework</i> | 47 |
| 3.8.2 | <i>Business Process Modelling Notation</i> | 49 |
| 3.8.3 | <i>Business Challenge Bundle</i> | 51 |
| 3.9 | Pengecekan Keabsahan Data..... | 52 |
| 3.9.1 | Validitas Data..... | 52 |
| 3.9.2 | Uji Reliabilitas | 53 |
| Bab 4 | Subyek Penelitian | 55 |
| 4.1 | Profil Perusahaan..... | 55 |
| 4.2 | Visi dan Misi Perusahaan | 56 |
| 4.2.1 | Visi:..... | 56 |
| 4.2.2 | Misi: | 56 |
| 4.3 | Fasilitas Penunjang, Produk yang digunakan, Menu yang ditawarkan.. | 57 |

| | | |
|----------------|---|-----|
| 4.3.1 | Fasilitas Penunjang | 57 |
| 4.3.2 | Produk yang digunakan..... | 57 |
| 4.3.3 | Menu yang ditawarkan..... | 57 |
| 4.4 | Proses Bisnis Umum Perusahaan | 58 |
| 4.5 | Struktur Organisasi..... | 58 |
| Bab 5 | Pembahasan | 61 |
| 5.1 | Proses Bisnis Aktual..... | 61 |
| 5.2 | Perubahan yang akan terjadi di Mariary's Spa ketika hendak menerapkan strategi baru | 65 |
| 5.2.1 | Fenomena Permasalahan yang dihadapi | 65 |
| 5.2.2 | Persiapan yang diperlukan | 68 |
| 5.3 | Proses Detail MAP Sistem | 84 |
| 5.3.1 | Proses <i>Booking</i> (Via Telepon) | 85 |
| 5.3.2 | Proses Pemberian Layanan | 86 |
| 5.3.3 | Proses Penyelesaian Transaksi..... | 88 |
| 5.4 | Tanggapan Owner | 94 |
| 5.4.1 | Revisi tanggapan pertama | 95 |
| 5.4.2 | Revisi tanggapan kedua..... | 95 |
| 5.4.3 | Revisi tanggapan ketiga | 98 |
| Bab 6 | Kesimpulan dan Saran..... | 99 |
| 6.1 | Kesimpulan..... | 99 |
| 6.2 | Saran..... | 101 |
| Daftar Pustaka | | 103 |
| Lampiran | | 107 |
| Wawancara 1 | | 107 |

| | |
|------------------------|-----|
| Wawancara 2 | 108 |
| Wawancara 3 | 110 |
| Wawancara 4 | 111 |
| Wawancara 5 | 113 |
| Gambar Pendukung | 115 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 3.1 Tahap-Tahap Penelitian..... | 43 |
| Gambar 3.2 MIT 90's Framework | 47 |
| Gambar 3.3 Elemen Utama BPMN..... | 50 |
| Gambar 5.1 Contoh Tampilan MAP Sistem | 79 |
| Gambar 5.2 Sistem Kerja Customer Survey Tool..... | 82 |
| Gambar 5.3 Tampilan Hasil Survei..... | 82 |
| Gambar 5.4 Form rating digital revisi tanggapan kedua..... | 98 |

DAFTAR BAGAN

| | |
|--|----|
| Bagan 2.1 Strategi fokus | 19 |
| Bagan 4.1 Struktur Organisasi Mariaty's Spa..... | 59 |
| Bagan 5.1 Proses Bisnis Saat ini | 64 |
| Bagan 5.2 <i>Business Challenge Bundle</i> | 65 |
| Bagan 5.3 MIT 90's Framework Mariaty's Spa | 83 |
| Bagan 5.4 Proses Bisnis Usulan..... | 84 |
| Bagan 5.5 Proses <i>Booking</i> via Telepon..... | 87 |
| Bagan 5.6 Proses Pemberian Layanan | 89 |
| Bagan 5.7 Proses Penyelesaian Transaksi..... | 93 |
| Bagan 5.8 Proses <i>Booking</i> Revisi Pertama | 97 |

DAFTAR GRAFIK

| | |
|--|---|
| Grafik 1.1 Persentase Banyaknya Perusahaan/ Usaha SPA di Beberapa Provinsi di Indonesia Tahun 2014 | 2 |
|--|---|

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Distribusi Perusahaan SPA Mulai Beroperasi secara Komersial Tahun 2014..... | 1 |
| Tabel 2.1 Penelitian terdahulu <i>Customer Relationship Management</i> | 33 |
| Tabel 5.2 Jumlah kedatangan wisatawan ke Bandung..... | 69 |
| Tabel 5.3 Daftar Spa yang memiliki izin resmi | 69 |
| Tabel 5.4 Surat Tugas | 91 |
| Tabel 5.5 Form Rating | 92 |

DAFTAR FOTO

| | |
|---|-----|
| Foto Lampiran 1 Perawatan yang ditawarkan..... | 115 |
| Foto Lampiran 2 Perawatan yang ditawarkan..... | 115 |
| Foto Lampiran 3 Tampilan Depan Mariaty's Spa..... | 116 |
| Foto Lampiran 4 Ruang Perawatan..... | 116 |
| Foto Lampiran 5 Ruang Foot Reflexion | 117 |
| Foto Lampiran 6 RuangFacial..... | 117 |
| Foto Lampiran 7 Ruang Kerja Admin | 118 |
| Foto Lampiran 8 Salon Mariaty's Spa | 118 |
| Foto Lampiran 9 Ruang Kerja Manajer | 119 |
| Foto Lampiran 10 Meja Resepsionis | 119 |

Bab 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

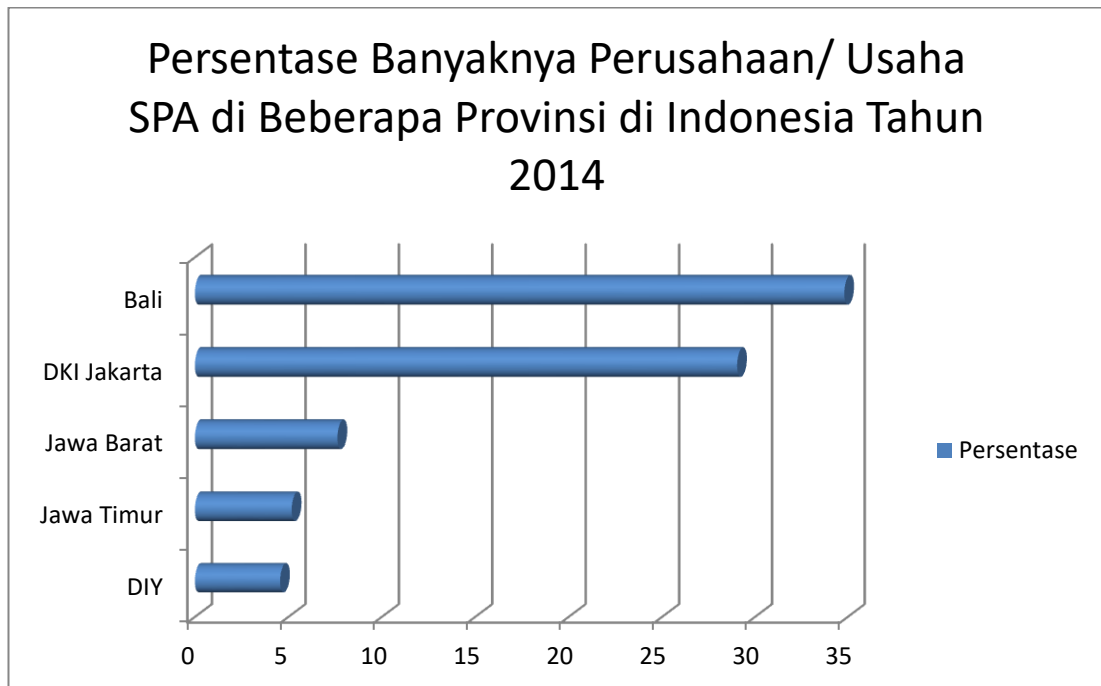
SPA atau lebih dikenal sebagai tempat *massage* sebenarnya berasal dari bahasa latin yaitu *sante par aqua* atau *solus per aqua* yang artinya sehat melalui terapi air. Menurut data yang diambil dari badan pusat statistik republik Indonesia, bisnis spa dari tahun ketahun mengalami peningkatan yang signifikan seperti yang ditunjukkan oleh tabel 1.1

Tabel 1.1 Distribusi Perusahaan SPA Mulai Beroperasi secara Komersial Tahun 2014

| Distribusi Perusahaan SPA Mulai Beroperasi secara Komersial Tahun 2014 | | | | | |
|---|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Tahun | <1980 | 1980-1989 | 1990-1999 | 2000-2009 | 2010-2014 |
| Persentase | 1,15 | 1,15 | 6,9 | 35,63 | 55,17 |

Sumber: Statistik *Solus Per Aqua* 2014 , data yang diolah oleh Badan Pusat Statistik (diakses pada tanggal 4 Februari 2016)

Peningkatan tersebut juga terjadi di beberapa kota besar di Indonesia seperti Bali yang menduduki peringkat pertama dan DKI Jakarta yang berada satu tingkat diatas kota Bandung, sedangkan kota Bandung menduduki peringkat ketiga. Hal tersebut tentunya menjadi peluang para pengusaha spa untuk menjalankan bisnis spa khususnya di kota Bandung, karena tidak hanya wisatawan mancanegara yang tertarik untuk mencoba spa, namun dengan padatnya aktivitas di kota Bandung banyak dari para kaum wanita maupun pria pun datang ke spa untuk dapat menikmati layanan yang disediakan di spa.



Grafik 1.1 Persentase Banyaknya Perusahaan/ Usaha SPA di Beberapa Provinsi di Indonesia Tahun 2014

Sumber: data yang diolah oleh Survei Perusahaan/ Usaha SPA tahun 2015 (diakses pada tanggal 4 Februari 2016)

Layanan yang disediakan di spa saat ini pun beraneka ragam mulai dari *massage*, perawatan badan, perawatan muka, bahkan kini spa pun ikut menyediakan jasa seperti di salon yaitu jasa perawatan rambut. Selain jasa perawatan yang disediakan bisnis spa pun juga menyediakan berbagai produk perawatan diri hingga mereka menyediakan jasa paketan mulai dari perawatan rambut hingga ujung kaki. Hingga saat ini perusahaan spa banyak melakukan inovasi untuk menarik perhatian konsumen, tidak hanya itu perusahaan spa juga membina hubungan dengan pelanggan agar penjualan mereka dapat meningkat atau setidaknya stabil.

Salah satu cara yang dapat digunakan untuk membina hubungan dengan pelanggan yaitu CRM. CRM atau *Customer relationship Management* merupakan proses yang memaksimalkan *customer value* melalui aktivitas pemasaran yang terdiri atas pengetahuan atas pelanggan melalui pengumpulan, pengelolaan informasi pelanggan dan riwayat kontak. (Rogen Baran, Christopher Zerres & Michael Zerres, 2014). Selain untuk memaksimalkan *customer value* CRM juga dapat digunakan untuk mengelompokkan pelanggan berdasarkan preferensinya dan dengan CRM perusahaan juga dapat menerapkan loyalty program seperti *member card*.

Selain dengan penerapan CRM, kombinasi antara CRM dan sistem rekomendasi juga dapat membantu perusahaan spa dalam mempertahankan penjualan. *Recommender system* adalah bagian dari sistem filterisasi informasi yang memberikan prediksi untuk nilai rating atau rekomendasi yang nantinya *user* akan diberikan suatu item yang belum pernah diketahui sebelumnya, menggunakan model yang memberikan suatu karakteristik pada item atau lingkungan user itu sendiri (Melville & Sindhvani, 2010). Adanya kombinasi antara CRM dan recommender system tersebut dapat membantu perusahaan dalam memberikan rekomendasi layanan berdasarkan rating tertinggi, sehingga pelanggan dapat merasakan pelayanan yang terbaik.

Kombinasi antara CRM dan *recommender system* ini dapat diterapkan dalam usaha SPA karena dengan adanya sistem tersebut resepsionis spa dapat memberikan rekomendasi terapis yang sesuai dengan rating tertinggi. Salah satu spa ini beralamat di Jalan Setiabudi 38 yaitu Mariaty's Spa juga dapat

menerapkan sistem ini saat pelanggan yang memiliki terapis langganan tidak tersedia saat pelanggan tersebut memesan perawatan.

Mariaty's Spa sudah pernah menerapkan sistem *member card*, namun hal tersebut gagal dilakukan karena pelanggan merasa tidak ada manfaat yang diberikan dari point *membership*, sehingga sistem *member card* ini hilang begitu saja. Masalah lainnya yang terjadi dalam usaha spa ini yaitu pelanggan akan membatalkan perawatan apabila terapis langganan pelanggan tersebut tidak tersedia. Mariaty's Spa menawarkan berbagai paket *massage* yang menjadi andalan usaha spa ini. Pelanggan Mariaty's Spa pun telah memiliki terapis langganan tersendiri, sehingga jika terapis langganan mereka tidak tersedia mereka akan membatalkan perawatan yang mereka *booking*.

Sehingga sangat diperlukan suatu sistem yang dapat merekomendasikan terapis dengan rating tertinggi. Sistem tersebut bernama *MAP System*, sistem ini merupakan kombinasi antara CRM, *Recommender System* dan form rating. Cara kerja sistem ini yaitu akan menawarkan terapis dengan rating tertinggi berdasarkan penilaian form yang telah diisi oleh pelanggan. Contohnya yaitu pelanggan A sering menggunakan jasa terapis A karena pelanggan A, sehingga pada data member akan tercantum nama member A dan terapis A. Namun saat terapis A tidak tersedia saat pelanggan A melakukan *booking* maka resepsionis akan melihat data rekomendasi terapis dengan peringkat tertinggi.

Ada 2 komponen utama yang harus diperlukan dalam membuat rancangan *MAP System* yang dapat mempertahankan penjualan dalam rangka membuat konsumen tetap melakukan perawatan walau tanpa terapis langganannya ,yakni :

1. Form rating diperlukan untuk menilai kinerja terapis.
2. Teknologi yang mendukung seperti penyediaan *database* member, *database* penjualan, jadwal kerja terapis, data *booking* dan data *feedback* pelanggan.

Selain 2 komponen diatas, diperlukan juga komponen pendukung dalam merancang sebuah *MAP System* yakni pengetahuan dalam mengoperasikan komputer dan juga pengetahuan dalam mengolah data dari form rating tersebut. Data member dan *booking* dapat berfungsi untuk menyiapkan jadwal terapis sesuai dengan jam kedatangan pelanggan tersebut.

Selain data *feedback* pelanggan, data member dan data penjualan jika direkomendasikan dapat menghasilkan informasi seperti preferensi pelanggan. Ketiga data tersebut menghasilkan preferensi pelanggan seperti terapis langganannya pelanggan tersebut. Jika semua database tersebut dikombinasikan maka dapat menyiapkan jadwal yang sesuai atau menyiapkan jadwal terapis yang sesuai dengan preferensi pelanggan tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas maka diperlukan sistem yang mampu merekomendasikan terapis dengan rating tertinggi yang bertujuan agar perusahaan dapat mempertahankan penjualan dan dapat memberikan rekomendasi pada pelanggan. Sehingga peneliti melakukan penelitian yang berjudul “ Rancangan Sistem Rekomendasi Terapis Berbasis Form Rating di Mariaty’s Spa”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, masalah yang diteliti terdiri dari:

1. Bagaimana proses bisnis yang berlangsung di Mariaty's Spa?
2. Bagaimanakah perubahan yang akan terjadi di Mariary's Spa ketika hendak menerapkan strategi baru?
3. Bagaimana proses detail MAP Sistem untuk mendukung Mariaty's Spa?
4. Bagaimana tanggapan pemilik Mariaty's Spa terhadap usulan MAP sistem?

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah Sejauh mana rancangan CRM dapat diterapkan secara optimal di Mariaty's Spa untuk mempertahankan penjualan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang dibuat, tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui proses bisnis yang berlangsung di Mariaty's Spa.
2. Untuk mengetahui perubahan yang akan terjadi di Mariary's Spa ketika hendak menerapkan strategi baru.
3. Untuk mengetahui proses detail MAP Sistem untuk mendukung Mariaty's Spa.
4. Untuk mengetahui tanggapan pemilik Mariaty's Spa terhadap usulan yang disampaikan.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Untuk memperkaya konsep atau teori mengenai *customer relationship management*, khususnya yang terkait dengan analisa perilaku konsumen menggunakan sistem rekomendasi terapis dengan rating tinggi sehingga dapat mempertahankan penjualan.

2. Manfaat praktis

Dapat memberikan masukan kepada Mariaty's Spa dalam mempertahankan penjualannya dengan konsep yang terbaru yang lebih efisien.

1.6 Sistematika Penulisan

- Bab 1:

Latar belakang mengenai industri spa di Indonesia dan berfokus di kota Bandung, identifikasi masalah yang terjadi di Mariaty's Spa terkait dengan rekomendasi terapis, rumusan masalah yang mencakup pertanyaan besar dari penelitian, manfaat penelitian baik teoritis dan manfaat praktis serta sistematika penelitian terkait kerangka berpikir dalam penulisan hasil penelitian.

- Bab 2

Kajian pustaka yang merupakan teori yang berkaitan dengan penulisan dalam penelitian ini untuk menjawab semua pertanyaan penelitian. Teori-teori ini digunakan sebagai pendukung untuk melakukan

penelitian dilapangan sehingga dapat diketahui konsep yang sebenarnya terjadi di lapangan.

- Bab 3

Metodologi penelitian yang menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, peran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, prosedur pengumpulan data, analisis data dan pengecekan keabsahan penelitian.

- Bab 4

Subjek penelitian yang membahas seputar profil dan proses bisnis umum Mariaty's spa.

- Bab 5

Pembahasan hasil penelitian merupakan inti dari penelitian yang telah dibuat. Pembahasan hasil penelitian terdiri dari proses bisnis umum Mariaty's spa berupa SOP (*Standard Operating Procedure*) yang sudah ada dan digambarkan dengan BPMN (*Business Process Modelling and Notation*), dampak perubahan terkait strategi yang digambarkan melalui *MIT 90's Framework*, proses bisnis usulan yang diberikan digambarkan dengan BPMN dan tanggapan owner mengenai usulan yang diberikan.

- Bab 6

Kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang dibuat.