



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 CRM *Customized Package* pada Shianna Salon

Skripsi

Oleh

Clarissa Faustine Koswara

2013320050

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 CRM *Customized Package* pada
Shianna Salon

Skripsi

Oleh

Clarissa Faustine Koswara

2013320050

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 : Clarissa Faustine Koswara
Nomor Pokok : 2013320050
Judul : Rancangan Sistem CRM *Customized Package* pada Shianna Salon

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

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.

: 

Sekretaris

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

: 

Anggota

Maria Widyarini, S.E., M.T.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Clarissa Faustine Koswara
NPM : 2013320050
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Rancangan Sistem CRM *Customized Package*
pada Shianna 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 yang 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, Januari 2017



Clarissa Faustine Koswara

Abstrak

Nama : Clarissa Faustine Koswara
NPM : 2013320050
Judul : Rancangan Sistem CRM *Customized Package* pada Shianna Salon

Saat ini, perkembangan salon kecantikan di Indonesia, terbilang cukup pesat. Pertumbuhan bisnis salon di Indonesia meningkat antara 10-15% pada tahun 2015 dibandingkan pencapaian pada tahun sebelumnya (Hadisuwarno, 2015). Dibutuhkan strategi yang tepat untuk dapat bertahan dalam persaingan yang ada. Dalam menjalankan bisnis dalam bidang apapun, tidak akan lepas dari pelanggan. Termasuk juga dalam bisnis salon kecantikan, yaitu Shianna Salon. Dalam pengelolaan pelanggan diperlukan CRM atau *Customer Relationship Management*. CRM yang diterapkan Shianna Salon masih belum optimal karena hanya pemilik mengetahui preferensi pelanggan. Untuk itu, dibutuhkan *Management Information Systems* (MIS) berbasis komputer yang dapat mengelola data pelanggan dan data preferensi pelanggan secara digital. Perpaduan antara CRM dengan MIS akan menciptakan Sistem Informasi CRM *Customized Package*, yaitu sistem yang menawarkan paket pelayanan yang sesuai dengan preferensi pelanggan. Berdasarkan hal itu, peneliti membuat rancangan sistem *Customer Relationship Management* yang sesuai untuk Shianna Salon sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang berdampak pada peningkatan pembelian berulang.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus, yang dapat membantu memberikan gambaran detail mengenai sejarah, proses bisnis umum, jam operasional, hingga struktur organisasi Shianna Salon. Data studi kasus dapat diperoleh dari semua pihak yang bersangkutan, mulai dari pemilik hingga pegawai Shianna Salon.

Berdasarkan analisa data dengan menggunakan BCB, MIT 90's *Framework*, dan BPMN, Shianna Salon perlu melakukan perubahan mulai dari struktur organisasi hingga proses bisnis yang diterapkan agar dapat menawarkan *customized package*. Dimana penawaran *customized package* berdasarkan atas data preferensi pelanggan, yang sebelumnya telah diolah oleh bagian baru, yaitu administrasi.

Kata kunci: bisnis salon, CRM, MIS, *customized package*, data preferensi pelanggan

Abstract

Name : Clarissa Faustine Koswara
NPM : 2013320050
Title : *Proposed Design of Customized Package CRM System for Shianna Salon*

Nowadays, the development of a beauty salon in Indonesia, is quite rapid. The growth of business salon in Indonesia increased between 10-15% in 2015, compared to the achievement in previous year (Hadisuwarno, 2015). It requires the right strategy to survive in the competitions. In running any kind of business, customers will always not be excluded. This included the beauty salon business of Shianna Salon. CRM or Customer Relationship Management is required for managing customers. The implementation of CRM to Shianna Salon is still not optimal because only the owner knows the preferences of the customer. Therefore, it requires Management Information Systems (MIS) which is based on computer to manage customer data and customer preference data digitally. The combination of CRM and MIS will produce Customized CRM Package Information System, a system which offers a package of services that meet customer preferences. Based on this, the researcher made a Customer Relationship Management system design that is suitable for Shianna Salon, thereby, increasing customer satisfaction which increased repeat purchases.

The method used in this study is a case study, which can help provide a detailed image of history, common business processes, operating hours, until the organizational structure Shianna Salon. Case study data can be obtained from all parties concerned, ranging from owners to employees Shianna Salon.

Based on data analysis using BCB, MIT 90's Framework, and BPMN, Salon Shianna need to make changes from the organizational structure to the business processes that are applied in order to offer a customized package. Where offers customized package based on customer preference data, which had previously been processed by a new section, namely administration.

Keywords: business of beauty salon, CRM, MIS, customized package, customer preference data

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala karunia dan berkat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Rancangan Sistem CRM *Customized Package* pada Shianna Slaon”. Penulisan skripsi ini berdasarkan pada mata kuliah Sistem Informasi Bisnis yang diajarkan pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis.

Skripsi ini dibuat penulis untuk memenuhi syarat mengikuti Ujian Sidang Jenjang Sarjana (S1) dan untuk memperoleh gelar sarjana Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Katolik Parahyangan. Skripsi ini juga diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi para pembaca, pebisnis jasa terutama salon, dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Tidak ada sesuatu yang sempurna di dunia ini, begitu pula skripsi ini. Walaupun telah dibuat sebaik-baiknya, masih terdapat kekurangan karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis menerima secara terbuka segala macam kritik dan saran yang dapat menutupi kekurangan tersebut.

Pembuatan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari pihak-pihak yang selalu mendukung, memberikan bimbingan serta masukan kepada penulis. Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak terkait yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung, yaitu kepada:

1. (Alm.) Edwin Koswara, Maryati Mardian, Ryker Dave, Oma Hilda, Om Erwin, Om Andre, Om Yanto, Ko Ryan dan keluarga besar yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan doa bagi penulis.
2. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku dosen pembimbing penulis yang telah banyak memberikan masukan dan pengetahuan baru bagi penulis dalam penulisan skripsi ini. Juga telah meluangkan waktu dan tenaga yang sangat bermanfaat untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com., MBA., M.Phil. selaku dosen mata kuliah Permodelan Bisnis dan dosen yang turut membantu memberi bimbingan pada penulisan skripsi bab 1-3. Juga atas semua waktu dan ilmu yang telah diberikan dalam proses pembuatan skripsi ini.
4. Bapak Daniel Karim, S.IP., MM. yang telah banyak membuka pikiran penulis dan memberikan pengetahuan dan pengalaman berharga bagi penulis. Serta dengan bijaksana memberi dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Maria Widyarini, S.E., M.T. yang telah banyak membantu dan memberikan nasihat bagi penulis.
6. Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
7. Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

8. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan pengetahuan dan pengalaman bagi penulis dalam kuliah dari tahun 2013.
9. Seluruh staff administrasi dan tata usaha, perpustakaan, serta pekarya pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
10. Pst. A. Bogaartz, OSC, Pst. Setevanus Budi Saptono, OSC, Tante Hera, Tante Melly, Tante Widya, Tante Perry, dan seluruh staff PSE Gereja St. Laurentius yang telah memberikan dukungan dan doa kepada penulis dalam penyelesaian kuliah dan skripsi.
11. Anggota FYC dan OMK Gereja St. Laurentius atas dorongan, semangat, dan doa yang selalu diberikan.
12. Ci Anna selaku pemilik Shianna Salon beserta keluarga dan pegawai yang memberikan waktu, tenaga, dan informasi yang sangat berguna dalam penulisan skripsi ini.
13. Finesse, Mega, Detha, Evan, dan Kevin, selaku teman-teman yang selalu membantu dalam pengerjaan skripsi ini, baik berupa data dan dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini.
14. Jeannie, Finesse, Rena, Maya, dan sahabat-sahabat serta pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan dalam proses pengerjaan skripsi ini.

Bagi para pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini, semoga Yesus Kristus senantiasa memberi berkat yang berlimpah. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Bandung, Desember 2016

Penulis,
Clarissa Faustine Koswara

DAFTAR ISI

Abstrak.....	i
<i>Abstract</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Objek Penelitian	8
BAB 2.....	9
LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Jasa.....	9
2.2 Sistem Informasi	10
2.2.1 TPS (<i>Transaction Processing Systems</i>)	11
2.2.2 MIS (<i>Management Information Systems</i>)	12
2.2.3 DSS (<i>Decision Support Systems</i>)	14
2.2.4 <i>Executive Support Systems</i> (ESS)	14
2.3 CRM.....	14
2.3.1 Kegiatan CRM.....	15
2.3.2 Keuntungan menggunakan CRM.....	16
2.3.3 Tujuan CRM.....	16
2.3.4 Jenis CRM.....	17
2.3.5 Sistem CRM.....	18
2.4 MIT (<i>Management in The</i>) 90's Framework	22
2.5 Penelitian terdahulu	26
BAB 3.....	28

METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 Tahap Penelitian.....	30
3.4 Operasional Variabel.....	32
3.5 Informan Penelitian.....	34
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.7 Teknik Analisis Data.....	35
3.7.1 <i>Business Challeges Bundle</i> (BCB).....	35
3.7.2 <i>Management in The</i> (MIT) 90's Framework.....	36
3.7.3 <i>Business Process Modelling and Notation</i> (BPMN).....	36
3.8 Uji Keabsahan.....	39
3.8.1 Uji Validitas Data.....	39
3.8.2 Uji Reliabilitas Data.....	41
BAB IV.....	43
OBJEK PENELITIAN.....	43
4.1 Sejarah Salon.....	43
4.2 Proses Bisnis Umum Shianna Salon.....	43
4.3 Visi Misi Shianna Salon.....	44
4.4 Jam Operasional.....	44
4.4 Struktur Organisasi Shianna Salon.....	45
BAB V.....	48
PEMBAHASAN.....	48
5.1 Standar Operasi Produksi.....	48
5.2 Proses Bisnis Usulan.....	50
5.2.1 Proses persiapan <i>Customized Package</i>	52
5.2.2 Analisa Persiapan organisasi dengan MIT 90's <i>Framework</i>	54
5.2.3 Analisa Proses Detail BPMN.....	63
5.3 Tanggapan Hasil Penelitian oleh Pemilik.....	76
BAB VI.....	79
KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
6.1 Kesimpulan.....	79
6.2 Saran.....	81

DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN 1.....	88
DAFTAR WAWANCARA DENGAN PEMILIK SHIANNA SALON.....	88
LAMPIRAN 2.....	90
REKAP HASIL SURVEI DENGAN MENYEBARKAN KUESIONER KEPADA MAHASISWA MENGENAI SALON PADA 2 SEPTEMBER 2016	90
LAMPIRAN 3.....	95
DAFTAR MENU SHIANNA SALON	95
LAMPIRAN 4.....	96
GAMBAR FISIK SHIANNA SALON.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu CRM	26
Tabel 3.1 Operasional Variabel	33
Tabel 3.2 Notasi BPMN	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Cara MIS mendapatkan data dari TPS	13
Gambar 3.1 MIT 90's Framework	23
Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi Shianna Salon	46
Gambar 5.1 BPMN Proses Bisnis Shianna Salon	51
Gambar 5.2 <i>Business Challeges Bundle</i>	53
Gambar 5.3 Bagan Sturktur Usulan Shianna Salon	60
Gambar 5.4 BPMN Proses Bisnis Umum Usulan	64
Gambar 5.5 BPMN Mengelola Preferensi Pelanggan	65
Gambar 5.6 Formulir Pemesanan Pelanggan	67
Gambar 5.7 BPMN Mencatat order	68
Gambar 5.8 BPMN Menawarkan <i>Customized Package</i>	69
Gambar 5.9 BPMN Memberikan pelayanan	70
Gambar 5.10 Surat Perintah Kerja	71
Gambar 5.11 Catatan Order Tambahan	72
Gambar 5.12 BPMN Membuat Tagihan	73
Gambar 5.13 Formulir Data Pelanggan	75
Gambar 5.14 Formulir Tagihan	76
Gambar 8.1 Hasil Survei 1	90
Gambar 8.2 Hasil Survei 2	90
Gambar 8.3 Hasil Survei 3	91
Gambar 8.4 Hasil Survei 4	91
Gambar 8.5 Hasil Survei 5	92
Gambar 8.6 Hasil Survei 6	92
Gambar 8.7 Hasil Survei 7	93
Gambar 8.8 Hasil Survei 8	93
Gambar 9.1 Daftar Menu	94
Gambar 10.1 Tampilan Shianna Salon 1	95
Gambar 10.2 Tampilan Shianna Salon 2	96

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	87
DAFTAR WAWANCARA DENGAN PEMILIK SHIANNA SALON	87
LAMPIRAN 2	89
REKAP HASIL SURVEI DENGAN MENYEBARKAN KUESIONER KEPADA MAHASISWA MENGENAI SALON PADA 2 SEPTEMBER 2016	89
LAMPIRAN 3	94
DAFTAR MENU SHIANNA SALON	94
LAMPIRAN 4	95
GAMBAR FISIK SHIANNA SALON	95

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Rambut adalah aset yang sangat berharga bagi manusia, terutama wanita. Karena itu, setiap wanita akan menjaga dan merawat rambut yang dimiliki dengan telaten. Atas dasar itu semua, munculah salon kecantikan. Salon kecantikan adalah bentuk usaha yang berhubungan dengan perawatan kosmetika, wajah, dan rambut, baik untuk laki-laki maupun perempuan. Variasi lain dari jenis usaha salon kecantikan adalah salon rambut, salon tangan, dan salon kuku (manikur).

Saat ini, perkembangan salon kecantikan di Indonesia, terbilang cukup pesat. Rudy Hadisuwarno, seorang pakar kecantikan sekaligus ketua II Dewan Pimpinan Pusat (DPP) Asosiasi Ahli Kecantikan dan Pengusaha Salon Indonesia Tiara Kusuma mengatakan bahwa bisnis di bidang salon kecantikan dari tahun ke tahun terus tumbuh. Salon kecantikan bukan lagi berkaitan dengan *lifestyle* tapi menjadi entitas bisnis. Bahkan, mampu menyerap banyak tenaga kerja profesional. Pertumbuhan bisnis salon di Indonesia meningkat antara 10-15% pada tahun 2015 dibandingkan pencapaian pada tahun sebelumnya (Hadisuwarno, 2015). Pertumbuhan tersebut didukung oleh kebiasaan gaya hidup wanita Indonesia yang gemar memanjakan diri

di salon untuk melakukan perawatan rambut, mulai dari cuci rambut, *creambath*, hingga pewaranaan rambut (Purjaka, 2013).

Menjalankan dan mempertahankan gerai salon hingga puluhan tahun bukanlah hal mudah. Perlu usaha, promosi, dan inovasi agar salon dapat dipercaya oleh pelanggan. Selain itu harus terus belajar, mengikuti tren, dan setia pada satu produk. Memperhatikan pegawai bekerja sama juga sangat disarankan untuk mempertahankan bisnis salon. Misalnya, mengedukasi pegawai dengan baik hingga pegawai tersebut memahaminya (Agmasari, 2015).

Dibutuhkan strategi yang tepat untuk dapat bertahan dalam persaingan yang ada. Dalam menjalankan bisnis dalam bidang apapun, tidak akan lepas dari pelanggan. Tidak ada pelanggan, maka bisnis tidak akan berjalan dengan baik. Termasuk juga dalam bisnis salon kecantikan ini. Pelanggan adalah faktor penting dan nyawa bagi suatu perusahaan. Untuk itu, diperlukan CRM atau *Customer Relationship Management* dalam pengelolaan pelanggan.

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). *Customer Relationship Management* juga dapat diartikan sebagai implementasi yang terintegrasi dari *customer-oriented* dan teknologi untuk menjaga hubungan dengan pelanggan untuk waktu yang lama (Payne & Frow, 2005). CRM memiliki berbagai

keuntungan, diantaranya menjaga hubungan dengan pelanggan untuk meningkatkan keuntungan penjualan perusahaan, menggunakan informasi yang terintegrasi untuk memberikan pelayanan memuaskan, serta mendukung proses penjualan berulang kepada pelanggan (Kalakota & Robinson, 2001).

Shianna Salon merupakan salon kecantikan yang sudah berjalan sejak tahun 2009. Shianna Salon memiliki berbagai macam perawatan yang ditawarkan. Mulai dari *facial*, totok wajah, masker rambut, *massage*, potong rambut, dll. Harga yang ditawarkan pun beragam. Terdapat paket murah meriah yang bisa dijangkau oleh murid sekolah menengah. Terdapat juga paket untuk orang yang sudah bekerja. Hal ini bertujuan untuk menggaet semua segmen umur yang ada di masyarakat.

Penerapan CRM di Shianna Salon terbagi menjadi 2, yaitu oleh pemilik dan pegawai Shianna Salon. Pemilik Shianna Salon menerapkan CRM dengan cara melayani setiap pelanggan tetapnya karena mengetahui preferensi setiap pelanggannya. Selain itu, pemilik juga mengucapkan selamat ulang tahun ke setiap pelanggan yang datanya telah dicatat sebelumnya ketika pelanggan mengisi data pelanggan. Serta mengucapkan simpati bila terdapat pelanggan yang sakit. Informasi pelanggan yang sakit diketahui ketika pemilik Shianna Salon melakukan *personal chat* dengan pelanggan mengenai jadwal kunjungan selanjutnya. Pegawai Shianna Salon menerapkan CRM dengan cara mengajak pelanggan berbincang-bincang pelanggan yang diingat. Namun, pegawai Shianna Salon tidak mengetahui dengan baik preferensi pelanggan yang bersangkutan.

CRM yang diterapkan Shianna Salon masih belum optimal karena masih menerapkan metode secara manual dan terkadang tidak dilakukan pencatatan. Data yang disimpan juga tidak terlalu lengkap. Data yang tidak disimpan dengan baik dan membutuhkan waktu untuk mencarinya akan mempersulit ketika berhubungan dengan pelanggan sehingga pelanggan tidak sepenuhnya mempercayai Shianna Salon kembali. Hal ini menjadi keterbatasan bagi Shianna Salon dalam melayani pelanggan dan secara tidak langsung juga berdampak pada penjualan di Shianna Salon. Selain itu, karena pemilik seringkali turun tangan dalam melayani pelanggan, pegawai tidak memiliki pengetahuan tentang keinginan pelanggan yang bersangkutan sehingga menimbulkan kesulitan apabila suatu waktu pemilik Shianna Salon berhalangan hadir.

Pelaksanaan CRM akan lebih optimal bila didukung oleh *Management Information Systems* (MIS) berbasis komputer yang dapat mengelola data pelanggan dan data preferensi pelanggan secara digital. MIS adalah integrasi antara organisasi, manajemen, dan teknologi yang digunakan manajer atau karyawan perusahaan untuk mengumpulkan informasi agar dapat memecahkan suatu masalah. (Laudon & Laudon, 2012). *Management Information Systems* merupakan sistem yang berbasis komputer, jaringan lainnya yang dapat menyediakan informasi bagi beberapa pemakai guna mendukung fungsi-fungsi manajemen dan fungsi pengambilan keputusan. (Machmud, 2013).

Perpaduan antara CRM dengan MIS akan menciptakan Sistem Informasi CRM *Customized Package*, yaitu sistem yang menawarkan paket pelayanan yang sesuai dengan preferensi pelanggan. Dengan menawarkan paket pelayanan yang sesuai dengan preferensi pelanggan, pelanggan akan merasa puas dengan produk pelayanan yang ditawarkan Shianna Salon. Hal ini akan meningkatkan pembelian berulang dari pelanggan, yang secara otomatis akan meningkatkan penjualan Shianna Salon.

Berdasarkan hal tersebut, maka perlu menganalisa preferensi pelanggan yang bersangkutan. Mulai dari pelayanan yang sering dipesan hingga kapan saja pelayanan tersebut sering digunakan. *Database* yang terkait untuk menganalisa preferensi pelanggan itu sendiri terdiri dari:

- *Database* pelanggan
- *Database* transaksi pelanggan

Agar sistem CRM dapat berjalan dengan baik, diperlukan berbagai persiapan seperti rancangan kerja detail dari cara kerja sistem, rencana perubahan dalam organisasi, dan masukan dari pemilik.

Untuk itu, peneliti membuat rancangan sistem *Customer Relationship Management* yang sesuai untuk Shianna Salon sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang berdampak pada peningkatan pembelian berulang.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka masalah yang dapat diidentifikasi dan diteliti adalah:

1. Bagaimana proses pelaksanaan CRM yang telah diterapkan oleh Shianna Salon saat ini?
2. Bagaimana rancangan sistem CRM yang mendukung penawaran *customized package* untuk meningkatkan pembelian berulang?
3. Bagaimana persiapan organisasi untuk menerapkan sistem CRM baru yang sesuai agar meningkatkan pembelian berulang?
4. Bagaimana tanggapan pemilik Shianna Salon terhadap rancangan sistem CRM yang ditawarkan tersebut?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui proses pelaksanaan CRM yang telah diterapkan oleh Shianna Salon saat ini.
2. Untuk mengetahui rancangan sistem CRM yang mendukung penawaran *customized package* untuk meningkatkan pembelian berulang.
3. Untuk mengetahui persiapan organisasi untuk menerapkan sistem baru yang sesuai agar meningkatkan pembelian berulang.

4. Untuk mengetahui tanggapan pemilik Shianna Salon terhadap rancangan sistem CRM yang ditawarkan tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, yaitu:

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan yang positif bagi Shianna Salon mengenai rancangan sistem *Customer Relationship Management Customized Package* dalam meningkatkan pembelian berulang.

2. Bagi penulis

Proses penelitian dan hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman baru mengenai rancangan sistem *Customer Relationship Management Customized Package*.

3. Bagi pembaca

Dapat membuka wawasan baru dan sebagai sumber referensi mengenai rancangan sistem *Customer Relationship Management Customized Package*.

1.5 Objek Penelitian

Objek Penelitian adalah Shianna Salon yang bertempat di ruko Jalan Pajajaran No. 68 lantai 3, Bandung.