



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 “BroColi Apps” Pada BroColi
Barbershop Kliningan Bandung**

Skripsi

Oleh

Emmanuel Evan Hartanto

2013320155

Bandung

2018



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 “BroColi Apps” Pada BroColi
Barbershop Kliningan Bandung**

Skripsi

Oleh

Emmanuel Evan Hartanto

2013320155

Pembimbing

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

Bandung

2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Emmanuel Evan Hartanto
Nomor Pokok : 2013320155
Judul : Rancangan Sistem CRM “BroColi Apps” pada BroColi
Barbershop Kliningan Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Jumat, 12 Januari 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

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

: 

Sekretaris

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

: 

Anggota

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Emmanuel Evan Hartanto

NPM : 2013320155

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Rancangan Sistem CRM “BroColi Apps” Pada BroColi Barbershop Kliningan Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan 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 dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 4 Januari 2018



(Emmanuel Evan Hartanto)

ABSTRAK

Nama: Emmanuel Evan Hartanto

NPM: 2013320155

Judul: Rancangan Sistem CRM “BroColi Apps” pada BroColi *Barbershop* Kliningan Bandung

Pertumbuhan bisnis *barbershop* di Indonesia menurut Asosiasi *Barbershop* Indonesia mencapai 30% pada tahun 2017. Pertumbuhan yang cepat ini membuat persaingan di industri *barbershop* menjadi tinggi, pelaku usaha membutuhkan strategi yang sesuai untuk tetap bertahan dalam persaingan. Di dalam bisnis jasa *barbershop*, BroColi harus mengelola hubungan dengan pelanggannya. Salah satu caranya adalah menggunakan sistem *Customer Relationship Management*. Pada pasar yang memiliki diferensiasi yang rendah, dibutuhkan suatu strategi baru untuk dapat memberikan nilai lebih kepada pelanggan. Strategi yang sesuai adalah dengan menggunakan *customer-based marketing*, yaitu mampu memberikan penawaran yang berbeda kepada pelanggan yang berbeda dengan mengetahui kebutuhannya.

Untuk mencapai tujuan penelitian metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yang memberikan gambaran mengenai proses bisnis yang berlangsung, peran setiap individu, interaksi yang terjadi di dalam perusahaan serta menilai keadaan di dalam perusahaan untuk kemudian dianalisis menggunakan alat analisis berdasar fakta yang ada.

Analisis data menggunakan beberapa alat yaitu *MIT 90's Framework* dan *Business Process Modelling Notation* (BPMN). *MIT 90's Framework* dipergunakan untuk melihat kondisi eksternal dan internal perusahaan yang akan saling menyesuaikan apabila terjadi perubahan. BPMN dipergunakan untuk memberikan gambaran mengenai proses bisnis aktual dan memberikan gambaran proses bisnis rancangan yang akan diajukan. Rancangan sistem memiliki kemampuan untuk memberikan informasi baik bagi karyawan maupun manajer. Kemampuan untuk melayani pelanggan dengan baik diharapkan mampu membuat hubungan antara pelanggan dan perusahaan semakin intim.

Kata kunci: BroColi *Barbershop*, *Customer Relationship Management*, *MIT 90's Framework*, *Business Process Modelling Notation*.

ABSTRACT

Name: Emmanuel Evan Hartanto

NPM: 2013320155

*Title: Proposed Design of CRM System “BroColi Apps” for BroColi Barbershop
Kliningan Bandung*

The growth of barbershop business in Indonesia according to Indonesian Barbershop Association reaches 30% in 2017. This rapid growth makes the competition in the barbershop industry to be high, business owners need a suitable strategy to survive in the competition. In the barbershop business, BroColi has to manage relationships with its customers. One of the ways is to use Customer Relationship Management system. In the markets with low differentiation, a new strategy is needed to deliver more value to the customers. The appropriate strategy is to use customer-based marketing, who are able to offer different offers to different customers by knowing their needs.

To achieve research objectives the research method which is used is a qualitative research method that provides an overview of the ongoing business process, the role of each individual, the interaction that occurs within the company and assess the situation within the company and then analyzed it using an analysis tool based on existing facts.

Data analysis used several tools, MIT 90's Framework and Business Process Modeling Notation (BPMN). MIT 90's Framework is used to analyze the external and internal conditions of the company that will adjust each other if the condition is change. BPMN is used to provide an overview of the actual business process and provide an overview of the design business process to be proposed. Proposed system has the ability to provide information for both employees and managers. The ability to serve customers well is expected to make the relationship between customers and companies more intimate.

Keywords: BroColi Barbershop, Customer Relationship Management, MIT 90's Framework, Business Process Modelling Notation.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat kehidupan, perlindungan, pertolongan dan kesehatan yang diberikan-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat Ujian Sidang Jenjang Sarjana (S1) dan untuk memperoleh gelar sarjana Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Katolik Parahyangan. Diharapkan skripsi ini dapat memberikan dampak positif bagi pembacanya.

Penulis menerima secara terbuka segala macam kritik dan saran agar dapat saling membangun, karena dalam pembuatan skripsi ini memiliki banyak kekurangan. Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih dari lubuk hati terdalam kepada seluruh pihak yang membantu maupun secara langsung maupun tidak langsung, yaitu kepada:

1. Kepada Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan wawasan serta bimbingan dalam pengerjaan skripsi ini, terimakasih atas waktu yang telah diluangkan serta dorongan semangat.
2. 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.

3. Kepada Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.
4. Kepada seluruh 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 kedua orang tua penulis, Bapak Ir. Hings Hartanto dan Ibu Catharina Endang Setyopurnowati serta kakak tercinta Elizabeth Irene Hartanto dan adik tercinta Emerita Imelda Hartanto atas doa, dukungan, kasih sayang serta pemberian semangat yang sangat berarti.
6. Kepada keluarga Bapak Seno Harsono dan Ibu Titin Tjendriati tercinta, yang memberikan perhatian selama berada di Bandung, juga kepada kakak tercinta yang selalu membantu Ci Inge, Ci Wendy, Ko Hendra, Ko Han-Han, serta keponakan yang lucu dan selalu menghibur, Enrico, Julian, Karina, dan Nikolas.
7. Kepada teman seperjuangan seminar dan skripsi, Clarissa, Finesse, Kevin, Mega, Detha, Aldri, Gary, Andrew, Rivani yang berjuang bersama dan saling membantu dalam pembuatan skripsi.
8. Kepada sahabat yang selalu menemani dan memberi semangat, Tyo, Tommy, Ethman, Fericko, Aldo, Dewa, Davy, Anthony, Deva, Dea, Widi,

Penulisan skripsi ini jauh dari sempurna, kritik dan saran dari pembaca akan sangat diterima. Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih dan semoga skripsi ini dapat berguna bagi yang membaca.

Bandung, 4 Januari 2018

Penulis,

Emmanuel Evan Hartanto

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
Bab 1 Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
Bab 2 Kajian Pustaka	8
2.1 Bisnis Jasa	8
2.1.1 <i>Barbershop</i>	9
2.2 Pemasaran	10
2.2.1 Pemasaran Strategis	11
2.2.2 Segmentasi dan Posisi.....	12
2.2.3 Pemasaran Hubungan (<i>Relationship Marketing</i>).....	13
2.3 <i>Customer Relationship Management</i>	13
2.3.1 Bentuk CRM (<i>Customer Relationship Management</i>).....	14
2.3.2 Tahap Pengembangan CRM.....	15
2.3.3 Bauran Strategi CRM (<i>Customer Relationship Management</i>)	17
2.4 Sistem Informasi Manajemen	18
2.4.1 Jenis Manajemen Sistem informasi	19
2.4.2 Proses Pengembangan Sistem	21
Bab 3 Metode Penelitian.....	24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Metode Penelitian	24
3.3 Peran Peneliti	25
3.4 Lokasi Penelitian.....	25
3.5 Sumber Data.....	25

3.6	Tahapan Penelitian	26
3.7	Operasionalisasi Variabel	27
3.8	Analisis Data	29
3.8.1	MIT 90's Framework	29
3.8.1.1	Porter's Five Forces Model	31
3.8.2	Business Process Modelling Notation	35
3.9	Pengecekan Keabsahan Data	39
3.9.1	Validitas Data	39
3.9.2	Uji Reliabilitas.....	40
Bab 4 Objek Penelitian		42
4.1	Sejarah <i>Barbershop</i> BroColi.....	42
4.2	Jam Operasional	45
4.3	Struktur Organisasi <i>Barbershop</i> BroColi.....	45
4.4	Proses Bisnis Aktual	46
Bab 5 Pembahasan		49
5.1	MIT 90's Framework.....	49
5.1.1	<i>External Socioeconomic Environment</i>	49
5.1.2	<i>Strategy</i>	52
5.1.3	<i>Structure</i>	53
5.1.4	<i>Technology</i>	53
5.1.5	<i>Individual and Roles</i>	54
5.1.6	<i>Management Processes</i>	54
5.1.7	<i>External Technology Environment</i>	55
5.2	<i>Business Process Modelling Notation</i>	55
5.3	Tampilan Rancangan Sistem BroColiApps	60
5.4	Tanggapan Pemilik.....	75
Bab 6 Kesimpulan dan Saran		77
6.1	Kesimpulan	77
6.2	Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN.....		82

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 KUESIONER MENGENAI TEMA <i>BARBERSHOP</i>	2
GAMBAR 3. 1 MIT 90'S FRAMEWORK.....	30
GAMBAR 4. 1 STRUKTUR ORGANISASI	46
GAMBAR 4. 2 PROSES BISNIS AKTUAL.....	46
GAMBAR 5. 1 BPMN RANCANGAN PROSES	55
GAMBAR 5. 2 BPMN PROSES <i>BOOKING</i>	56
GAMBAR 5. 3 BPMN PROSES PEMBERIAN LAYANAN.....	57
GAMBAR 5. 4 BPMN PROSES PENYELESAIAN TRANSAKSI	58
GAMBAR 5. 5 BPMN MENGOLAH DATA PELANGGAN DAN DATA PENJUALAN	59
GAMBAR 5. 6 TAMPILAN ANTARMUKA DEPAN APLIKASI <i>WEB</i> UNTUK PENCATATAN <i>BOOKING</i>	60
GAMBAR 5. 7 TAMPILAN ANTARMUKA DEPAN APLIKASI <i>WEB</i> UNTUK PENCATATAN <i>BOOKING</i>	61
GAMBAR 5. 8 TAMPILAN ANTARMUKA APLIKASI <i>WEB</i> UNTUK PENCATATAN <i>BOOKING</i> DENGAN 4 STAF AKTIF	62
GAMBAR 5. 9 TAMPILAN ANTARMUKA <i>BOOKING</i>	62
GAMBAR 5. 10 TAMPILAN ANTARMUKA <i>BOOKING</i> DENGAN PENJELASAN.....	63
GAMBAR 5. 11 TAMPILAN ANTARMUKA <i>BOOKING</i> DENGAN PENJELASAN DETAIL LAYANAN	64
GAMBAR 5. 12 TAMPILAN ANTARMUKA <i>BOOKING</i> DENGAN PENJELASAN DETAIL PELANGGAN BARU.....	65
GAMBAR 5. 13 TAMPILAN ANTARMUKA <i>BOOKING</i> YANG SUDAH TERISI.....	65
GAMBAR 5. 14 TAMPILAN ANTARMUKA JAM KERJA STAFF.....	66
GAMBAR 5. 15 TAMPILAN ANTARMUKA JAM KERJA STAF DETAIL.....	66
GAMBAR 5. 16 CONTOH TAMPILAN STAF 2	67

GAMBAR 5. 17 TAMPILAN PERSEDIAAN	68
GAMBAR 5. 18 TAMPILAN ANTARMUKA APLIKASI MOBILE BROCOLIAPPS	68
GAMBAR 5. 19 TAMPILAN ANTARMUKA APLIKASI MOBILE BROCOLIAPPS DETAIL	69
GAMBAR 5. 20 TAMPILAN ANTARMUKA APLIKASI MOBILE BROCOLIAPPS BERANDA	70
GAMBAR 5. 21 TAMPILAN ANTARMUKA APLIKASI MOBILE BROCOLIAPPS BERANDA DETAIL.....	70
GAMBAR 5. 22 TAMPILAN ANTARMUKA APLIKASI MOBILE BROCOLIAPPS MENU ..	71
GAMBAR 5. 23 TAMPILAN ANTARMUKA APLIKASI MOBILE BROCOLIAPPS MENU DETAIL.....	72
GAMBAR 5. 24 TAMPILAN ANTARMUKA APLIKASI MOBILE BROCOLIAPPS <i>BOOKING</i>	73
GAMBAR 5. 25 TAMPILAN ANTARMUKA APLIKASI MOBILE BROCOLIAPPS <i>BOOKING</i> DETAIL.....	73
GAMBAR 5. 26 TAMPILAN ANTARMUKA APLIKASI MOBILE BROCOLIAPPS <i>FEEDBACK</i>	74
GAMBAR 5. 27 TAMPILAN ANTARMUKA APLIKASI MOBILE BROCOLIAPPS <i>FEEDBACK</i> DETAIL.....	75

Bab 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis *barbershop* merupakan bisnis yang bergerak di jasa pelayanan penataan dan/atau pemotongan rambut maupun janggut menggunakan peralatan pendukung. Laki-laki saat ini memperhatikan penampilan, salah satunya gaya rambut hal ini dilihat sebagai peluang bisnis *barbershop* untuk berkembang. Pada tahun 2016 tercatat ada sekitar lima ribu merek *barbershop* di Indonesia. Menurut ketua Asosiasi *Barbershop* Indonesia, Ade Farolan pertumbuhan bisnis potong rambut di Indonesia diproyeksikan tumbuh 30% pada tahun 2017 dan akan terus bertambah. (Aprilyani, 2017)

Pertumbuhan yang cepat membuat persaingan yang semakin tinggi di antara pelaku bisnis *barbershop*. Industri *barbershop* merupakan pasar yang memiliki diferensiasi rendah, diperlukan strategi yang tepat agar perusahaan dapat bertahan dalam persaingan. Selain aspek teknis seperti keahlian tenaga kerja di *barbershop*, fasilitas, pelayanan, tempat dan hal teknis pendukung lainnya terdapat aspek lain yang perlu diperhatikan. Hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi hal yang sangat penting dan menjadi fokus perusahaan dalam mengemas serta memberikan layanannya. (Merina, 2017) Salah satu tren yang diminati adalah *barbershop* yang memberikan penataan ruangan dengan suatu tema khusus. Salah satu

contohnya menggunakan gaya klasik, tema ini didapatkan dengan memberikan hiasan barang-barang jaman dahulu atau memberikan suasana sesuai tema khusus yang dipilih oleh pelaku bisnis. (Anna, 2017) Tetapi solusi ini kurang sesuai dengan tujuan jangka panjang yang ingin diraih yaitu bertahan dalam persaingan dan mempertahankan pelanggan. Hal ini didukung oleh data survey yang dilakukan, tema *barbershop* tidak menjadi aspek terpenting bagi mayoritas pelanggan untuk memilih tempat.



Gambar 1.1 Kuesioner mengenai tema *barbershop* (Sumber: pengolahan data kuesioner pelanggan BroColi *Barbershop*)

Dibutuhkan solusi jangka panjang yang mampu mengatasi permasalahan tren *barbershop* agar BroColi mampu mendapatkan keunggulan bersaing. Salah satu cara untuk memenangkan hati pelanggan adalah menggunakan CRM atau *Customer Relationship Management* dalam mengelola pelanggan.

Perusahaan BroColi memiliki tujuan untuk meningkatkan penjualannya menggunakan strategi jangka panjang. Ada tiga hal yang ingin dilakukan yaitu, mempertahankan pelanggan tetap, meningkatkan *cross-selling*, dan meningkatkan pelanggan baru. Dengan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan tetap, diharapkan pelanggan baru yang datang dapat menjadi pelanggan tetap. Terdapat beberapa cara dalam memenuhi keinginan itu, tetapi keseluruhannya membutuhkan suatu integrasi antara seluruh fungsi bisnis, selain itu juga dibutuhkan informasi mengenai pelanggan agar dapat dipertahankan dan pelanggan potensial. Penanganan informasi mengenai pelanggan ini dapat diintegrasikan menggunakan *Customer Relationship Management*.

Customer Relationship Management adalah salah satu sarana untuk menjalin hubungan yang berkelanjutan antara perusahaan dengan para stakeholder. Dengan memanfaatkan rancangan sistem CRM, perusahaan akan mengetahui apa yang diharapkan dan diperlukan pelanggannya sehingga akan tercipta ikatan emosional yang mampu menciptakan hubungan bisnis yang erat dan terbuka serta komunikasi dua arah di antara mereka. Dengan demikian kesetiaan pelanggan dapat dipertahankan dan tidak mudah berpindah ke lain produk dan merek. (Andreani, 2009)

Salah satu strategi CRM adalah *customer-based marketing* yaitu dengan mengetahui pelanggannya serta memberikan pelayanan yang baik, dengan mengetahui dengan baik apa kebutuhan pelanggan sehingga dapat dilakukan suatu penawaran yang berbeda kepada pelanggan yang berbeda

dengan kata lain spesifik kepada kebutuhan pelanggan. Selain itu dapat dilakukan *cross selling* kepada pelanggan karena memiliki data daripada pelanggan. (Adrian, 2005) Hal ini diharapkan akan meningkatkan pendapatan dan keuntungan perusahaan.

Perusahaan BroColi *Barbershop* memiliki tujuan akhir meningkatkan penjualan. Hal ini dapat diraih apabila mampu meningkatkan pelanggan baru, mempertahankan pelanggan tetap, dan meningkatkan *cross-selling*. Ketiga hal ini membutuhkan data yang pada saat ini belum bisa didapatkan karena perusahaan belum memiliki media atau alat untuk mencatat hal tersebut. Diperlukan suatu alat untuk mencatat dan mempermudah karyawan dalam memperoleh data tersebut.

BroColi *Barbershop* ingin menerapkan keanggotaan (*membership*) yang bertujuan memberikan potongan harga bagi pelanggannya. Tetapi terkendala pencatatan pelanggan, perusahaan pada saat ini belum mempergunakan pencatatan secara *digital* atau dalam bentuk elektronik sehingga membutuhkan suatu rancangan sistem yang mampu mencatat semua data pelanggan, penjualan data *feedback* dan data produk untuk kepentingan perusahaan. Data yang didapatkan dapat dimanfaatkan untuk kepentingan keanggotaan, menyusun pemasaran dan meningkatkan pelayanan.

BroColi *Barbershop* memiliki tiga cabang, perusahaan merasa membutuhkan suatu integrasi data bagi ketiga cabang ini secara *online*. Pengguna internet di Indonesia menurut hasil survey Asosiasi

Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2016 menunjukkan penggunaan internet di Indonesia sudah mencapai 132,7 juta orang yaitu 51,8% dari total penduduk Indonesia dan sebaran terbesar berada di pulau Jawa sebesar 86,3 juta jiwa. Dari jumlah tersebut 52,5% merupakan pengguna berjenis kelamin laki-laki. Lebih dari 70% merupakan pengguna pada usia produktif. (APJII, 2016) Penggunaan suatu sistem informasi yang baik bagi pihak perusahaan maupun pengguna yaitu pelanggan dan calon pelanggan BroColi *Barbershop* diharapkan mampu dipergunakan melihat dari potensi pengguna internet di Indonesia.

Untuk itu, peneliti membuat rancangan sistem *Customer Relationship Management* yang mampu mempertahankan pelanggan tetap, meningkatkan pelanggan baru, dan meningkatkan penjualan perusahaan BroColi menggunakan suatu media alat bantu yaitu BroColiApps sehingga didapatkan data mengenai pelanggan, data *feedback*, data penjualan, dan data produk yang mampu diakses oleh perusahaan dalam mengolah data dan diakses oleh pelanggan untuk kemudahan akses informasi mengenai perusahaan, layanan produk dari perusahaan BroColi *Barbershop*.

1.2 Identifikasi Masalah

Untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu meningkatkan penjualan. Hal ini dapat diraih apabila mampu meningkatkan pelanggan baru, mempertahankan pelanggan tetap, dan meningkatkan *cross-selling*. Ketiga hal ini membutuhkan data yang pada saat ini belum bisa didapatkan karena perusahaan belum memiliki media atau alat

untuk mencatat hal tersebut. Diperlukan suatu alat untuk mencatat dan mempermudah karyawan dalam memperoleh data tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah yang diteliti terdiri dari:

1. Rancangan sistem seperti apa yang mampu mendukung perusahaan dalam memenuhi tujuan perusahaan?
2. Bagaimana tampilan rancangan sistem yang akan dibuat?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah, berikut pertanyaan penelitian.

Seperti apa sistem CRM yang dapat mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya yaitu meningkatkan penjualan melalui peningkatan pelanggan baru, mempertahankan pelanggan tetap, dan meningkatkan *cross-selling*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah, tujuan penelitian yaitu,

1. Membuat rancangan sistem yang mampu mendukung perusahaan dalam memenuhi tujuan perusahaan yaitu meningkatkan penjualan dengan cara meningkatkan pelanggan baru, mempertahankan pelanggan tetap, dan meningkatkan *cross-selling*. Sistem yang dirancang perlu untuk mampu mendapatkan data *feedback* pelanggan, data pelanggan, data penjualan, dan data produk agar mendukung proses mencapai tujuan perusahaan.

2. Membuat tampilan antarmuka rancangan sistem yang diberi nama BroColi Apps.

1.5 Kegunaan Penelitian

Dari penelitian ini, diharapkan memberikan manfaat bagi beberapa pihak yaitu:

1. Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi BroColi *Barbershop* mengenai rancangan sistem

2. Penulis

Diharapkan dari proses penelitian serta hasil penelitian yang dilakukan memberikan pengetahuan dan pengalaman baru mengenai rancangan sistem *Customer Relationship Management*

3. Pihak Lain

Diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan yang berguna berkaitan dengan sistem *Customer Relationship Management* bagi pembaca penelitian ini.