

# Inovasi Dalam Layanan Barbershop Melalui Implementasi Customer Relationship Management Dengan Pendekatan Rapid Application Development

<sup>1\*</sup>Reva Ragam Santika, <sup>2</sup>Anita Diana, <sup>3</sup>Achmad Khoiri

<sup>1,3</sup>Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta Selatan, Indonesia

<sup>2</sup>Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta Selatan, Indonesia

<sup>1\*</sup> [reva.ragam@budiluhur.ac.id](mailto:reva.ragam@budiluhur.ac.id), <sup>2</sup> [anita.diana@budiluhur.ac.id](mailto:anita.diana@budiluhur.ac.id), <sup>3</sup> [akhairi052@gmail.com](mailto:akhairi052@gmail.com)

**ABSTRACT** – The intense competition in the barbershop industry has driven business owners to seek innovation in maintaining and enhancing customer relationships. One solution that has been found is the development of a Customer Relationship Management (CRM) application that can assist barbershops in managing and understanding the needs and preferences of their customers. This research aims to investigate the implementation of a CRM application in barbershops using the Rapid Application Development (RAD) method with system testing conducted through black box testing to ensure that the application functions without significant issues. Acceptance Model data was collected through surveys and interviews to analyze the factors influencing the acceptance of the application. The results of this study indicate that the implementation of the CRM application using the RAD method and black box testing can provide significant benefits to barbershops in managing customer relationships. Additionally, the acceptance model aids in understanding the factors influencing the acceptance of the application by users. This research makes an important contribution to the understanding of how technological innovation can assist small businesses like barbershops in competing in an increasingly competitive market.

**Keywords:** Customer Relationship Management; RAD; Barbershop.

**ABSTRAK** – Persaingan yang ketat dalam industri barbershop mendorong pemilik bisnis untuk mencari inovasi dalam menjaga dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan. Salah satu solusi yang ditemukan adalah dengan mengembangkan aplikasi Customer Relationship Management (CRM) yang dapat membantu barbershop dalam mengelola dan memahami kebutuhan serta preferensi pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi implementasi aplikasi CRM dalam barbershop menggunakan metode Rapid Application Development (RAD) dengan pengujian system menggunakan black box testing dalam memastikan bahwa aplikasi tanpa masalah yang signifikan dan Acceptance Model dikumpulkan melalui survei dan wawancara digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan aplikasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi aplikasi CRM dengan metode RAD dan pengujian black box testing dapat memberikan manfaat signifikan bagi barbershop dalam mengelola hubungan pelanggan. Selain itu, model penerimaan membantu dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi tingkat penerimaan aplikasi oleh pengguna. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pemahaman tentang bagaimana inovasi teknologi dapat membantu bisnis kecil seperti barbershop untuk bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif.

**Kata Kunci:** Customer Relationship Management; RAD; Barbershop.

## 1. PENDAHULUAN

Barbershop sebagai penyedia layanan perawatan pribadi seperti penataan dan pemotongan rambut maupun janggut bagi kaum pria [1] juga tidak luput dari perubahan perilaku konsumen dan tren teknologi. Dalam beberapa tahun terakhir, prospek bisnis barbershop telah mengalami pertumbuhan yang pesat terutama di kota-kota, di tahun 2020, tercatat sekitar 10.000 gerai atau merek barbershop yang beroperasi di Indonesia dengan berbagai skala yang berbeda, menurut Ade Farolan, yang merupakan ketua Asosiasi Barbershop Indonesia, telah memproyeksikan bahwa pertumbuhan bisnis ini akan meningkat sebesar 30%

pada tahun 2017 dan diperkirakan akan terus berkembang [1]

Di tengah pergeseran preferensi konsumen menuju pengalaman yang lebih personal dan efisien, barbershop dihadapkan pada tuntutan untuk mempertahankan kualitas layanan tradisional sambil mengintegrasikan solusi teknologi modern. Dalam konteks ini, permasalahan muncul terkait dengan bagaimana mengelola interaksi dengan pelanggan secara lebih efektif, melacak preferensi mereka, dan meningkatkan retensi pelanggan. Itulah mengapa penerapan Customer Relationship Management



(CRM) muncul sebagai solusi yang menjanjikan, dikarenakan CRM mampu mendukung tim dalam meningkatkan mutu kepuasan pelanggan, meningkatkan tingkat retensi, memfasilitasi komunikasi internal yang lebih efektif, serta memperbaiki kinerja bisnis dengan memperluas peluang up-selling dan cross-selling. Selain dari peranannya dalam pencarian pelanggan baru, CRM juga memiliki peran penting dalam mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan dengan menggali dan memahami kebutuhan mereka untuk keperluan masa depan[2], sehingga dapat membantu barbershop mengatasi tantangan ini dengan menyediakan platform terintegrasi yang memungkinkan pengumpulan data pelanggan, analisis preferensi, komunikasi yang lebih personal, dan pengelolaan jadwal yang lebih efisien, disamping itu juga CRM mampu untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap Perusahaan yang memungkinkan hubungan yang terbentuk bukan sekadar interaksi antara pembeli dan penjual, melainkan lebih lanjut berkembang menjadi suatu hubungan kerja sama yang erat[3]

Melalui pendekatan ini, barbershop dapat memanfaatkan potensi teknologi untuk memenuhi harapan pelanggan di era digital, sambil tetap menjaga esensi layanan berkualitas yang menjadi ciri khas industri ini. Dalam pandangan ini, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki penerapan CRM dalam barbershop dengan fokus pada metode pengembangan Rapid Application Development (RAD), sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh barbershop di era digital.

### 2. DASAR TEORI (Opsinal, Garamond 10pt Bold)

Dalam konteks bisnis barbershop, permasalahan terkait Customer Relationship Management (CRM) telah menjadi hal yang semakin kompleks dan perlu dipecahkan untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis. Salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh barbershop adalah ketidakmampuan dalam mengelola interaksi dengan pelanggan secara efektif. Dalam era digital yang modern, pelanggan memiliki harapan yang lebih tinggi terhadap pengalaman pribadi dan respons yang cepat. Namun, barbershop sering kali kesulitan dalam melacak preferensi dan riwayat layanan pelanggan, mengakibatkan pengalaman yang kurang memuaskan dan kurangnya personalisasi dalam pelayanan.

Selain itu, permasalahan lain yang muncul adalah sulitnya menjaga komunikasi yang konsisten dengan pelanggan. Ketidakmampuan untuk memberikan informasi terbaru tentang penawaran, diskon, atau jadwal pelayanan secara konsisten dapat mengakibatkan pelanggan merasa kurang diinformasikan atau bahkan hilangnya peluang untuk menjaga pelanggan tetap terlibat. Kondisi ini mungkin terjadi karena kurangnya sistem yang terintegrasi untuk mengelola basis data pelanggan, menyebabkan

informasi tersebar di berbagai platform atau catatan manual yang sulit diakses dan diperbaharui.

Selanjutnya, aspek retensi pelanggan menjadi permasalahan krusial bagi barbershop. Tanpa adanya strategi yang kokoh untuk menjaga pelanggan kembali datang, bisnis akan menghadapi tingkat keluar-masuk pelanggan yang tinggi, yang dapat merugikan dalam jangka panjang. Penawaran yang tidak sesuai dengan preferensi pelanggan, kurangnya insentif untuk pelanggan tetap, dan kurangnya pemahaman tentang pola perilaku pelanggan dapat menjadi hambatan dalam mempertahankan basis pelanggan yang stabil.

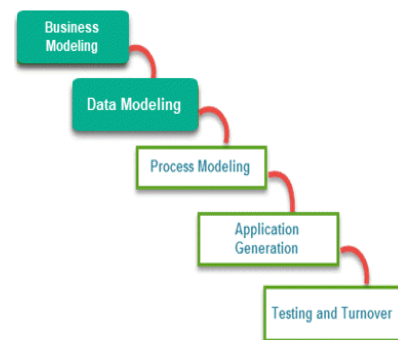
Ketika permasalahan-permasalahan ini terakumulasi, barbershop dapat menghadapi penurunan pendapatan, citra yang terganggu, dan potensi kehilangan pasar kepada pesaing yang lebih adaptif dalam menerapkan strategi CRM yang efektif. Oleh karena itu, diperlukan solusi yang terarah dan sistematis untuk mengatasi permasalahan ini, dengan fokus pada penerapan Customer Relationship Management yang sesuai, mungkin melalui metode pengembangan aplikasi yang cepat dan adaptif, agar barbershop dapat menjaga dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan serta meraih keuntungan jangka panjang.

### 3. METODOLOGI (Garamond 10pt Bold)

Dalam mengkaji implementasi pengembangan aplikasi Customer Relationship Management menggunakan metode Rapid Application Development (RAD), pendekatan yang diadopsi adalah penyelidikan terhadap metode riset sebagai tahapan untuk menguraikan penelitian dan proses pengembangan aplikasi tersebut. Oleh karena itu, penjabaran mengenai metode yang diterapkan dapat diuraikan sebagai berikut :

#### A. Metode Pengembangan Perangkat Lunak Rapid Application Development (RAD)

Model proses pengembangan perangkat lunak yang memiliki sifat bertahap terutama untuk proyek dengan batasan waktu yang terbatas[4]



Gambar 1. Ilustrasi Model RAD

(1) Pemodelan Bisnis, Pemodelan yang dilaksanakan untuk menggambarkan fungsi-fungsi

bisnis guna mengidentifikasi informasi yang perlu dihasilkan, pelaku yang bertanggung jawab atas informasi tersebut, urutan jalannya informasi, serta proses-proses yang terkait. Dalam tahap ini, penulis menghimpun materi dan melakukan pengamatan terhadap kebutuhan aplikasi yang terkait dengan platform website dibandingkan dengan aplikasi desktop.

(2) Pemodelan data, Mengidentifikasi jenis data yang diperlukan berdasarkan gambaran bisnis dan merincikan karakteristik serta hubungannya dengan data lainnya. Dalam langkah ini, penulis memanfaatkan Entity-Relationship Diagram (ERD) dan Logical Record Structure (LRS) untuk merencanakan struktur basis data, sehingga atribut yang dibutuhkan dan interkoneksi datanya dapat terdefiniskan secara jelas.

(3) Pemodelan Proses, Menerapkan fungsi bisnis yang sudah didefinisikan terkait dengan pendefinisian data. Tahapan terdiri dari penggunaan use case sebagai identifikasi proses bisnis dan activity diagram sebagai pemodelan proses bisnis

(4) Pembuatan Aplikasi, Melaksanakan konversi dari pemodelan proses dan data ke dalam bentuk program. Pendekatan RAD menganjurkan pemanfaatan komponen yang sudah tersedia jika memungkinkan. Pada langkah ini, penulis menjalankan proses pemrograman aplikasi menggunakan pemrograman Laravel (framework PHP) dan basis data MySQL sesuai dengan desain yang telah dihasilkan sebelumnya.

(5) Pengujian dan pergantian, Melakukan pengujian terhadap elemen-elemen yang telah dibuat. Jika telah melalui tahap pengujian yang sukses, tim pengembang komponen dapat melanjutkan ke pengembangan elemen berikutnya. Langkah ini melibatkan penggunaan uji blackbox untuk mengevaluasi apakah kinerjanya sudah optimal

### B. Metode Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data yang diimplementasikan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut :

(1). Observasi, Melaksanakan pengamatan langsung pada Barbershop di daerah depok seperti pemantauan Layanan dan Interaksi dengan Pelanggan, Analisis Antrian, Penggunaan Produk rambut atau produk pascaperawatan, sebagai preferensi ke pelanggan, pengamatan Aktivitas Pelanggan terutama saat menunggu atau setelah perawatan, pemantauan frekuensi kunjungan, serta pengelolaan data sehingga dapat memberikan wawasan mendalam tentang operasi barbershop dan interaksi dengan pelanggan, yang kemudian dapat membantu merancang sistem CRM yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan.

(2) Wawancara, Menanyakan tentang masalah dan tantangan yang sering muncul dalam pelayanan atau interaksi dengan pelanggan. Ini dapat membantu Anda mengidentifikasi area di mana sistem CRM dapat memberikan manfaat nyata. Wawancara dilakukan dengan berbagai pihak yang terlibat untuk membantu dalam memahami kebutuhan dan perspektif yang berbeda, dan pada akhirnya, merancang sistem CRM yang lebih efektif dan sesuai dengan situasi barbershop.

(3) Studi Pustaka, di samping menjalankan proses wawancara dan observasi, penulis juga menjalankan analisis literatur dengan menggunakan sumber-sumber referensi yang tersedia di perpustakaan, internet, atau sumber lainnya.

RAD adalah pendekatan pengembangan perangkat lunak yang berfokus pada pembuatan prototipe iteratif dan cepat dari aplikasi. Pendekatan ini memungkinkan pengembang untuk bekerja secara kolaboratif dengan para pemangku kepentingan untuk menghasilkan prototipe yang dapat diuji dan dievaluasi lebih awal dalam siklus pengembangan[5]. Hal ini sangat sesuai dengan kebutuhan bisnis yang cepat berubah dan kompleksitas proyek aplikasi E-CRM. Dikarenakan RAD memiliki keunggulan yaitu Pengembangan Iteratif yang Cepat yang mana Metode RAD memungkinkan tim pengembangan untuk menghasilkan prototipe aplikasi E-CRM dalam waktu singkat. Ini memungkinkan perusahaan untuk segera melihat fitur-fitur awal dan memberikan masukan, sehingga mengurangi risiko kesenjangan antara harapan pelanggan dan hasil akhir[6], kemampuan Adaptabilitas terhadap Perubahan terhadap Lingkungan bisnis yang cepat berubah seringkali mengharuskan perubahan dalam persyaratan aplikasi. Metode RAD memungkinkan pengguna terlibat secara aktif dalam seluruh proses pengembangan sistem, berperan dalam pengambil keputusan pada setiap tahap pengembangan sehingga penggunaan sistem informasi menjadi krusial dalam mendukung pengambilan keputusan manajemen[7].

Dalam pembuatan aplikasi E-CRM, keterlibatan pelanggan dan pengguna akhir sangat penting. RAD memfasilitasi interaksi yang intens antara pengembang, manajemen, dan pengguna, yang memungkinkan tim pengembang untuk menciptakan sebuah "sistem yang berfungsi penuh" dalam jangka waktu yang sangat singkat, diketahui dengan baik[8], proses Rapid Application Development juga terbukti dalam

penghematan Waktu dan Biaya dikarenakan iterasi yang efisien dan penggunaan prototipe, metode RAD dapat mengurangi waktu dan biaya keseluruhan proyek pengembangan aplikasi E-CRM[9]. Metode Rapid Application Development dalam pengembangan CRM membantu dalam mendesain dan mengimplementasikan fungsionalitas CRM dengan lebih efisien, memungkinkan organisasi untuk lebih responsif terhadap perubahan dalam kebutuhan pelanggan.[10]

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### A. Pemodelan Bisnis

Berdasarkan Analisa diperoleh tiga jenis user yang dapat mengakses sistem yaitu pelanggan, admin dan Owner

##### a. Analisa kebutuhan Pelanggan

- 1) Pelanggan dapat melakukan Register
- 2) Pelanggan dapat melihat profile
- 3) Pelanggan dapat memilih barang dan dimasukkan ke dalam Cart
- 4) Pelanggan dapat melakukan Checkout Pemesanan
- 5) Pelanggan dapat melihat Data Transaksi
- 6) Pelanggan dapat melakukan dan menerima konfirmasi pemesanan dan pembayaran
- 7) Pelanggan dapat meng entry Testimoni
- 8) Pelanggan dapat View Testimoni
- 9) Pelanggan dapat meng entry Keluhan
- 10) Pelanggan dapat View Keluhan
- 11) Pelanggan dapat View Testimoni

##### b. Analisa Kebutuhan Admin

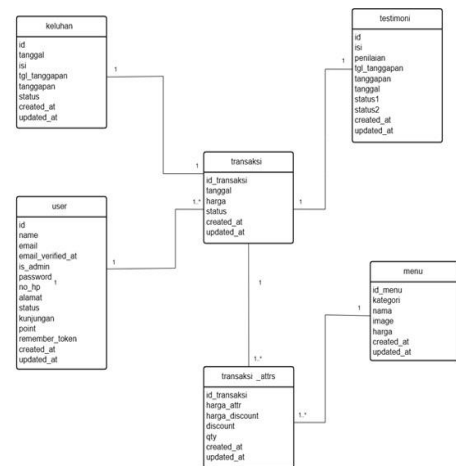
- 1) Admin dapat Entry dan View Data menu, Entry dan View Data Transaksi, View Data pelanggan
- 2) Admin dapat Entry data transaksi, view dan konfirmasi pembayaran
- 3) Admin dapat melihat rincian transaksi yang sudah dipesan sekaligus mengkonfirmasi pemesanan dan pembayaran
- 4) Admin dapat View, reply dan Publish Reply Testimoni,
- 5) Admin dapat View, reply dan Publish Reply Keluhan
- 6) Admin dapat Entry Menu Promo dan View Promo
- 7) Admin dapat View Dashboard
- 8) Admin dapat mencetak Laporan Data pelanggan
- 9) Admin dapat mencetak Laporan Data Transaksi Per periode
- 10) Admin dapat mencetak Laporan Testimoni
- 11) Admin dapat mencetak Laporan Keluhan
- 12) Admin dapat mencetak Laporan Top Menu (best Seller)

- 13) Admin dapat mencetak Laporan Top Customer
- c. Analisa Kebutuhan Owner
- 1) Owner dapat mencetak Laporan Data pelanggan
  - 2) Owner dapat mencetak Laporan Data Transaksi Per periode
  - 3) Owner dapat mencetak Laporan Testimoni
  - 4) Owner dapat mencetak Laporan Keluhan
  - 5) Owner dapat mencetak Laporan Top Menu (best Seller)
  - 6) Owner dapat mencetak Laporan Top Customer

##### B. Pemodelan data

##### (1). Class Diagram

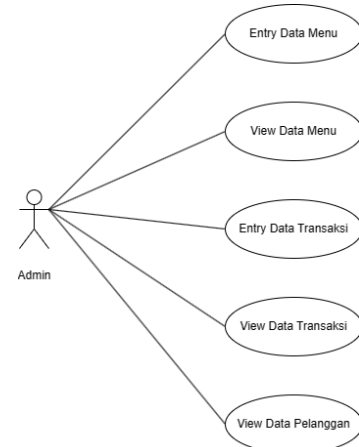
Berikut ini adalah Class Diagram untuk Aplikasi CRM pada Barbershop yang digambarkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Class Diagram CRM pada Barbershop

##### C. Pemodelan Proses

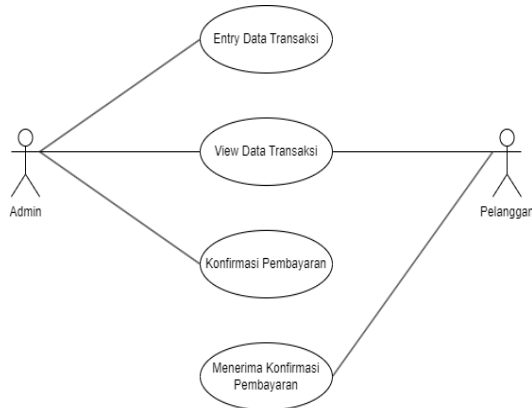
##### (1) Use Case Admin



Gambar 3. Use Case Diagram Admin

Use Case Diagram Admin ini membantu memvisualisasikan interaksi antara admin dan

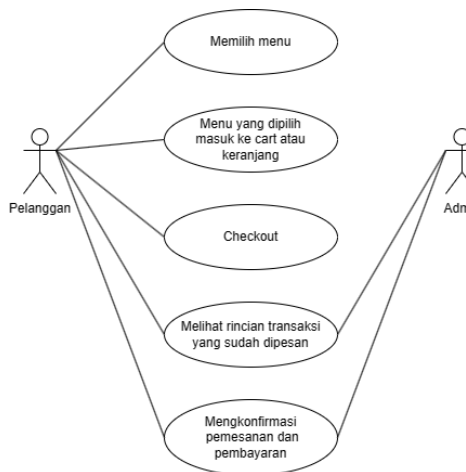
aplikasi CRM, memperlihatkan fungsionalitas yang mendukung pengelolaan data pelanggan, transaksi, dan mungkin fitur menu atau penawaran tambahan yang sesuai dengan kebutuhan aplikasi CRM tersebut



**Gambar 4.** Use Case Diagram Transaksi Admin

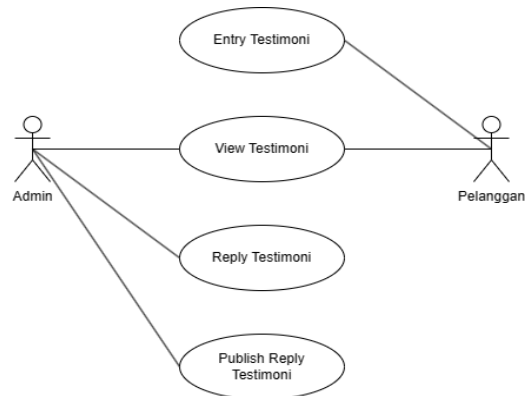
Use Case Diagram ini memberikan gambaran interaksi antara aktor admin dan sistem CRM dalam konteks manajemen transaksi. Fungsionalitas seperti entry data transaksi, melihat data transaksi, konfirmasi pembayaran, dan menerima konfirmasi pembayaran mencerminkan proses utama dalam siklus transaksi yang terjadi dalam aplikasi CRM tersebut

(2) Use Case Pelanggan



**Gambar 5.** Use Case Diagram Pelanggan

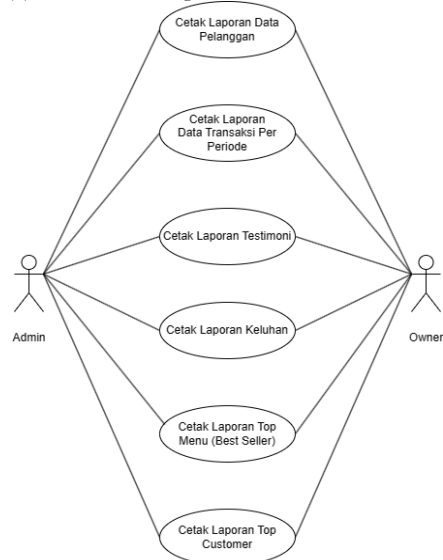
Use Case Diagram ini memberikan gambaran interaksi antara pelanggan dan aplikasi CRM dalam konteks manajemen transaksi. Fungsionalitas seperti memilih menu, menambahkan menu ke keranjang, checkout, melihat rincian transaksi, dan konfirmasi pemesanan dan pembayaran mencerminkan langkah-langkah utama dalam proses transaksi yang dijalankan oleh pelanggan.



**Gambar 6.** Use Case Diagram Testimoni Pelanggan

Use Case Diagram ini memberikan gambaran interaksi antara pelanggan dan admin dalam konteks manajemen testimoni. Fungsionalitas seperti memasukkan testimoni, melihat testimoni, memberikan balasan, dan mempublikasikan balasan mencerminkan langkah-langkah utama dalam proses manajemen testimoni pada aplikasi CRM tersebut

(3) Use Case Diagram Owner



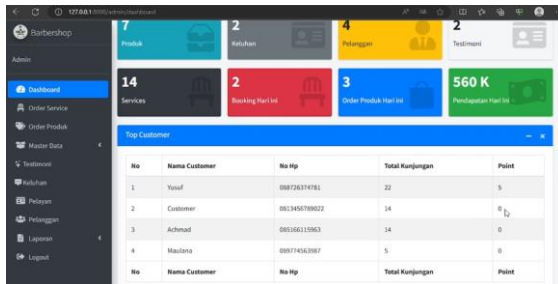
**Gambar 7.** Use Case Diagram Owner

Use Case Diagram ini memberikan gambaran tentang interaksi antara pemilik perusahaan dan admin dalam mengakses dan menggunakan berbagai laporan untuk menganalisis dan mengelola berbagai aspek operasional pada aplikasi CRM tersebut

B. Pembuatan Aplikasi

(1) Tampilan Layar Dashboard Admin

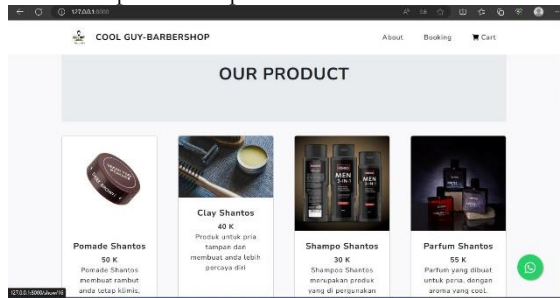
Form untuk halaman Dashboard aplikasi Customer Relationship Management pada Barbershop dari sisi Admin



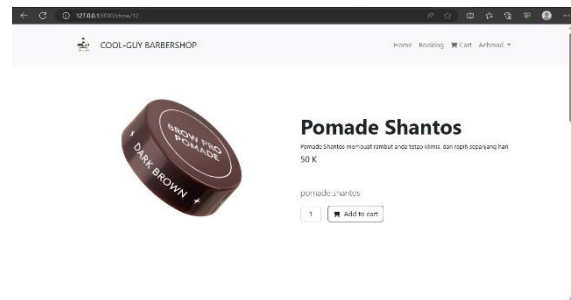
Gambar 8. Tampilan Dashboard Admin

### (2). Tampilan Layar Halaman Produk

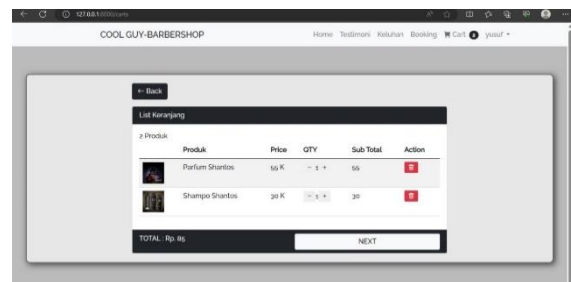
Halaman produk yang dijual dapat dilihat pada gambar 9 Pada halaman ini, pelanggan dapat melakukan pembelian secara online dengan menambahkan ke keranjang serta melakukan check out untuk pembelian produk



Gambar 9. Tampilan Halaman Produk



Gambar 10. Tampilan Halaman pembelian produk



Gambar 11. Tampilan keranjang Belanja

### C. Pengujian

#### (1) Pengujian Aplikasi

Pengujian Aplikasi dengan pendekatan Blackbox bertujuan untuk mengevaluasi apakah program aplikasi dapat menghasilkan output yang diharapkan serta menjalankan fungsi yang telah ditentukan sesuai dengan persyaratan fungsional perangkat lunak yang diberlakukan

Tabel 1. Hasil Pengujian Blackbox Testing Halaman Dashboard

No	Skenario Pengujian	Test Case	Hasil yang diharapkan	Hasil Pengujian	Kesimpulan
1	Mengklik pilihan Produk	Klik Kotak pilihan produk	Akan menampilkan tabel produk	Sesuai Harapan	Valid
2	Mengklik pilihan keluhan	Klik kotak pilihan keluhan	Akan menampilkan tabel keluhan	Sesuai Harapan	Valid
3	Mengklik pilihan pelanggan	Klik kotak pilihan pelanggan	Akan menampilkan tabel pelanggan	Sesuai Harapan	Valid
4	Mengklik pilihan service	Klik kotak pilihan service	Akan menampilkan tabel service	Sesuai Harapan	Valid
5	Mengklik pilihan Booking Hari ini	Klik kotak pilihan Booking Hari ini	Akan menampilkan tabel Booking Hari ini	Sesuai Harapan	Valid
6	Mengklik pilihan Order Produk hari ini	Klik kotak pilihan Order Produk hari ini	Akan menampilkan tabel Order Produk hari ini	Sesuai Harapan	Valid
7	Mengklik pilihan Pendapatan hari ini	Klik kotak pilihan pendapatan hari ini	Akan menampilkan tabel pendapatan hari ini	Sesuai Harapan	Valid

**Tabel 2.** Informasi Hasil Kuisisioner Acceptance Model

No	Pertanyaan	Skala penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Fitur pemesanan jadwal potong rambut dan pembelian produk sangat mudah digunakan			2	6	12
2.	Sistem dapat memberikan kemudahan dalam memberikan rating pada produk			1	10	9
3.	Fitur rekomendasi dalam sistem bermanfaat bagi anda saat ingin mengambil keputusan dalam memilih produk yang disediakan toko			2	10	7
4.	Proses pembayaran melalui aplikasi ini mudah dipahami dan aman			1	10	9
5.	Antarmuka aplikasi mudah dinavigasi dan intuitif.			1	14	5
6.	Desain visual dan tata letak informasi dalam aplikasi ini menarik dan sesuai dengan kebutuhan			1	14	5
7.	Aplikasi ini telah menghemat waktu Anda dalam memesan jadwal potong rambut dan mengakses layanan maupun produk barbershop			1	15	4

### (2) Pengujian Acceptance Model

Dalam mengukur tingkat kepuasan Pengguna dalam menggunakan Aplikasi Customer Relationship Management, dilakukan pengujian Acceptance Model dengan uraian yang dijabarkan dalam tabel 2.

Berikut adalah perhitungan User Acceptance Test dari hasil kuesioner yang didapat dari para responden:

$$\begin{aligned}
 \text{Sangat Tidak Setuju (STS)} &= 0 \\
 \text{Tidak Setuju (TS)} &= 0 \\
 \text{Netral (N)} &= 9 \\
 \text{Setuju (S)} &= 79 \\
 \text{Sangat Setuju (SS)} &= 51
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Hasil UAT} &= 0 + 0 + (3 \times 9) + (4 \times 79) + (5 \times 51) \times 100\% \\
 &= 598 / 700 \\
 &= 85,42\%
 \end{aligned}$$

### 5. KESIMPULAN

Dengan adanya sistem Customer Relationship Management (CRM) berbasis web pada Barbershop, memudahkan dalam meningkatkan pelayanan dan menjaga loyalitas pelanggan di Perusahaan dikarenakan fitur booking online, dapat mempermudah pelanggan dalam membuat reservasi, sehingga dapat mengurangi antrian pelanggan yang cukup Panjang, sistem ini menyediakan layanan bagi pelanggan untuk memberikan testimoni dan keluhan, dan memudahkan perusahaan untuk mengetahui tingkat pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan pada Barbershop

Evaluasi pada sistem Customer Relationship Management (CRM) berbasis web, diperlukan agar website dapat berkembang dan mempunyai banyak fitur untuk menunjang kebutuhan yang diinginkan oleh perusahaan. Menjaga kualitas tingkat pelayanan

agar pelanggan tidak beralih ke perusahaan lain. Barbershop diharapkan dapat memperbanyak menu layanan dan promo yang disediakan di website.

### 6. UCAPAN TERIMA KASIH (Opsional)

Ucapan Terima kasih ditujukan kepada Universitas Budi Luhur dan Fakultas teknologi Informasi pada khususnya untuk pendanaan penelitian dan juga kepada Bapak Bagus Sugianto, sebagai pemilik Cool Guy Barbershop Depok

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Bachtiar and E. S. T. Marnaek, "Perancangan Sistem Informasi Berbasis Aplikasi Dengan Metode Costumer Relationship Management (Crm) Pada Barbershop (Studi Kasus: Sian Barbershop)," *Pros. SENAPENMAS*, p. 1477, 2021, doi: 10.24912/psenapenmas.v0i0.15221.
- [2] D. Ngelyaratan and D. Soediantono, "Customer Relationship Management ( CRM ) and Recommendation for Implementation in the Defense Industry : A Literature Review Customer Relationship Management ( CRM ) dan Usulan Penerapannya Pada Industri Pertahanan : A Literature Review," *J. Ind. Eng. Manag. Res.*, vol. 3, no. 3, pp. 17–34, 2022.
- [3] M. Saleh Malawat; D. Harwini; N. Mulyani; J. Hutahaeon, "E-Commerce Penjualan Menggunakan Metode Customer Relationship Management (CRM)," *J. Mantik Penusa*, vol. 2, no. 2, pp. 98–104, 2018.
- [4] O. ;Galih B. A. L. Irnawati, "Metode Rapid Application Development (RAD) pada Perancangan Website Inventory PT. SARANA ABADI MAKMUR BERSAMA (S.A.M.B) JAKARTA," *Evolusi J. Sains dan Manaj.*, vol. 6, no. 2, pp. 12–18, 2018, doi:

- 10.31294/evolusi.v6i2.4414.
- [5] Migunani, *Rekayasa Perangkat Lunak*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2022.
- [6] Ahmad Fauzi; Ginabila; Mochammad Abdul Azis, “Pengembangan Aplikasi E-learning dengan Metode Rapid Application Development,” *Infotek J. Inform. dan Teknol.*, vol. 6, no. 1, pp. 82–91, 2023.
- [7] L. Nilawati<sup>1</sup>, D. Sulastri, and Y. Yuningsih, “Penerapan Model Rapid Application Development Pada Perancangan Sistem Informasi Jasa Pengiriman Barang,” *Paradig. – J. Inform. dan Komput.*, vol. 22, no. 2, pp. 197–204, 2020.
- [8] P. F. Sofiana, Safira Dwi; Rachmadita, Andreswari; Alam, “Jurnal Perancangan Modul Customer Relationship Management (CRM) Menggunakan Metode Rapid Application Development (RAD) Pada Startup Maiproyek,” *e-Proceeding Eng.*, vol. 7, no. 2, 2020.
- [9] S. A. Azahra and M. Mansur, “Penerapan Metode Rapid Application Development (Rad) Dalam Perancangan Sistem Penjualan Online Di Toko Elektronik 85,” *Informatics Digit. Expert*, vol. 4, no. 2, pp. 81–87, 2023, doi: 10.36423/index.v4i2.993.
- [10] Dicky Hariyanto; Ricki Sastra; Ferina Eka Putri, “Implementasi Metode Rapid Application Development Pada Sistem Informasi Perpustakaan,” *2002*, vol. 13, no. 1, pp. 110–117, 2021.