

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia maya sudah banyak dibuat aplikasi , seperti aplikasi dalam proses penjualan online yang dipakai guna memudahkan mendapatkan informasi secara online baik untuk diri sendiri atau umum terutama pelanggan dan pengunjung website lainnya. Dalam sebuah website terdapat admin yang dapat melihat dan mengatur isi-isi yang ada pada sebuah website, seperti menambah informasi dan memberi hak akses kepada *user (user account)* yang berperan dalam memberikan sejumlah informasi atau manfaat ke dalam sistem tersebut, dimana hak untuk mengakses diberikan kepada *user* ialah terbatas.

Dalam pengembangan aplikasi penjualan online salah satunya ada aplikasi CRM (*Customer Relationship Management*). CRM merupakan gabungan dari strategi perusahaan, proses bisnis dan teknologi informasi yang digunakan untuk mempelajari lebih lanjut tentang kebutuhan pelanggan dan perilaku dalam rangka untuk mengembangkan hubungan yang kuat dengan mereka. Dengan kata lain CRM dimaksudkan guna memberikan pengetahuan agar mengembangkan dan menerapkan strategi cerdas dan sebagian besar pelanggan untuk memaksimalkan profitabilitas pelanggan.

CRM berbasis web dibangun dengan mengacu pada prinsip user, mudah diperbaharui, sehingga ketika suatu saat terjadi penggantian administrator akan mudah dalam memakainya. Perawatan dan penggunaan aplikasi CRM berbasis web ini tidak terlalu rumit karena sudah disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan atau pengguna website, serta penggunaan dan pengembangan di masa yang akan

datang pun lebih mudah dilakukan, dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen secara online dimanapun berada sehingga dapat menekan waktu dan biaya, serta proses yang dilakukan lebih cepat dan efisien.

Sistem pendukung keputusan (SPK) merupakan bagian dari sistem informasi berbasis komputer yang digunakan untuk pengambilan keputusan dalam suatu instansi atau perusahaan. Sistem pendukung keputusan dibangun untuk memudahkan seseorang untuk mengambil suatu keputusan. Sistem ini dapat mengambil suatu keputusan sesuai dengan pertimbangan dari kriteria-kriteria yang telah dimasukkan sebelumnya. Salah satu metode SPK adalah metode AHP, metode AHP merupakan salah satu teknik yang digunakan untuk mengatasi ketidakpastian dalam mengambil keputusan. Kelebihan metode AHP adalah memiliki keunggulan dari segi proses pengambilan keputusan dan akomodasi untuk atribut baik kuantitatif dan kualitatif.

Toko elektronik visicom merupakan sebuah toko elektronik yang bertindak sebagai distributor alat elektronik bagi toko elektronik lainnya di Kota Padang. Toko visicom menjual beberapa produk seperti lampu, raket nyamuk, *headlight*, *floodlight*, *antenna outdoor*, dan lain-lain. Semakin ketatnya persaingan dengan toko elektronik lainnya membuat toko visicom berlomba – lomba untuk mempertahankan pelanggan mereka untuk meningkatkan penjualan mereka. Namun saat ini Toko Visiocom tidak memiliki strategi khusus yang menangani pemasaran, pemasaran produk hanya dilakukan secara sederhana dengan cara pelanggan memberikan informasi mengenai lokasinya, harganya dan produknya ke calon pelanggan lain. Dengan cara pemasaran seperti ini, menyebabkan peluang untuk meningkatkan penjualan menjadi tidak maksimal.

Berdasarkan masalah yang terjadi, maka dilakukan suatu cara untuk mempertahankan pelanggan agar dapat meningkatkan penjualan yaitu dengan memakai metode AHP seperti untuk mencari produk apa yang paling sering dibeli oleh customer. Dimana nanti hasil dari AHP ini akan ditampilkan dalam CRM untuk menunjukkan produk yang *“best seller atau recommended”* agar customer yang melihatnya menjadi tertarik dan penasaran untuk membeli produk-produk lain apa yang dijual di Toko Visicom.

Berdasarkan penjelasan diatas dan untuk mewujudkannya maka penulis mengangkat topik merancang suatu sistem yang tertuang dalam bentuk karangan ilmiah yang diberi judul **“Customer Relationship Management Dalam Mempertahankan Customer untuk peningkatan Penjualan Toko Visicom Dengan Metode Analytical Hierarchy Process”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka ada beberapa masalah yang dikemukakan yaitu:

1. Bagaimana dengan penerapan CRM yang dikombinasikan dengan AHP dapat menentukan produk elektronik mana yang populer agar dapat mempertahankan pelanggan untuk meningkatkan penjualan ?
2. Bagaimana memanfaatkan CRM yang dapat menjadi media promosi yang efektif dan efisien serta dapat menjalin hubungan dengan customer ?
3. Bagaimana CRM yang diterapkan dapat membangun hubungan dengan customer ?

1.3 Hipotesa

Berdasarkan perumusan masalah diatas, diperoleh hipotesa yaitu :

1. Dengan menggunakan metode AHP dalam menentukan produk elektronik populer diharapkan dapat membantu pihak Toko Visicom mempertahankan pelanggan untuk meningkatkan penjualan.
2. Diharapkan CRM dapat menjadi media promosi yang efektif dan efisien serta dapat menjalin hubungan dengan customer.
3. Dengan adanya penerapan CRM, diharapkan dapat menjelaskan strategi-strategi untuk membangun relasi dengan customer.

1.4 Batasan Masalah

Agar penulisan skripsi ini lebih terarah dan terstruktur kepada permasalahan yang akan dibahas, maka penulis merasa perlu membatasi pembahasan permasalahan sebagai berikut :

1. Penelitian ini digunakan agar penulis dapat membangun sistem CRM yang mencakup tentang meningkatkan penjualan di Toko Visicom
2. Penelitian ini digunakan untuk menarik customer agar dapat meningkatkan penjualan.
3. Penelitian ini digunakan untuk menampilkan produk elektronik apa yang direkomendasikan ke *customer* Toko Visicom memakai metode AHP.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini, yaitu :

1. Dapat membangun aplikasi CRM (Customer Relationship Management) yang mempermudah pembeli dalam membeli produk yang ada di Toko Visicom.

2. Mempermudah pemilik Toko Visicom dalam mengelola informasi, seperti menambah informasi, memperbaharui informasi, menghapus informasi, meningkatkan pelayanan dan lain-lain.
3. Membantu Toko Visicom dalam meningkatkan penjualan dan mendapatkan keuntungan yang lebih dari penelitian ini.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat yang dari penelitian ini untuk pihak – pihak yang berkepentingan adalah:

1. Bagi peneliti

Dapat menambah wawasan mengenai hal – hal yang berhubungan dengan penerapan Customer Relationship Management (CRM) untuk Toko Visicom maupun toko lainnya berbasis web.

2. Bagi konsumen

Dapat dengan mudah mencari produk yang ada pada Toko Visicom tanpa harus datang ke alamat dan dapat mengetahui barang atau produk yang direkomendasikan.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian sejenis dan lebih lanjut dalam bidang yang sama.

1.7 Gambaran Umum Objek

Berikut ini adalah gambaran umum tentang Toko Visicom

1.7.1 Profil Toko Visicom

Toko Visicom adalah sebuah tempat yang menjual berbagai macam produk elektronik dan juga bertindak sebagai distributor, yang berada di jalan Pasar

Mudik, Kota Padang. Toko ini berdiri pada tahun 2012, awal mulanya hanya menjual barang berupa lampu, kipas angin, viting dan lain-lain. Namun seiring dengan berkembangnya toko tersebut dan semakin banyaknya permintaan pembeli, mulailah di tingkatkan jenis barang yang dijual di datangkan dari Jakarta. Dan hingga saat ini Toko Visicom telah menjadi toko tempat menjual barang elektronik sekaligus distributor bagi toko lainnya.

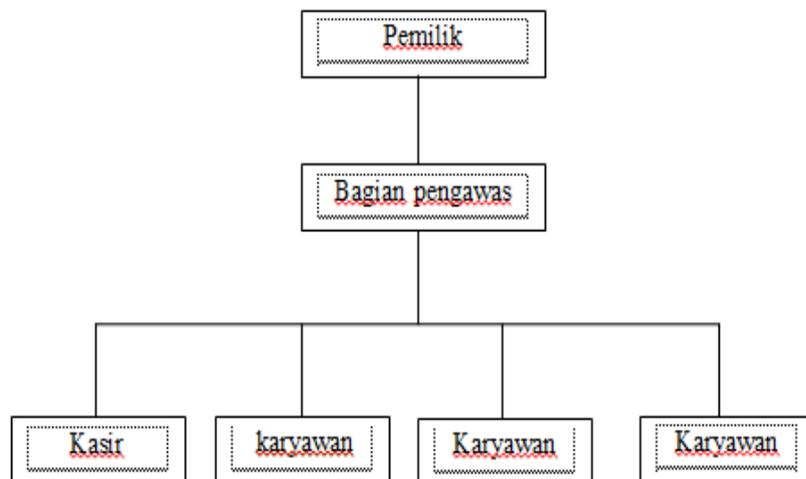
1.7.2 Visi

Visi dari Toko Visicom adalah memberikan pelayanan yang terbaik untuk mitra bisnis guna menambah kepuasan konsumen.

1.7.3 Misi

Misi dari Toko Visicom adalah memberikan kepuasan kepada customer terhadap produk kami.

1.7.4 Struktur Organisasi



Sumber : Toko Visicom

Gambar 1.1 Struktur Toko Visicom