

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis yang terjadi saat ini dimana teknologi berkembang pesat membuat banyak perusahaan meningkatkan dengan tidak hanya mengutamakan produk yang memuaskan namun juga menyeimbangkannya dengan memberikan layanan yang terbaik bagi konsumennya. Berdasarkan penelitian (Bustommy Maulana & Juwita, 2017). mengangkat tentang “Rancang Bangun Aplikasi Customer Relationship Management (CRM) Untuk Identifikasi Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Agen Mastrip Jember Menggunakan Metode K-Means Clustering”, Mempunyai masalah perusahaan yang mengalami penurunan konsumen setelah munculnya pesaing yang menawarkan pelayanan yang lebih baik. perlu dilakukan evaluasi kualitas pelayanan, fasilitas, dan kesesuaian tarif yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. diperlukan metode *Customer Relationship Management* untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Kuesioner digunakan sebagai metode untuk mengumpulkan tanggapan pelanggan sebagai data. Setelah itu, data yang berupa kuisisioner yang berisi tanggapan pelanggan diolah menggunakan metode clustering K-Means sebagai algoritma pengelompokan responden.

Sedangkan pada penelitian yang dilakukan (Izzuddin, 2022). yang berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Hasil Kinerja Bengkel Nader Jaya Motor Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index”, Tujuan Penelitian untuk mengetahui tingkat kepuasan

pelanggan terhadap atribut/komponen pelayanan dari bengkel dan mengetahui kualitas atribut/komponen pelayanan apa sajakah yang dianggap penting dalam menentukan kepuasan pelanggan dibengkel. Penelitian Ini Bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap atribut/komponen layanan dari bengkel dan untuk mengetahui atribut/komponen kualitas apa yang dianggap penting dalam menentukan kepuasan pelanggan di bengkel. Pada Penelitian ini penulis menggunakan Metode kualitas pelayanan dengan pengukurannya menggunakan *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)* dimana metode kualitas pelayanan berfungsi sebagai parameter kesenjangan (gap) sedangkan *Customer Satisfaction Index (CSI)* digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran- sasaran yang relevan dapat diraih oleh bengkel motor di masa mendatang.

Pada penelitian yang dilakukan (Lestari, 2019) Tentang “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Di Pasar Sore Purijaya Tangerang Dengan Metode Swot”, mempunyai masalah terhadap kurangnya kenyamanan konsumen untuk berbelanja dipasar itu yang disebabkan oleh kondisi yang kotor, bau, dan kumuh dipasar tradisional itu. Untuk Itu digunakan Metode Nilai Customer Satisfaction Index (CSI) dan Metode analisis SWOT, SWOT adalah kepanjangan dari *Strength, Weakness, Opportunities, Threats*. untuk mengetahui formulasi strategi dalam meningkatkan nilai indeks kepuasan pelanggan.

Bandoeng Refill perfume merupakan toko parfum yang menjual berbagai jenis parfum Refill dan perlengkapan parfum. Bandoeng Refill parfum cabang Jl. Andalas Kota Padang ingin melakukan strategi pemasaran yang baru karena mengalami penurunan jumlah customer akibat pandemi, karena itu berdampak

dengan turunnya tingkat kepuasan pelanggan terhadap toko Bandoeng refill parfum.

Dengan menggunakan strategi *Customer Relationship Management* Berbasis web dalam mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan Diharapkan bisa meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap Bandoeng refill parfum karena tujuan utama *Customer Relationship Management* adalah dengan mengetahui sebanyak mungkin kebutuhan dan perilaku pelanggan, untuk selanjutnya memberikan sebuah pelayanan yang optimal (Rahmat dkk., 2018). Kuesioner digunakan sebagai metode untuk mengumpulkan tanggapan pelanggan sebagai data. Setelah itu, data yang berupa kuisisioner yang berisi tanggapan pelanggan diolah menggunakan metode Rough Set melalui sumber data primer dan sekunder. Data primer yaitu data yang didapatkan dengan melakukan observasi langsung dan penilaian terhadap kuisisioner yang telah diisi oleh pelanggan Bandoeng Refill parfum Kemudian data kuisisioner diolah menggunakan metode Rough Set. Sehingga pada penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah customer yang membeli parfum, meningkatkan penjualan dan performa kinerja karyawan bisa lebih baik lagi. Untuk itu penulis Tertarik mengangkat topik penelitian dengan judul **"IDENTIFIKASI TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN BANDOENG REFILL PERFUME DALAM OPTIMALISASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT MENGGUNAKAN METODE ROUGH SET"**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas dapat disimpulkan permasalahan yang akan dibahas pada laporan ini sebagai berikut :

1. Bagaimana Customer Relationship Management dengan menggunakan metode rough set dapat meningkatkan jumlah customer di Bandoeng Refill parfum?
2. Bagaimana Customer Relationship Management dengan menggunakan metode Rough set dapat meningkatkan kepuasan pada pelanggan?

1.3 Hipotesa

Hipotesa merupakan dugaan sementara dimana nantinya akan dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan. Berdasarkan permasalahan yang ada dapat dikemukakan beberapa hipotesa sebagai berikut :

1. Diharapkan Customer Relationship Management dengan menggunakan metode rough set dapat meningkatkan jumlah customer dengan memanfaatkan data kuesioner untuk meningkatkan kualitas produk sehingga dapat menarik perhatian customer baru dalam membeli produk di Bandoeng refill parfum.
2. Diharapkan Customer Relationship Management Menggunakan Metode Rough Set dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan mengetahui perilaku dan kebutuhan pelanggan sehingga dapat melakukan pelayanan yang optimal dengan meningkatkan kinerja karyawan.

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan agar pembahasan dalam penelitian ini lebih terarah dan sesuai dengan tujuan utama penulisan, dalam pengolahan data menggunakan algoritma Rough set, yang mana data diambil dengan kuesioner dari pelanggan Bandoeng refill parfum menggunakan penerapan Customer Relationship Management. Sistem aplikasi yang akan dirancang sebuah website yang dapat memberikan kemudahan dalam mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan dengan bahasa pemrograman *PHP* dan *MySQL*.

1.5 Tujuan Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini tujuan yang ingin dicapai diantaranya adalah:

1. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan Customer yang membeli parfum.
2. Dapat membantu dalam pengambilan keputusan dalam mengetahui tingkat kepuasan pelanggan sehingga dapat menjadi pengembangan untuk bisnis Bandoeng Refill Parfum
3. Dapat meningkatkan penjualan di Bandoeng refill parfum dan meningkatkan kinerja karyawan.

1.6 Manfaat penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Mempermudah dalam melakukan identifikasi tingkat kepuasan pelanggan sehingga dapat mengembangkan bisnis lebih baik lagi.

2. Dapat meningkatkan jumlah customer dengan adanya customer relationship management menggunakan metode rough set yang dirancang yang sudah dirancang dalam bentuk sebuah aplikasi berbasis web.
3. Dapat meningkatkan penjualan Pada Bandoeng refill parfum dengan memanfaatkan aplikasi berbasis web yang telah dirancang dengan mengenalkannya ke masyarakat luas.

1.7 Gambaran umum objek penelitian

Bandoeng refill perfume merupakan toko parfum isi ulang, yang berpusat di Solok Sumatera Barat yang lokasinya berada di JL RAYA. IR. SOEKARNO NO 156 suku Kota SOLOK. Berdiri pertama kali pada 1 Mei 2009, dengan owner utama bapak Indrajaya, yang sudah mempunyai outlet yang tersebar di wilayah Sumatera Barat dan Pekanbaru, Riau. Dan termasuk cabang yang saya Teliti ini berada di jalan 1, Jl. Andalas No.77, Andalas, Kec. Padang Tim., Kota Padang, Sumatera Barat 25126. Dengan jam operasional Senin-Minggu: 10.00-23.00 wib.



Sumber :Bandoeng Refill parfum

Gambar 1.1 Logo Bandoeng Refill Parfum.