

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi saat ini semakin berkembang pesat terutama dalam komunikasi. Pada awalnya komunikasi memerlukan waktu yang lama dalam penyampaiannya, namun permasalahan itu dapat teratasi berkat telepon genggam atau lebih dikenal dengan *handphone*. Beberapa dekade lalu *handphone* hanya digunakan oleh kalangan orang kaya saja karena harga yang masih terbilang tinggi meskipun fitur pada *handphone* tersebut masih sedikit. Seiring berjalanya waktu fungsi *handphone* tidak hanya digunakan untuk komunikasi suara saja namun juga sebagai media hiburan dan gaya hidup (Irawan & Abadan, 2019).

Seiring dengan berkembangnya fungsi *handphone* sebagai alat komunikasi, maka permintaan konsumen terhadap *handphone* akan semakin tinggi. Banyak perusahaan yang berlomba untuk menghasilkan produk yang berkualitas dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Alat komunikasi yang dibutuhkan saat ini adalah telepon. Salah satu alat komunikasi modern adalah telepon genggam atau *handphone*. Ditengah pilihan yang begitu banyak, konsumen yang semakin cerdas cenderung lebih memilih produk dan layanan perusahaan yang paling sesuai dengan kebutuhan (Handphone et al., 2018).

Customer Relationship Management (CRM) merupakan strategi bisnis yang mengintegrasikan proses bisnis yang bersentuhan langsung dengan konsumen.

CRM lebih memfokuskan pada apa yang dinilai pelanggan bukan kepada produk yang ingin dijual oleh perusahaan. Hal ini perlu diperhatikan karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen karena melalui penerapan CRM, perusahaan diharapkan dapat membangun komunikasi dan hubungan yang baik dengan para konsumen sehingga dapat menjawab keinginan dan kebutuhan konsumen. Pertumbuhan dan perkembangan internet serta sosial media yang berkembang pesat memunculkan perkembangan baru dari *Customer Relationship Management* (CRM) yaitu *Social Customer Relationship Management* (SCRM) yang menuntut organisasi menetapkan arah strategi bisnis dengan pengaplikasian teknologi sesuai kebutuhan dalam berbagai aktivitas sehingga mampu meningkatkan perubahan bisnis skala besar melalui kecepatan, ketepatan dan efisiensi dari pertukaran informasi. Kualitas strategi bisnis yang baik dapat dilakukan dengan cara penyediaan fasilitas berbasis media sosial dengan pertimbangan yang sangat matang yaitu dengan cara menilai berbagai indikator penilaian yang sudah ditentukan terhadap sosial media yang dapat memberikan kontribusi yang baik bagi perusahaan sebagai salah satu strategi bisnis yang dipilih oleh perusahaan (Rusliyawati et al., 2020).

Toko Roni adalah salah satu toko *handphone* di penarik, Kecamatan Penarik, Kabupaten Mukomuko, Provinsi Bengkulu yang berdiri pada tahun 2010 di desa penarik, Jln lintas Bengkulu-Padang. Sampai saat ini Toko Roni sudah memiliki beberapa cabang, peningkatan penjualan *handphone* di Toko Roni ini ditunjang dengan barang-barang yang berkualitas dan harga terjangkau sehingga dapat menarik masyarakat sekitar menjadi pelanggan pada toko tersebut. Namun pemilihan *handphone* masih sulit dilakukan oleh pelanggan di karenakan

perbedaan kebutuhan sehari-hari. Fakta yang terjadi di lapangan adalah pemilihan *handphone* hanya berdasarkan merek dan harga yang dinilai kurang efektif. Oleh karena itu sistem keputusan dapat menjadi solusi bagi pelanggan dalam menentukan *handphone* yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Metode *Multi Objective Optimization On The Basis Ration Analysis* diterapkan untuk memecahkan banyak permasalahan ekonomi, manajerial dan konstruksi pada sebuah perusahaan maupun proyek. Kenggualan MOORA sendiri telah diamati bahwa metode MOORA sangat sederhana, stabil, bahkan metode ini tidak membutuhkan seorang ahli dibidang matematika untuk menggunakannya serta membutuhkan perhitungan matematis yang sederhana. Selain itu metode ini juga memiliki hasil yang lebih akurat dan tepat sasaran dalam membantu pengambilan keputusan. Sistem pendukung keputusan pertama kali dikenalkan pada awal tahun 1970 oleh Michael S. Scott dengan istilah *Management Decision System* yang merupakan suatu sistem berbasis komputer yang membantu pengambilan keputusan dengan memanfaatkan data dan model-model untuk menyelesaikan masalah-masalah yang tidak terstruktur. Metode MOORA adalah metode yang diperkenalkan oleh Brauers dan Zavadkas (2006). Metode yang relatif baru ini pertama kali digunakan oleh Brauers (2003) dalam suatu pengambilan dengan multi-kriteria. Metode MOORA memiliki tingkat fleksibilitas dan kemudahan untuk dipahami dalam memisahkan bagian subjektif dari suatu proses evaluasi kedalam kriteria bobot keputusan dengan beberapa atribut pengambilan keputusan. Metode ini memiliki tingkat selektifitas yang baik karena dapat menentukan tujuan dari kriteria yang bertentangan. Dimana kriteria

dapat bernilai menguntungkan (*benefit*) atau yang tidak menguntungkan (*cost*)(Manurung, 2018).

Kendala dalam memilih *handphone* calon pengguna harus memperhatikan beberapa kriteria adapun kriteria yaitu Ram, Kapasitas baterai, Layar, Ios, Harga maka penulis menggunakan sistem pendukung untuk menyelesaikan masalah tersebut. Tujuan penelitian ini kedepannya adalah membangun sistem yang dapat membantu pembeli dalam mempermudah memilih *handphone* terbaik berdasarkan kriteria yang diinginkan dan melakukan perbandingan alternatif dari hasil perhitungan bobot dengan menggunakan metode MOORA. Sedangkan untuk manfaat penelitian adalah dapat memberikan masukan yang berarti bagi calon pembeli dan menentukan *handphone* yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan menggunakan metode *multi objective optimization on the basis ration analysis*.

Sehingga untuk menangani kendala terjadinya kesalahan yang telah dijelaskan di atas. Toko Roni memerlukan sebuah sistem yang dapat membantu dan mempermudah pelanggan dalam pemilihan *handphone* sesuai kriteria yang diinginkan.

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis mengangkat judul yaitu :
“OPTIMALISASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM MEMBERIKAN REKOMENDASI PEMBELIAN *HANDPHONE* PADA TOKO RONI MENGGUNAKAN METODE *MULTI OBJECTIVE OPTIMIZATION ON THE BASIS RATION ANALYSIS*”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan

beberapa rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana strategi yang dapat diterapkan dalam proses rekomendasi pemilihan *handphone* pada toko Roni ?
2. Bagaimana cara penentuan hp terbaik yang mampu menjadi solusi toko Roni untuk pemberian rekomendasi pada *handphone* yang akan dibeli oleh pelanggan?
3. Bagaimana proses penentuan *handphone* terbaik untuk *costumer* dapat dibangun dalam sebuah sistem?

1.3 Batasan Masalah

Menghindari masalah yang dibahas supaya tidak meluas, dan pembahasan permasalahan yang dihadapi tidak menyimpang dari tujuan yang diharapkan, maka perlu ditetapkan batasan masalah yaitu:

1. Penelitian dilakukan pada toko roni.
2. Penelitian ini hanya akan membantu pelanggan toko roni dalam memberikan rekomendasi pembelian *handphone*.
3. Bahasa pemrograman yang digunakan dalam pembuatan sistem ini adalah PHP dan Database MySQL.
4. Dalam penelitian ini hal yang paling dipentingkan adalah metode *multi objective optimization on the basis ration analysis* untuk mengambil sebuah keputusan.
5. Penelitian ini menerapkan *costumer relationship management*.

1.4 Hipotesa

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka penulis membuat suatu hipotesa (dugaan Sementara) untuk mengatasi permasalahan yang terjadi sebagai berikut:

1. Diharapkan dengan diterapkan metode *multi objective optimization on the basis ration analysis* ini dapat menentukan merk dan jenis hp terbaik.
2. Diharapkan metode *multi objective optimization on the basis ration analysis* mampu memberi rekomendasi bagi pelanggan yang akan membeli.
3. Diharapkan proses pemilihan *handphone* terbaik untuk *costumer* dapat dibangun dalam sebuah sistem.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah:

1. Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan metode *multi objective optimization on the basis ration analysis* dalam mengurangi kesalahan dalam pemilihan *handphone* terbaik.
2. Penelitian ini bertujuan untuk membangun sistem yang dapat membantu calon pembeli dalam mempermudah memilih *handphone* terbaik berdasarkan kriteria yang diinginkan.
3. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan perbandingan alternatif dari hasil perhitungan bobot dengan menggunakan metode MOORA.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan yang lebih luas melatih dalam berpikir secara sistematis dan ilmiah, serta mengembangkan kemampuan untuk melakukan analisis terhadap masalah yang lebih kritis.

2. Toko Roni

Manfaat penelitian skripsi adalah untuk membantu pelanggan Toko Roni dalam mengambil keputusan untuk menentukan *handphone* sesuai kebutuhan dengan melihat nilai dari beberapa kriteria yang sudah ditetapkan.

3. Pembaca

Penelitian ini dapat menambah wawasan bagi pembaca dan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.7 Tinjauan Umum Toko Roni

Tinjauan umum merupakan sebuah gambaran umum yang meliputi beberapa cakupan pada tokoh tersebut seperti sejarah berdirinya toko dan struktur organisasi tokoh tersebut. Disini penulis akan menjelaskan tentang gambaran umum organisasi tokoh yang meliputi sejarah tokoh dan struktur organisasi toko.

1.7.1 Sejarah Toko

Toko Roni adalah salah satu toko ponsel di penarik, Kecamatan Penarik, Kabupaten Mukomuko, Provinsi Bengkulu yang berdiri pada tahun 201 di

desa penarik, Jln lintas Bengkulu-Padang. Sampai saat ini Toko Roni sudah memiliki beberapa cabang, peningkatan penjualan *handphone* di Toko Roni ini ditunjang dengan barang-barang yang berkualitas dan harga terjangkau sehingga dapat menarik masyarakat sekitar menjadi pelanggan pada toko tersebut.

Toko Roni sudah dikenal di daerah Penarik dan sekitarnya yang menyediakan berbagai jenis *handphone* dan berbagai aksesoris *handphone* lainnya. Toko Roni sudah menjadi kepercayaan masyarakat sekitar dikarenakan Toko Roni menyediakan *handphone* yang terbilang cukup lengkap dan harga yang terjangkau ini merupakan salah satu kunci untuk mendapatka kepercayaan pelanggan. Toko Roni buka setiap hari dan melayani pelanggan dari pukul 08:00 pagi hingga 22:00 malam.

1.7.2 Visi dan Misi

1. Visi

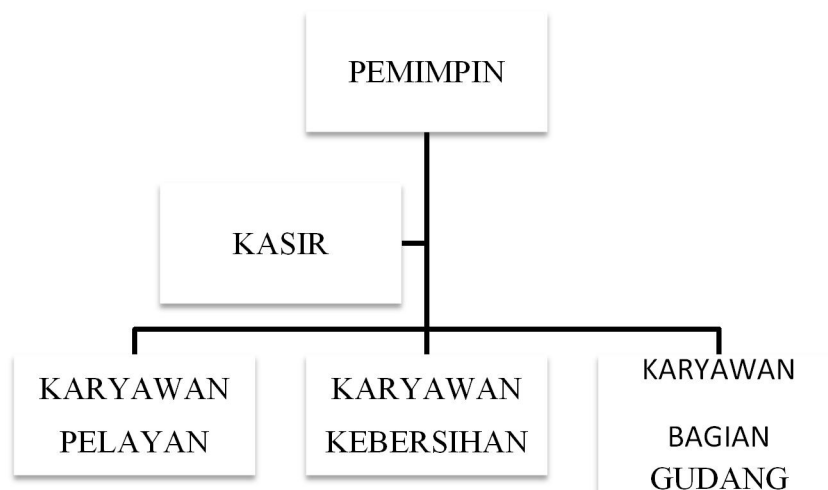
Menjadi penyalur atau distributor yang baik dengan mengedepankan kepuasan pelanggan.

2. Misi

- a) Dengan memberikan produk *handphone* yang berkualitas.
- b) Dengan selalu mengedepankan keunggulan-keunggulan pada *handphone*.
- c) Selalu meningkatkan pelayanan kepada konsumen.

1.7.3 Struktur Organisasi Toko

Dengan adanya struktur organisasi diharapkan akan dapat diketahui dengan jelas mengenai tugas-tugas, wewenang, tanggung jawab di Toko Roni. Karena setiap struktur organisasi tersebut menggambarkan tentang tugas dan tanggung jawab melaksanakan tugas masing-masing dan menentukan bagian-bagian pekerjaan serta merupakan suatu alat untuk memberikan wewenang dan tanggung jawab seorang pemimpin dalam menjalankan organisasi dan hubungan kerja antara atasan dan bawahan. Dengan adanya struktur organisasi maka hasil yang di harapkan oleh perusahaan dapat dicapai dengan sebaik-baiknya. Adapun struktur organisasi Toko Roni dapat dilihat pada gambar 1.1 sebagai berikut:



Sumber : Toko Roni

Gambar 1.1 Struktur Organisasi Toko Roni

1.7.4 Tugas dan Tanggung Jawab

Berikut merupakan uraian pekerjaan pada Toko Roni :

- 1) Pimpinan mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :
 - a. Memimpin seluruh kegiatan di toko.

- b. Mengatur keuangan toko.
 - c. Sebagai pengatur gaji karyawan.
 - d. Bertanggung jawab penuh atas kerugian dan keuntungan toko.
 - e. Hak penuh atas kepemilikan toko.
- 2) Kasir mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :
- a. Melayani transaksi di toko.
 - b. Mencatat transaksi ke nota pembelian.
 - c. Memberikan laporan keuangan.
- 3) Karyawan mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :
- a. Melaksanakan tugas yang diberikan oleh pemimpin.
 - b. Karyawan pelayan bertugas melayani konsumen dalam memilih barang yang diinginkan.
 - c. Karyawan kebersihan bertugas membersihkan toko.
 - d. Karyawan bagian gudang bertugas mencatat stok barang.