

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya zaman yang mana teknologi semakin canggih seperti sekarang ini maka kebutuhan semakin meningkat pula. Ilmu pengetahuan dan Teknologi juga mengalami kemajuan yang drastis. Contoh teknologi yang mengalami kemajuan adalah laptop, sekarang ini laptop menjadi kebutuhan dasar bagi orang-orang untuk melakukan bisnis, pendidikan, bermain game bahkan untuk menciptakan game, berkomunikasi dan lain-lain. Tidak hanya itu, laptop juga bisa dibawa kemana saja sehingga kegiatan tersebut bisa dilakukan kapan saja dan lebih mudah.

Oleh sebab itu setiap brand laptop menawarkan berbagai macam jenis dengan fitur-fitur yang beraneka ragam. Namun dibalik dengan banyaknya jenis ataupun tipe-tipe laptop yang disediakan, sebagian orang masih mengalami kebingungan dalam menggunakan bahkan dalam menentukan pembelian laptop yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhan baik itu harga ataupun spesifikasi yang cocok. Dalam hal memilih laptop, pengetahuan dan informasi sangat dibutuhkan dikarenakan banyaknya pilihan yang disediakan laptop dan spesifikasi serta perbandingan harga dengan dukungan kualitas masing-masing.

Melihat permasalahan diatas diperlukan cara untuk memudahkan para pelanggan dalam memberikan keputusan yang tepat sebelum memutuskan laptop yang akan dibeli sesuai dengan kebutuhan. Dalam hal ini, penelitian ini akan dilakukan analisis perhitungan dari beberapa data alternatif laptop berdasarkan kriteria-kriterium/atribut yang ditetapkan menggunakan metode *WP(Weighted*

Product) untuk mendapatkan alternatif laptop yang direkomendasi dengan konsep Customer Relationship Management sebagai cara dalam mempertahankan hubungan antara toko dengan pelanggan.(Noviansyah et al., 2019)

Maka dari itu penulis akan mencoba mengangkat topik ini dengan judul **“CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM PEMBERIAN REKOMENDASI PEMBELIAN LAPTOP KEPADA PELANGGAN TOKO MAX INDO DENGAN METODE *WEIGHTED PRODUCT*”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana menerapkan metode *Weighted Product* dalam sistem CRM Toko Max Indo?
- 2) Bagaimana memberikan gambaran umum spesifikasi dan fungsi dari masing-masing laptop yang disediakan dengan menerapkan metode *Weighted Product*?
- 3) Bagaimana menampilkan hasil rekomendasi kepada pelanggan dalam pembelian laptop dengan menggunakan metode *Weighted Product*?
- 4) Bagaimana memperlancar hubungan komunikasi antar toko dan pelanggan agar pelanggan lebih mudah dalam memilih produk laptop sesuai kebutuhan?

1.3 Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah diatas, penulis membuat suatu hepotesis, yaitu:

- 1) Diharapkan metode *Weighted Product* ini dapat diterapkan dalam sistem CRM Toko Max Indo;
- 2) Diharapkan dapat memberikan gambaran secara umum tentang spesifikasi dan fungsi dari laptop yang disediakan;
- 3) Diharapkan hasil rekomendasi dapat ditampilkan dan dilihat pelanggan dalam menentukan keputusan yang lebih tepat;
- 4) Diharapkan hasil sistem tersebut dapat memperlancar hubungan komunikasi antar toko dan pelanggan.

1.4 Batasan Masalah

Maka permasalahan dalam penelitian ini dibatasi dalam hal-hal sebagai berikut:

- 1) Objek penelitian di Toko Max Indo Kota Padang menyediakan penjualan laptop, hp, printer dan alat teknologi lainnya, penulis hanya berfokus pada teknologi laptop;
- 2) Data yang akan digunakan dalam pembangunan website ini adalah laptop-laptop yang disediakan di Toko Max Indo meliputi spesifikasi, stok, gambar, harga, diskon dan beberapa data tambahan lainnya;
- 3) Alternatif yang akan digunakan pada penelitian ini sebanyak 40 laptop;
- 4) Dalam pembangunan website ini penulis menggunakan bahasa pemrograman PHP dan MySQL.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Mengembangkan sistem CRM menggunakan metode *Weighted Product* untuk rekomendasi laptop;
- 2) Dengan menerapkan sistem CRM ini, dapat mempertahankan hubungan antara toko dan pelanggan;
- 3) Untuk mengetahui tingkat akurasi dari metode *Weighted Product* pada sistem CRM;
- 4) Untuk memudahkan pelanggan dalam memberikan keputusan yang tepat dalam pembelian laptop.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, antar lain:

- 1) Memberikan gambaran secara umum tentang spesifikasi dan fungsi laptop;
- 2) Dapat membantu pelanggan dalam memudahkan untuk menentukan keputusan dalam pembelian laptop;
- 3) Dapat membantu dalam mempertahankan hubungan toko dengan pelanggan;
- 4) Dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian berikutnya.