

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era modern seperti sekarang ini sudah menjadi suatu hal yang umum dilakukan oleh calon pengantin atau keluarga mengenai wedding organizer. Dengan *trend wedding Decoration* maka produsen atau perusahaan harus melakukan inovasi dengan cara pengembangan produk. Hal ini dilakukan agar *wedding organizer* dapat mengetahui kebutuhan yang ada di masyarakat. Menjalankan usaha tidak lepas dari promosi begitu juga dengan *wedding organizer* (Safitri, 2020).

Dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh Elis Safitri pada tahun 2020 yang judulnya “Strategi Produk, Promosi, Dan Layanan Terhadap Minat Konsumen” bahwa salah satu *wedding organizer* menerapkan strategi pengembangan produk dan inovasi produk, dengan menambahkan beberapa jumlah produk dan melakukan sistem promosi dengan bekerja sama dengan perhotelan, pemerintahan, vendor, dan biro jasa, selain itu juga memanfaatkan media sosial berupa *facebook* dan *instagram* untuk penyebaran informasi *wedding organizer* nya.

Sekarang ini, perkembangan usaha di Pariaman sudah semakin berkembang terlebih lagi penyedia jasa *Wedding Decoration*. *Wedding Decoration* sangat membantu bagi orang – orang yang tidak mau repot dalam masalah perencanaan pernikahan. Karena perkembangan pesat yang ada di kota pariaman setiap jasa *Wedding Decoration* harus lebih pandai dalam bersaing. Dengan semakin ketatnya persaingan antar perusahaan dalam mendapatkan pelanggan,

banyak perusahaan berlomba-lomba menarik pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, tetapi layanan yang tersedia kurang berfokus pada kebutuhan pelanggan secara personal (Kartaman & Winangun, 2019). Saat ini, dimana teknologi dan internet sedemikian maju, kegiatan pemasaran tentu saja perlu memanfaatkan teknologi dan internet yang jauh lebih menguntungkan. Diantaranya menerapkan pemasaran dengan menggunakan Website yang menjangkau pasar yang lebih luas dan tepat sasaran.

Customer Relationship Management (CRM) merupakan suatu strategi perusahaan yang digunakan untuk memanjakan pelanggan agar tidak berpaling kepada pesaing. CRM juga dikenal sebuah fungsi terintegrasi yang menunjang sebuah perusahaan dalam bidang pemasaran, penjualan, dan pelayanan, yang dapat meningkatkan nilai kepuasan pelanggan. Dengan adanya sistem CRM ini dapat membantu dalam mempertahankan pelanggan dan mencari pelanggan baru (Prasetya, 2017). Penerapan CRM diharapkan mampu membuat pelanggan menjadi setia kepada perusahaan sehingga hubungan yang terjadi tidak hanya hubungan antara penjual dan pembeli, tetapi lebih mengarah kepada hubungan mitra. Sudah banyak perusahaan penyedia jasa *Wedding Decoration* yang telah menerapkan sistem CRM ini di perusahaan mereka, seperti memantapkan pemasaran dengan menggunakan website yang menampilkan produk – produk mereka dengan memberikan penawaran diskon , promo kepada konsumen.

Ranny Wedding Decoration merupakan penyedia jasa *Wedding Decoration* yang menyediakan layanan jasa berupa dekorasi pelaminan, tata rias, busana pernikahan, katering dan dokumentasi yang dapat memudahkan calon pengantin dalam merencanakan acara pernikahan mereka. Ranny Wedding

Decoration adalah penyedia jasa *Wedding Decoration* yang baru dan masih belum dikenal, proses pemasaran yang dilakukan hanya mengandalkan media sosial seperti *facebook*, *instagram* dan *Whatsapp* saja. Terbatasnya proses pemasaran ini sangat tidak menguntungkan perusahaan. Oleh karena itu, dibutuhkan penerapan CRM yang diharapkan dapat memaksimalkan proses pemasaran produk dan layanan jasa pada Ranny Wedding Decoration agar lebih dikenal dengan jangkauan yang luas. Dibutuhkan juga sistem penunjang keputusan dalam merekomendasikan pemilihan paket pernikahan pada Ranny Wedding Decoration.

Penerapan SPK dalam pengambilan keputusan terhadap suatu masalah bisa dilakukan dengan cepat. SPK memiliki beberapa metode, dalam penelitian ini penulis menggunakan metode SAW (*Simple Additive Weighting*). Metode SAW sering dikenal dengan penjumlahan terbobot. Perhitungan dengan metode SAW akan menghasilkan nilai terbesar yang akan dijadikan alternatif terbaik. Dalam Metode SAW, pembuat keputusan menentukan kriteria dan bobot untuk setiap kriteria. Kemudian, pembuat keputusan menghitung normalisasi berdasarkan persamaan cost atau benefit. Nilai preferensi untuk setiap alternatif diperoleh dengan menjumlahkan hasil perkalian antara rating kinerja ternormalisasi dengan bobot setiap kriteria (Pramudita et al., 2017). Kriteria yang digunakan berupa pelaminan serta dekorasi dan tenda, tata rias, busana pengantin, dokumentasi dan katering.

Berdasarkan permasalahan terkait pada Ranny Wedding Decoration, penulis berinisiatif mengangkat judul “OPTIMALISASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN PAKET PERNIKAHAN PADA RANNY WEDDING DECORATION DENGAN

METODE *SIMPPLE ADDITIVE WEIGHTING*” yang bertujuan untuk membuat sistem yang diharapkan dapat mengatasi masalah yang ada pada Ranny Wedding Decoration. Sistem ini akan dibuat dengan berbasis WEB sehingga memudahkan dalam pengembangan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, dalam melakukan penelitian ini dapat dirumuskan permasalahan yang akan diselesaikan yaitu:

1. Bagaimana menerapkan *Customer Relationship Management* guna meningkatkan pemasaran pada Ranny Wedding Decoration?
2. Bagaimana implementasi *Customer Relationship Management* dengan metode SAW (*Simple Additive Weighting*) dapat diterapkan dalam merekomendasikan pemilihan paket pernikahan pada Ranny Wedding Decoration?

1.3 Hipotesis

Dalam uraian diatas, maka peneliti mencoba dan memanfaatkan *Customer Relationship Management* dan *Simple Additive Weighting* untuk meningkatkan pemasaran dan merekomendasikan paket pernikahan. Maka dapat diambil beberapa hipotesis yaitu:

1. Diharapkan dengan adanya *Customer Relationship Managemet* dapat meningkatkan pemasaran dan memberikan bantuan dalam merekomendasikan pemilihan paket pernikahan kepada konsumen.
2. Diharapkan dengan adanya penerapan metode SAW (*Simple Additive Weighting*) pada *Customer Relationship Management* dapat

diterapkan dalam proses pemilihan paket pernikahan pada Ranny Wedding Decoration.

1.4 Batasan Masalah

Untuk menghindari terlalu luasnya permasalahan dan pemecahan masalah yang dilakukan, maka perlu dibatasi sistem yang dirancang. Batasan – batasan yang diberikan adalah:

1. Objek Penelitian ini dilakukan pada bidang usaha jasa yaitu Ranny Wedding Decoration
2. Dalam pengolahan data menggunakan Metode SAW (*Simple Additive Weighting*) dengan penerapan *Customer Relationship Management*
3. Dalam pembangunan sistem website ini menggunakan bahasa pemrograman PHP dan MYSQL

1.5 Tujuan Penelitian

Dalam penulisan tugas akhir ini terdapat tujuan-tujuan yang akan dicapai dalam perancangan, diantaranya:

1. Penelitian bertujuan menerapkan *Customer Relationship Management* guna meningkatkan pemasaran dan mempertahankan konsumen dan mencari konsumen baru
2. Penelitian ini bertujuan menerapkan metode SAW (*Simple Additive Weighting*) guna mempermudah konsumen dalam merekomendasikan pemilihan paket pernikahan
3. Merancang sebuah sistem berbasis web untuk menjangkau pelanggan lebih luas

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian Optimalisasi Customer Relationship Management dalam meningkatkan pemasaran paket pernikahan pada Ranny Wedding Decoration dengan metode Simple Additive Weighting yaitu:

1. Menarapkan ilmu yang penulis peroleh selama pendidikan dan menjalankannya menjadi sebuah sistem, untuk memperluas dan wawasan dan meningkatkan pengetahuan dalam perancangan.
2. Untuk membuat sebuah sistem informasi yang dapat membantu dalam mengenalkan produk – produk secara cepat dan akurat kepada masyarakat luas.
3. Memberika kemudahan bagi konsumen dalam menentukan paket pernikahan yang diinginkan sesuai kriteria yang ada.

1.7 Gambaran Objek Penelitian

Ranny Wedding Decoration adalah salah satu usaha yang menyediakan jasa layanan paket pernikahan yang berdiri pada tahun 1998 hingga sekarang. Ranny Wedding Decoration menyediakan diantaranya dekorasi pelaminan, Tata rias dan Busana Pengantin, Dokumentasi, Katering. Ranny Wedding Decoration berada lebih tepatnya di kota Pariaman, Sumatera Barat.