

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi, perkembangan kecanggihan teknologi yang semakin pesat merupakan aspek yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai kemudahan-kemudahan, tidak terkecuali dalam arus informasi. Dengan semakin majunya teknologi dari waktu ke waktu pemanfaatan teknologi yang mudah dan praktis ini tidak dapat dipungkiri lagi bahwa proses bisnis sangat memerlukan adanya teknologi informasi yang menjadikan sebuah sistem informasi sebagai kebutuhan primer guna menunjang pengembangan sebuah sistem yang telah ada. Dengan sangat besarnya data yang dimiliki dapat berakibat pada proses penyampaian informasi. Agar didapatkan informasi yang berkualitas, sekumpulan data tersebut harus diproses sehingga menghasilkan informasi yang bermanfaat bagi semua pihak yang menerima informasi tersebut. (Ardiansyah & Kardianawati, 2019)

Dari perkembangan dunia usaha yang semakin maju menyebabkan timbulnya persaingan yang semakin ketat. Salah satu cara untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan adalah menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Karena dari hasil penelitian mempertahankan pelanggan yang sudah ada jauh lebih mudah dibandingkan dengan mendapatkan pelanggan baru. Persaingan bisnis yang sangat ketat akan sangat memerlukan langkah – langkah strategis untuk menghadapinya (Rahman et al., 2018).

Data transaksi penjualan yang terkumpul dan tersimpan dapat memberikan pengetahuan yang bermanfaat bagi manajemen perusahaan dalam melakukan

usaha-usaha yang terkait dengan peningkatan penjualan misalnya dalam hal menentukan strategi pemasaran. (Hasugian, 2018). Sama halnya dengan Toko METACOM. Toko yang menjual perlengkapan alat tulis dan asesoris computer ini tidak memiliki strategi penjualan yang spesial untuk meningkatkan penjualan mereka serta tidak mempertimbangkan bagaimana cara mempertahankan pelanggan. Proses pembukuan yang terjadi secara manual membuat mereka sering terlambat mendapatkan informasi yang bisa mereka gunakan untuk memperoleh keuntungan.

Konsumen yang berbelanja di Toko biasanya memiliki alasan mengapa mereka memilih berbelanja di Toko daripada dipasar tradisional. Karena Toko dapat memberikan apa yang mereka inginkan seperti kenyamanan, kebersihan, kecepatan dan kerapian produk (Hasugian, 2018).

Toko Metacom merupakan salah satu toko yang masih menggunakan sistem manual dalam pelayanan, laporan, pendataan pelanggan, promosi suatu produk di toko. Selain itu semua toko memberikan pelayanan yang prima untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan dalam mendapatkan pelanggan baru, toko menemukan beberapa kendala dalam proses transaksinya dikarenakan tidak memiliki struk / bukti pembayaran yang masih manual dan tidak adanya data dari pelanggan yang disimpan, hal ini menyebabkan toko mengalami kesulitan dalam mendata pelanggan yang setia belanja ditoko tersebut.

Untuk membantu Metacom dalam mengatasi permasalahan tersebut, maka dibangunlah sebuah sistem dengan konsep Customer Relationship Management (CRM). Customer Relationship Management (CRM) merupakan salah satu sarana untuk menjalin hubungan yang berkelanjutan antara perusahaan dengan pelanggannya, dengan memanfaatkan CRM perusahaan akan mengetahui apa yang

diharapkan dan dibutuhkan pelanggannya, strategi pengelolaan pelanggan, mulai dari proses pemasaran, penjualan hingga purna jual-layanan penjualan, yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, yang mengarah pada loyalitas pelanggan.

Salah satu strategi bisnis yang cocok digunakan adalah Customer Relationship Management (CRM). Dengan Customer Relationship Management merupakan sebagai proses dimana suatu perusahaan membangun aliansi jangka panjang dengan pelanggan dan calon pelanggan, bekerja sama untuk mencapai satu tujuan yang ditentukan. Tujuan tersebut dipenuhi dengan memahami kebutuhan pelanggan, memperlakukan pelanggan sebagai mitra, menjamin bahwa pegawai memenuhi kepuasan pelanggan dan memberikan kualitas yang baik kepada pelanggan (Ahmadi,2021).

Customer Relationship Management (CRM) mengkombinasikan kebijakan, proses, dan strategi yang diterapkan organisasi menjadi satu kesatuan yang digunakan untuk melakukan interaksi dengan pelanggan dan juga untuk menelusuri informasi pelanggan. Pada era saat ini, implementasi Customer Relationship Management (CRM) selalu akan menggunakan teknologi informasi untuk menarik pelanggan baru yang menguntungkan, hingga mereka memiliki keterikatan pada perusahaan (Surtinah et al.,2020).

Penerapan Customer Relationship Management (CRM), diharapkan mampu membuat pelanggan menjadi setia kepada perusahaan sehingga hubungan yang terjadi tidak hanya hubungan antara penjual dan pembeli, tetapi lebih mengarah kepada suatu hubungan mitra. Perusahaan menjadi lebih memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan sehingga pelanggan tidak akan

berpaling kepada pesaing. Dapat dibayangkan, seberapa besar keuntungan yang dilepaskan begitu saja jika kita tidak memperdulikan kepuasan pelanggan (Norenta Sitohang, 2019).

Customer Relationship Management (CRM) memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam mendapatkan informasi yang rinci mengenai pelanggan dan berlaku sebaliknya bagi pelanggan yang bisa mendapatkan informasi lebih cepat tepat dan akurat, untuk mendukung proses tersebut ditambahkan juga fitur Notifikasi data tagihan pembayaran pelanggan sebelum waktu pembayaran tersebut, serta menampilkan data grafik pelanggan yang sudah selesai melakukan pembayaran tagihan.

Untuk menentukan pelanggan mana yang paling banyak transaksi di toko perlu adanya sistem pendukung keputusan agar proses penentuan pelanggan berjalan dengan efisien dan akurat. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk pendukung keputusan adalah metode TOPSIS. Metode TOPSIS merupakan metode penilaian yang ditafsirkan dapat memberikan setiap objek untuk dievaluasi nilainya secara spesifik.

TOPSIS (Technique For Others Reference by Similarity to Ideal Solution) adalah salah satu metode pengambilan keputusan multikriteria yang pertama kali diperkenalkan oleh Yoon dan Hwang pada tahun 1981. TOPSIS menggunakan prinsip bahwa alternatif yang terpilih harus mempunyai jarak terdekat dari solusi ideal positif dan terjauh dari solusi ideal negatif dari sudut pandang geometris dengan menggunakan jarak Euclidean untuk menentukan kedekatan relatif dari suatu alternatif dengan solusi optimal. Solusi ideal positif didefinisikan sebagai jumlah dari seluruh nilai terbaik yang dapat dicapai untuk setiap atribut, sedangkan

solusi negatif ideal terdiri dari seluruh nilai terburuk yang dicapai untuk setiap atribut (PH Silalahi et al., 2021).

Semakin ketatnya persaingan dan tingginya tuntutan pelanggan terhadap tingkat layanan perusahaan maka perusahaan berlomba-lomba menyediakan koleksi, penawaran dan pelayanan terbaiknya bagi pelanggan dengan memberikan rekomendasi produk yang dijual, agar tidak terjadinya tingkat penurunan pada perusahaan tersebut maka perusahaan harus mempunyai strategi agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan (Denniswara, 2018) .

Daya saing yang tinggi merupakan indikator kinerja perusahaan yang baik. Untuk itu setiap perusahaan harus meningkatkan mutu pelayanan terhadap pelanggannya. Kualitas layanan merupakan aspek penting dalam menjaga loyalitas pelanggan. Perusahaan yang gagal memberikan kepuasan bagi pelanggannya akan menghadapi masalah yang lebih kompleks dikarenakan munculnya dampak bad word of mouth (seperti: protes, complaint, atau pun kritikan) dari pelanggan (Atlas et al., 2019).

Sebagaimana masalah yang ada di Toko Metacom diatas, maka dengan menggunakan metode CRM toko dengan mudah memperoleh informasi pelanggan serta toko dapat mempererat hubungan antara pembeli dengan penjual. Dengan dikombinasikan metode TOPSIS untuk mencari produk mana yang harganya paling tinggi serta susah terjual karna harganya dengan begitu maka akan diberikan diskon jika pelanggan membeli dengan jumlah tertentu, sebagaimana terciptanya mempertahankan pelanggan ditoko Metacom.

Dari uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengangkat masalah tersebut menjadi laporan Tugas Akhir dengan judul:

“CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT UNTUK MEMPERTAHANKAN PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE TOPSIS PADA TOKO METACOM”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis memberikan Rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Teknik TOPSIS dapat membantu sistem Custom Relationship Management (CRM) dalam mempertahankan pelanggan di Toko Metacom?
2. Bagaimana peran Sistem Penunjang Keputusan dalam mempertahankan pelanggan bagi Toko Metacom kedepannya?
3. Bagaimana strategi pemasaran TOPSIS berbasis CRM dapat meningkatkan penjualan Toko Metacom?

1.3 Hipotesa

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penulis juga dapat menarik hipotesa-hipotesa yang dapat memberikan kesimpulan sementara sebagai acuan penulis dalam penyelesaian penelitian ini, antara lain:

1. Dengan adanya Customer Relationship Management (CRM) ini, diharapkan Toko Metacom dapat meningkatkan loyalitas terhadap pelanggan.
2. Dengan adanya sistem Custom Relationship Management (CRM) ini, diharapkan Toko Metacom dapat memanfaatkan informasi dan pengetahuan yang diperoleh sehingga bisa menggunakannya semaksimal mungkin.
3. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat dengan mudah mempertahankan loyalitas pelanggan serta meningkatkan penjualan bagi Toko Metacom.

1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian berjalan sesuai dan terarah, ada baiknya menerapkan Batasan masalah agar tidak menyimpang dari tujuan. Adapun Batasan masalah sebagai berikut :

1. Bahasa pemrograman yang di gunakan adalah Bahasa pemrograman PHP dan MySQL.
2. Sistem CRM yang dibangun berguna untuk menampilkan informasi pelanggan dan produk yang dijual.
3. Sistem TOPSIS yang dibangun berguna untuk meningkatkan kepuasan pelanggan serta mempertahankan pelanggan.
4. Objek dari penelitian ini merupakan toko penjual alat tulis dan aksesoris yaitu Toko METACOM

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan dan mempertahankan pelanggan pada Toko Metacom.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mempermudah penginputan barang yang dilakukan secara manual.
3. Penelitian ini diharapkan menambah wawasan serta pengetahuan pembaca untuk terus berinovasi.

1.6 Manfaat penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang ingin dicapai penulis adalah sebagai berikut :

1. Penelitian memberikan manfaat dalam meningkatkan skala penjualan produk.
2. Penelitian menambah wawasan dan pengetahuan pembaca dalam melakukan strategi pemasaran.
3. Penelitian memberikan kenyamanan bagi pelanggan sehingga pelanggan lebih nyaman berbelanja di Toko Metacom.

1.7 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.7.1 Sekilas Tentang Toko Metacom

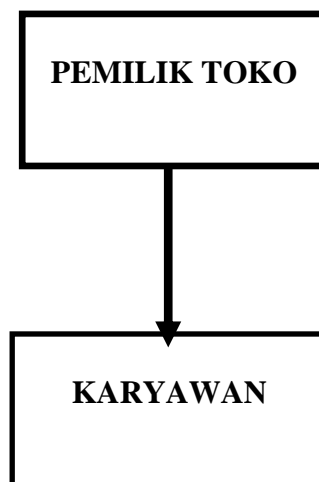
Toko Metacom adalah suatu bisnis yang bergerak di bidang penjualan aksesoris computer, buku-buku, alat tulis, dll. Bisnis ini didirikan oleh Bapak Amrizal.S.Sos dan Ibu Meta Harlinda. S.Pd pada tahun 1998. Awalnya, Bapak dan Ibu mengelola bisnis ini bertahap dari awal mula hanya berdua. Hingga pada akhirnya beliau memutuskan untuk merekrut 1/2 orang karyawan yang bisa menggantikannya mengelola Toko.

Metacom menjual berbagai macam aksesoris computer, buku-buku, alat tulis, service computer dan laptop, cetak foto dan lain sebagainya.

Toko Metacom berlokasi di Depan Klinik BIDAN ANI, Jl. Dr. Moh. Hatta, Cupak Tengah, Kec. Pauh, Kota Padang, Sumatera Barat 25162. Lokasi toko yang berada tepat di pinggir jalan membuat toko cukup sering didatangi pengunjung. Toko beroperasi mulai pukul 7.00 sampai dengan 22.00 WIB.

1.7.2 Struktur Organisasi

Organisasi digunakan sebagai wadah untuk mengoperasikan bagian-bagian serta fasilitas yang ada sehingga tujuan perusahaan tercapai. Melalui struktur organisasi, peran dan tanggung jawab tiap jabatan menjadi jelas.



Gambar 1.1 Struktur Organisasi Toko Metacom

Sumber: (Toko Metacom)

Fungsi dari masing-masing bagian adalah sebagai berikut:

1. Pemilik

Pemilik memiliki fungsi yaitu mengontrol dan mengatur keadaan toko. Pemilik memiliki tanggung jawab sebagai ketersediaan barang dan mengatur pemesanan barang di toko.

2. Karyawan

Karyawan memiliki beberapa peran, yakni sebagai berikut:

- a. Melayani pelanggan sebaik-baiknya.
- b. Mencatat ketersediaan stok
- c. Bertanggung jawab mencatat semua transaksi kedalam nota dan buku penjualan.