

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada bisnis jasa persaingan untuk mendapatkan pelanggan merupakan hal yang wajar. Banyaknya usaha-usaha dengan jenis yang sama membuat pemilik bisnis jasa harus memiliki strategi-strategi yang tepat dalam meningkatkan daya beli pelanggan. Pelanggan merupakan salah satu bagian terpenting dari sebuah bisnis. Bukan hanya berlangganan, tapi mereka pun dengan senang hati memberi rekomendasi sebuah bisnis jasa pada orang lain. Sehingga bertambahnya jumlah pelanggan akan membuat bisnis jasa terus berkembang.

Dalam sebuah bisnis jasa tentu ada pula pelanggan yang hanya sekedar melakukan order beberapa kali saja. Pelanggan loyal merupakan pelanggan yang dengan senang hati akan setia berlangganan pada sebuah bisnis jasa. Untuk mendapatkan pelanggan yang loyal tentu kita perlu mendapatkan sebanyak-banyaknya calon pelanggan yang berpotensi untuk menjadi pelanggan loyal. Salah satu ciri yang paling sering terlihat dari calon pelanggan potensial adalah dengan banyaknya pertanyaan seputar produk yang dimiliki dalam sebuah bisnis jasa, dengan tujuan untuk memahami tentang produk jasa yang tersedia.

Oleh karena itu, banyaknya pelaku bisnis jasa harus memiliki strategi-strategi yang tepat dalam meningkatkan daya beli pelanggan. Salah satunya adalah dengan melakukan pendekatan melalui promosi yang dilakukan. Pelaku bisnis bisa melakukannya dengan memberi sebuah hadiah pada pelanggan potensial, maka pelanggan akan semakin setia untuk terus berlangganan memesan produk jasa yang ada.

Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap bisnis jasa seperti *laundry* diharuskan untuk adanya penghargaan (*reward*) adalah sebuah bentuk apresiasi pemilik jasa kepada para pelanggannya. *Reward* yang diberikan bisa berbentuk materil ataupun non-materil. Dalam sebuah perusahaan ada yang namanya insentif, yang merupakan sebuah penghargaan yang perusahaan berikan kepada para karyawannya dalam rangkan untuk menumbuhkan motivasi pada setiap karyawannya untuk mencapai tujuan-tujuan perusahaan. Begitu pula dengan berbagai toko dan bisnis jasa yang memberikan bonus kepada para pelanggannya. Seperti program loyalitas konsumen ini dijadikan sebuah promosi bisnis jasa yang efektif untuk meningkatkan jumlah pelanggannya.

Salah satu bentuk bisnis jasa yang diteliti dalam penelitian ini adalah tempat penyedia jasa *laundry* yaitu Qanif *Laundry*. Untuk menghargai pelanggan yang loyal, penyedia jasa *laundry* ini melakukan pemilihan pelanggan terbaik yang nantinya akan memperoleh *reward* berupa voucher potongan harga. Dengan adanya sistem *reward* ini diharapkan pelanggan akan terus melakukan repeat order.

Untuk memperoleh hasil yang maksimal dalam menentukan pelanggan terbaik, maka tempat *laundry* harus mempunyai kriteria-kriteria dalam menentukan pelanggan terbaik, salah satunya yaitu dengan merancang Sistem Pendukung Keputusan (SPK).

Dari permasalahan yang telah dijelaskan maka dibutuhkanlah sebuah metode untuk memilih urutan yang menjadi pelanggan terbaik di Qanif *Laundry*. Metode yang akan digunakan dalam Sistem Pendukung Keputusan (SPK) ini adalah metode *Simple additive weighting* (SAW).

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya maka akan digunakan metode *Simple additive weighting* (SAW) dengan mengangkat judul “Penerapan Metode Simple Additive Weighting (SAW) Untuk Rekomendasi Penerima *Reward* Bulanan Pada Jasa Laundry”.

## B. Permasalahan

Pemberian *reward* kepada pelanggan selama ini tidak sebanding dengan profit yang didapatkan. Pada sistem yang lama penentuan pelanggan terbaik ditentukan berdasarkan banyaknya frekuensi kunjungan.

Data pada tabel 1.1 diambil salah satu objek penelitian yang mewakili beberapa tempat *laundry*. 4 data *laundry* lainnya dapat dilihat pada lampiran.

**Tabel 1.1** Data *Reward* Qanif *Laundry* Bulan Januari 2021

No	Nama Pelanggan	Frekuensi Kunjungan /bulan	Total Belanja /bulan	Reward	Rank
1	Eka Retna Kemala	4	Rp. 150.000	<i>voucher laundry</i> IDR 30.000	1
2	Fitriyani Ely K	4	Rp. 72.000	<i>voucher laundry</i> IDR 30.000	2
3	Yeli Detasari	4	Rp. 162.000	<i>voucher laundry</i> IDR 30.000	3
4	Laras Astuti	3	Rp. 134.000	<i>voucher laundry</i> IDR 30.000	4
5	Siti Sumarni	3	Rp. 100.000	<i>voucher laundry</i> IDR 30.000	5
6	Arsan Reza	2	Rp. 48.000	tidak dapat <i>reward</i>	6
7	Danur Ristie	2	Rp. 84.000	tidak dapat <i>reward</i>	7

Sumber: Qanif *Laundry*, 2021

Pada tabel 1.1 diperoleh bahwa pelanggan Fitriyani Ely K mendapatkan *reward*. Namun jika dianalisa pada tabel diatas khususnya pada transaksi pelanggan Fitriyani Ely K. dirasa kurang tepat. Karena pemilihannya hanya berdasarkan seberapa sering pelanggan melakukan order saja, jika dilihat dari jumlah transaksi sangat sedikit dibandingkan pelanggan yang lain. Sedangkan jika dilihat pelanggan dengan jumlah pesanan yang banyak tidak terpilih menjadi pelanggan terbaik. Tentunya hal tersebut tidaklah tepat dalam memilih pelanggan potensial. Penyusun menyimpulkan bahwa kriteria penilaian Qanif *Laundry* dalam memilih pelanggan potensial masih belum tepat.

Sehingga penentuan pelanggan potensial yang akan diberikan *reward* secara konvensional masih belum menghasilkan ketidakefektifan dalam proses penentuannya.

### **1. Identifikasi Masalah**

Dari permasalahan diatas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Belum tepat dalam memilih pelanggan terbaik dalam rangka pemberian *reward*.
- b. Belum efektifnya proses penentuan pelanggan terbaik dalam rangka pemberian *reward*.

### **2. Pernyataan Masalah / Problem Statement**

Berdasarkan identifikasi tersebut maka dapat disimpulkan pernyataan masalah yaitu belum tepat dan belum efektifnya di dalam penentuan pelanggan terbaik dalam rangka pemberian *reward* pada jasa *laundry*.

### **3. Pertanyaan Penelitian / Research Question**

- a. Bagaimana penerapan metode *Simple additive weighting* (SAW) untuk proses penentuan pelanggan terbaik dalam rangka pemberian *reward*?
- b. Seberapa layak dan akurat penerapan metode *Simple additive weighting* (SAW) untuk proses penentuan pelanggan terbaik dalam rangka pemberian *reward*?

## **C. Maksud Dan Tujuan Penelitian**

### **1. Maksud Penelitian**

Maksud dalam penelitian ini adalah untuk menerapkan metode SAW dalam penentuan pelanggan terbaik dalam rangka pemberian *reward* pada jasa *laundry*.

### **2. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Mendapatkan pelanggan yang tepat dalam rangka pemberian *reward*.
- b. Mendapatkan proses yang lebih efektif dalam penentuan pelanggan terbaik dalam rangka pemberian *reward*.
- c. Mengembangkan prototipe permodelan komputasi SAW sebagai pendukung keputusan untuk menentukan pemberian *reward* kepada pelanggan jasa *laundry*.

- d. Mengukur ketepatan dan efektifitas penerapan metode SAW dalam penentuan rekomendasi pelanggan terbaik pada jasa *laundry*.

#### **D. Spesifikasi Produk Yang Diharapkan**

Melalui penelitian ini diharapkan terciptanya produk berupa proses dan pengembangan sistem untuk menentukan pemberian *reward* kepada pelanggan terbaik pada jasa *laundry* dengan spesifikasi:

1. Aplikasi menggunakan bahasa pemrograman *PHP* dengan metode *Simple additive weighting* (SAW).
2. Aplikasi yang dikembangkan adalah Aplikasi berbasis Web. Pemilihan program aplikasi berbasis web dikarenakan agar aplikasi mudah diakses.
3. Sistem operasi yang digunakan untuk menjalankan aplikasi bisa bermacam-macam seperti windows, macintosh, linux dan lain-lain. Dengan menggunakan *software browser* yang tersedia pada sistem operasi.
4. Aplikasi menghasilkan keluaran berupa rekomendasi pelanggan terbaik pada jasa *laundry*.

#### **E. Signifikasi Penelitian**

Dalam rangka penelitian ini adalah mengembangkan penerapan permodelan *Simple additive weighting* (SAW) untuk penentuan pelanggan terbaik dalam rangka pemberian *reward* pada jasa *laundry*. Manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

1. Teoritis: Sumbangan pengetahuan dalam penerapan *Simple additive weighting* (SAW) untuk untuk menentukan pemberian pelanggan terbaik dalam rangka pemberian *reward* pada jasa *laundry* secara tepat dan objektif.
2. Praktis: Memudahkan pemilik usaha *laundry* untuk melakukan pemberian *reward* terhadap pelanggan terbaik.
3. Kebijakan: dapat dijadikan referensi acuan dalam sistem pengambilan keputusan penentuan pelanggan terbaik dalam rangka pemberian *reward* pada jasa *laundry* secara tepat dan objektif.

#### **F. Asumsi Dan Keterbatasan Pengembangan**

##### **1. Asumsi**

Asumsi dari penelitian ini adalah:

- a. Penelitian ini dikhususkan untuk menentukan pelanggan terbaik dalam rangka pemberian *reward* yang akurat sehingga menjadi bahan evaluasi pada jasa *laundry*.

- b. Penelitian ini dapat dioperasikan melalui intranet berbasis web.

## **2. Keterbatasan Pengembangan**

Penelitian ini memiliki keterbatasan pengembangan yaitu:

- a. Keterbatasan pada penelitian ini hanya menggunakan metode *Simple additive weighting* (SAW).
- b. Penelitian hanya digunakan untuk menentukan pelanggan terbaik saja.
- c. Data yang diperoleh dan digunakan oleh peneliti merupakan data asli yang dimiliki beberapa tempat *laundry*.
- d. Uji coba produk hanya dilakukan pada pengguna dan ahli *system* yang paham mengenai sistem informasi tidak melibatkan ahli materi.

## **G. Definisi Istilah Atau Definisi Operasional**

1. Pelanggan adalah seseorang atau Lembaga yang meminta jasa pencucian pakaian dan lainnya ke pihak *laundry*.
2. Transaksi adalah sebuah proses jual-beli, pembayaran, dan penerimaan uang.
3. Pemesanan adalah suatu aktifitas yang dilakukan konsumen berupa permintaan pembelian produk.
4. *Reward* adalah sebuah bentuk penghargaan / apresiasi kepada sesuatu yang berprestasi yang diberikan kepada individu atau kelompok.