

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian menjadi salah satu bagian dari dunia bisnis yang berkembang pada setiap harinya, dengan perkembangan ekonomi yang semakin kompetitif di berbagai bidang usaha, pada sebuah industri penjualan persaingan merupakan hal yang wajar. Banyaknya usaha-usaha yang sejenis membuat para pengusaha harus memiliki strategi-strategi yang tepat dalam meningkatkan mempertahankan pelanggan dan memperoleh keuntungan. Strategi ini pula yang membuat persaingan dagang dengan sesama pengusaha semakin sengit. Banyak strategi yang dapat dilakukan oleh para pengusaha, dimulai dari memberikan pelayanan yang baik dan juga respon yang cepat dapat menjadi nilai positif dalam suatu usaha, sehingga pelanggan akan merasa nyaman dan tetap menggunakan jasa dari tempat produksi tersebut atau bisa disebut pelanggan menjadi loyal. Hal ini di jelaskan oleh Ali Hasan (2008, p.83) yang mengatakan bahwa loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang.

Dalam suatu loyalitas, pelanggan menjadi suatu kebutuhan karena memiliki peran penting dalam kelangsungan hidup bisnis maupun kemajuan bisnis. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan (Nasution, 2004, p.47). Dalam sebuah tempat produksi peran pelanggan sangat mempengaruhi, pelanggan yang puas dengan hasil produksi merupakan kepuasan tersendiri bagi para produsen. Faktor-faktor sederhana itulah yang mempengaruhi berkurangnya jumlah pelanggan.

Banyak pesaing bisnis yang menerapkan berbagai macam strategi agar pelanggannya tetap setia menggunakan produk mereka. Salah satu strategi yang bisa diterapkan adalah dengan memberikan *reward* terhadap salah satu pelanggan terbaik. *Reward* ini dapat membuat pelanggan tetap berlangganan kepada pihak yang menerapkan strategi tersebut. Menurut Lupiyoadi (2001, p.134), Pelanggan adalah seorang individu yang secara *continue* dan berulang kali datang ke tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan memuaskan produk atau jasa tersebut.

Penerapan strategi tersebut diharapkan agar pelanggan tidak mengalihkan kepercayaan produksinya kepada tempat usaha lain. Dan tentunya hal tersebut

membuat keuntungan di kedua belah pihak, disisi pelanggan maupun disisi pengusaha. Disisi pelanggan, mereka akan merasa diperhatikan oleh pihak penjual. Sedangkan disisi penjual tidak kehilangan pelanggan terbaiknya.

Namun apabila dalam pemilihan pelanggan terbaik terdapat sebuah ketidaktepatan. Maka hal tersebut dapat menimbulkan permasalahan disisi pengusaha, dimulai dari kerugian dalam pemberian *reward*, kerugian yang dimaksud adalah pemberian *reward* tidak sebanding dengan profit yang didapat.

Ketidaktepatan dalam pemilihan pelanggan bisa dapat mempengaruhi kepercayaan pelanggan lain, mereka akan merasa tidak diperhatikan oleh pihak produsen yang menyebabkan mereka akan beralih melakukan pemesanan ke tempat produksi yang lain. Salah satu tempat produksi yang mengalami permasalahan seperti itu adalah Rofita Bag.

Salah satu bentuk wirausaha yang diteliti dalam penelitian ini adalah tempat produksi tas yang didasari oleh usaha keluarga yaitu Rofita Bag, Produk yang diproduksi diantaranya adalah tas pesanan distro, tas taman kanak-kanak, tas olahraga dan berbagai jenis tas lainnya. Usaha ini mengalami perkembangan yang meningkat terutama dalam pemesanan tas taman kanak-kanak. Dimana setiap tahunnya khususnya pada saat tahun ajaran baru banyak Sekolah taman kanak-kanak yang datang untuk mempercayakan dalam hal produksi tas mereka kepada.

Para pelanggannya pun tersebar dari berbagai daerah yang mempercayakan produksinya. Untuk itulah Rofita Bag mulai membuka cabang tempat produksi di beberapa daerah diantaranya daerah Cikaret, Pabuaran dan Ciriung. Untuk menghargai pelanggan yang loyal, tempat produksi tas ini melakukan pemilihan pelanggan terbaik yang nantinya akan memperoleh *reward* berupa potongan harga dan keringanan pembayaran. Dengan adanya pemberian *reward* diharapkan pelanggan akan terus melakukan *repeat order*.

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

Sistem Pendukung Keputusan merupakan sistem yang mampu mendukung pengambilan keputusan secara semi-terstruktur dan tak terstruktur dengan didukung analisis data dan pemodelan keputusan. Sistem Pendukung Keputusan bertujuan untuk memberikan informasi, dan memberikan prediksi serta mengarahkan kepada pengguna informasi agar dapat mempunyai opsi dalam pengambilan keputusan (Kusrini, 2007, p.15).

Dari permasalahan yang telah diuraikan maka dibutuhkan suatu metode untuk menyeleksi urutan terbaik yang akan menjadi calon pelanggan terbaik di Rofita Bag. Metode yang akan digunakan dalam Sistem Pendukung Keputusan (SPK) ini adalah Metode *Simple Additive Weighting* (SAW).

Dari hasil analisis yang dilakukan, maka diadakan penelitian yang berjudul **“Penerapan Metode Simple Additive Weighting (SAW) untuk Rekomendasi Pemilihan Pelanggan Terbaik Pada Pemesanan Tas Taman Kanak-Kanak.”** yang nantinya penelitian ini dapat diterapkan di beberapa objek yang memiliki bidang yang sama dengan objek penelitian.

## B. Permasalahan

Sistem yang berjalan saat ini di tempat produksi tas yaitu ketidaktepatan pemilihan pelanggan terbaik sehingga pemberian *reward* yang diberikan tidak sebanding dengan profit yang didapatkan. Pada tabel 1.1 ditampilkan data yang berkaitan dengan penjelasan permasalahan diatas, data ini diambil salah satu objek penelitian yang mewakili beberapa tempat produksi tas yaitu data dari Rofita Bag.

Tabel 1.1 Transaksi Penjualan pada Tahun 2019

No	Nama	Total Harga	Jumlah	Pembayaran
1	TK Al-Bahri	Rp 700.000	30	Lunas
2	TK Ar-Royan	Rp 1.080.000	30	DP 75 %
3	TK An-Nashr	Rp 1.650.000	50	DP 75 %
4	TK Al-Amin	Rp 1.280.000	40	DP 50 %
5	TK Al-Ghazali	Rp 1.020.000	30	DP 50 %
6	TK Al-Firdaus	Rp 1.050.000	30	DP 50 %
7	TKA Plus Baiturrahman	Rp 1.870.000	55	DP 25%

Pada tabel diatas diperoleh hasil TK Al-Bahri menjadi pelanggan terbaik. Namun jika diamati pada tabel diatas khususnya pada transaksi TK Al- Bahri. Pemilihan pelanggan terbaik dirasa kurang tepat, karena pemilihan hanya berdasarkan pembayaran yang lunas saja, sedangkan jika dilihat dari Jumlah

pesanannya sangat sedikit dibandingkan dengan pelanggan yang lain, bahkan pelanggan dengan jumlah pesanan yang banyak tidak menjadi pelanggan terbaik. Tentunya hal tersebut tidaklah tepat bagi pelanggan yang lain. Serta kriteria penilaian yang kurang dalam penilaian pelanggan terbaik menjadi faktor selanjutnya yang harus bisa diatasi sehingga pemilihan pelanggan terbaik menjadi tepat.

#### **1. Identifikasi masalah**

Berdasarkan permasalahan yang di jelaskan, dapat diketahui permasalahan yang dihadapi oleh tempat produksi tas saat ini dalam menentukan pelanggan terbaiknya adalah:

- a. Belum efektif dalam proses penentuan pemilihan pelanggan terbaik,
- b. Belum tepat dalam menentukan pelanggan terbaik.

#### **2. Rumusan masalah**

##### **a. *Problem Statement***

Belum tepat dan efektif dalam menentukan pelanggan terbaik.

##### **b. *Research Question***

Berdasarkan identifikasi masalah dan rumusan masalah yang dijelaskan sebelumnya, maka diperoleh pertanyaan terkait penelitian ini yaitu Bagaimana penerapan metode *Simple Additive Weighting* (SAW) dalam pemilihan pelanggan terbaik?

### **C. Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1. Maksud**

Maksud dari penelitian ini adalah penerapan metode *Simple Additive Weighting* (SAW) untuk rekomendasi pemilihan pelanggan terbaik.

#### **2. Tujuan**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Proses pemilihan pelanggan terbaik yang lebih efektif,
- b. Merancang sebuah prototype pendukung keputusan untuk menentukan pelanggan terbaik.

### **D. Spesifikasi Produk yang Diharapkan**

Spesifikasi produk yang diharapkan dalam penelitian dan pengembangan metode *Simple additive Weighting* (SAW) adalah sebuah *prototype* yang menggunakan bahasa pemrograman PHP versi terbaru, *web server* yang digunakan yaitu *apache*, *database* yang dipakai yaitu *mysql* dan dalam

pembuatannya *prototype* ini akan dirancang menggunakan *framework* Codeigniter.

#### **E. Signifikansi Penelitian**

Penelitian ini penting dilakukan dalam rangka menemukan teknik komputasi pemodelan *Simple Additive Weighting* (SAW) untuk menentukan penentuan pelanggan terbaik.

1. Manfaat teoritis adalah untuk memberikan sumbangan penerapan metode *Simple Additive Weighting* (SAW),
2. Manfaat praktis adalah memudahkan manajemen dalam menentukan pelanggan terbaik di tempat produksi tas,
3. Manfaat kebijakan adalah penerapan metode *Simple Additive Weighting* (SAW) mampu menjadi alat pendukung keputusan analisis penentuan pelanggan terbaik.

#### **F. Asumsi dan Keterbatasan**

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

- a. Penelitian ini mampu membuat rekomendasai pemilihan pelanggan terbaik menjadi lebih efektif karena dipilih berdasarkan kriteria dan bobot yang sudah ditentukan,
- b. Manajemen akan menjadi lebih mudah dalam membuat rekomendasi pemilihan pelanggan terbaik.

##### **2. Keterbatasan**

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang diantaranya:

- a. Penelitian yang dikembangkan terbatas pada kekurangan metode *Simple Additive Weighting* (SAW) yang hanya menggunakan pembobotan lokal,
- b. Aplikasi yang akan dikembangkan hanya berbasis intranet, tidak bisa digunakan secara online.

#### **G. Definisi Istilah dan Definisi Operasional**

Berikut ini beberapa istilah dan definisi operasional yang digunakan didalam penelitian ini:

##### **1. Pelanggan**

Pelanggan merupakan orang yang melakukan pembelian terhadap suatu produk, dimana orang ini bukan hanya sekali melakukan pembelian tetapi sudah melakukan pembelian secara berulang-ulang.

## **2. Transaksi**

Transaksi adalah suatu kejadian di dalam dunia bisnis dan tidak hanya pada proses jual-beli, pembayaran dan penerimaan uang, namun juga akibat adanya kehilangan, kebakaran, arus dan peristiwa lainnya yang dapat dinilai dengan uang.

## **3. Pemesanan**

Pemesanan adalah suatu aktifitas yang dilakukan oleh konsumen sebelum membeli barang/jasa sesuai dengan permintaan atau keinginan konsumen.

## **4. Reward**

*Reward* atau penghargaan adalah sebuah bentuk apresiasi kepada suatu prestasi yang diberikan, baik oleh dan dari perorangan ataupun lembaga yang biasanya diberikan dalam bentuk material ataupun ucapan.