

BAB 1

PENDAHULUAN

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya pemahaman dan kesadaran manusia akan pentingnya kesehatan, terdapat pula fenomena di mana terjadi peningkatan permintaan terhadap produk-produk yang menawarkan suplemen serta berbagai macam makanan yang menjanjikan peningkatan daya tahan tubuh serta kesehatan individu yang mengkonsumsinya. Beragam produk yang ditawarkan telah dipasarkan dari cara yang konvensional hingga sistem penawaran yang paling berkembang beberapa tahun belakangan ini, yaitu sistem MLM (*Multilevel Marketing*).

Sistem MLM adalah sebuah jenis pemasaran baru, dimana penjualan dilakukan dengan sistem *direct selling* oleh tiap agen atau distributor. Agen atau distributor tersebut adalah pengguna atau konsumen yang menjadi anggota di perusahaan. Sistem distribusi ini berkembang menuju takap strategi multi distribusi, atau dengan kata lain strategi untuk menghasilkan saluran distribusi masal (Kotler & Keller, 2009: 484) Anggota dari perusahaan tersebut berhak untuk menjadi seorang distributor dan menerima potongan harga dari produk yang ditawarkan sehingga dapat memperoleh keuntungan dari selisih harga jual dan harga beli. Selain itu, rata-rata perusahaan MLM menawarkan sejumlah keuntungan lain seperti komisi dan bonus jika mencapai



suatu target omset tertentu, bahkan bonus berupa perjalanan keluar negeri, mobil hingga rumah.

Di Indonesia sendiri telah banyak beredar produk MLM yang menawarkan berbagai produk, termasuk di dalamnya produk-produk kesehatan sebagai pengganti obat, yang dipercaya juga dapat menyembuhkan berbagai penyakit akut, terutama penyakit degeneratif seperti kanker, gagal ginjal, diabetes dan lain sebagainya.

PT. Melilea Internasional adalah salah satu perusahaan MLM yang secara spesifik menjual produk-produk berlabel Melilea. Produk unggulan Melilea adalah makanan organik yang dikenal dengan merek dagang *Melilea Organic*. Perbedaan mendasar produk ini dengan produk pesaingnya adalah bahwa Melilea adalah makanan dan bukan sekedar suplemen dengan bahan dasar sayur mayur serta tumbuh-tumbuhan yang secara khusus ditanam secara organik. Melilea sendiri mengusung konsep penyembuhan naturopati yaitu sebuah cabang ilmu kedokteran baru yang berusaha untuk menyembuhkan penyakit dengan cara memberi nutrisi kepada organ-organ tubuh yang terserang penyakit tersebut sehingga mampu menyembuhkan diri sendiri. Misalnya: bagi penderita diabetes yang mengalami kerusakan organ pankreas sehingga tidak dapat memproduksi asupan insulin yang cukup bagi tubuh. Pada cabang kedokteran konvensional, penderita diabetes ini akan diberi insulin tambahan yang dapat diminumkan atau disuntikkan sendiri ke dalam tubuh, namun dengan konsep naturopati, pankreas tersebut yang akan diberi nutrisi sehingga perlahan-lahan dapat memproduksi insulin yang cukup lagi dan dengan demikian pasien tidak perlu tergantung pada insulin buatan.

Seperti sistem MLM pada umumnya, cara berjualan produk ini bergantung pada perluasan jaringan. PT. Melilea International pun menumpukan kekuatan distribusinya pada perluasan jaringannya. Setiap orang yang menjadi *member* adalah individu yang berhak untuk membeli dan mendapatkan bonus, melakukan transaksi penjualan, dan mengembangkan jaringan dengan cara merekrut *member* baru. Untuk merekrut *member* baru, syarat yang dibutuhkan sangat mudah. Cukup dengan membeli dan mengisi formulir dan menyerahkan fotokopi identitas, seorang dapat disebut sebagai *member* yang terdaftar dan dapat melakukan transaksi selanjutnya. Masa keanggotaan seorang *member* pada sistem ini tidak terbatas dan berlaku sekaligus untuk suami dan istri, bahkan jika jaringan *member* tersebut berkembang padahal *member* tersebut telah tiada, maka *membership* tersebut dapat diwariskan pada anak atau keluarga yang telah ditunjuk sebagai ahli waris.

Namun demikian, PT. Melilea International masih memiliki beberapa kekurangan yang menghambat kenyamanan dan kemudahan untuk bertransaksi bagi para *member*-nya. Kekurangan tersebut antara lain terletak pada kurangnya jumlah kantor distribusi resmi. Saat ini, kantor pusat PT. Melilea International (atau yang disebut dengan Wisma Melilea) berlokasi di Jakarta dengan cabang resminya yang terletak hanya di kota-kota besar yaitu dua lainnya di Jakarta dan masing-masing satu di Surabaya, Batam, Tangerang, Bandung, Medan, Yogyakarta, Pekanbaru dan Makasar. Hal ini menyebabkan para *member* yang berada di daerah-daerah kecil seperti di Ambon, Tarakan dan lainnya mengalami kesulitan untuk melakukan proses pemesanan ke kantor pusat tersebut. Untuk membantu mengatasi hal tersebut,

member yang telah terqualifikasi dan mampu menyediakan tempat, dapat menjadi stokis. Namun karena stokis tersebut bukan cabang resmi, maka transaksi yang dilakukan masih bersifat manual dan tidak otomatis terhubung dengan sistem yang *online* dengan Melilea pusat. Hal ini justru dapat memperkeruh masalah jika pada akhir bulan terdapat anggota yang merasa telah melakukan pembelian di stokis tidak menerima poin yang seharusnya diterima. Hal lain yang terjadi walaupun tidak sering adalah kesalahan pengiriman barang sehingga *member* yang melakukan pemesanan terhambat proses penjualannya.

Selain masalah di atas, keterbatasan waktu dan tempat untuk melakukan pertemuan menjadi hambatan tersendiri bagi anggota yang membutuhkan konsultasi terutama dalam hal melakukan analisis jaringan, karena dalam setiap pertemuan tersebut dilakukan transfer pengalaman dan *product knowledge*. Hal ini seringkali memicu ketidakmampuan pengembangan jaringan yang pada akhirnya dapat mengecilkan semangat *member* dalam mengembangkan jaringannya.

Melilea telah berusaha menyediakan sebuah *website* untuk menanggulangi permasalahan tersebut, namun *website* tersebut hanya berfungsi sebagai penyedia laporan yang terkait dengan perkembangan jaringan, pemantauan poin jaringan, pemindahan poin dari *upline* yang sudah berqualifikasi kepada para anggota jaringannya, melihat rincian penerimaan bonus dari bulan ke bulan dan analisis jaringan secara kasar. Sedangkan untuk melakukan transaksi lainnya, seperti transaksi pemesanan, pengumuman, serta analisis jaringan secara mendetil masih harus dilakukan secara manual. Permasalahan yang juga timbul adalah, tidak semua

anggota Melilea memiliki perlengkapan seperti komputer atau *laptop* dan akses terhadap internet, sehingga para anggota tersebut pada akhirnya lebih memilih untuk menjadi pengguna saja, bahkan seringkali hanya menjadi pengguna musiman (pengguna yang mengonsumsi ketika barang dapat diperoleh) dibandingkan dengan menggerakkan sistem dan memperoleh keuntungan dari sistem tersebut.

Pada penelitian ini, akan dianalisis secara lebih spesifik bagaimana *m-Commerce* sebagai bagian dari *e-Commerce* Melilea dapat membantu para anggota pengguna alat komunikasi nirkabel yang memiliki GPRS (*General Packet Data Services*) dan jaringan 3G untuk melakukan transaksi seperti pendaftaran anggota baru, pemesanan dan juga mendapatkan bantuan analisis jaringan secara *online*. Di sini *m-Commerce* akan membantu pelaksanaan strategi CRM (*Customer Relationship Management*) pada salah satu *output* MKIS (*Marketing Information System*), yaitu *output* tempat *Decision Support System* pada MKIS diharapkan akan dapat mengganti sarana pengolahan data terus menerus ter-*update* sehingga anggota dapat memperoleh informasi dari konsultasi yang dilakukan melalui DSS dan perusahaan dapat meningkatkan kualitas layanan pada para pelanggan serta mencapai keunggulan bersaing.

1.2 Perumusan Masalah Penelitian

Dengan latar belakang permasalahan yang telah disebutkan di atas maka ditetapkan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana desain *database* DSS pada MKIS untuk mendukung strategi CRM dengan menggunakan *m-commerce* pada PT. Melilea International sehingga dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendesain DSS pada *database* MKIS untuk mendukung strategi CRM dengan menggunakan sarana *m-commerce* pada PT. Melilea International sehingga dapat mencapai keunggulan bersaing bagi perusahaan.

1.4 Manfaat

1. Bagi Peneliti

Selain untuk menyelesaikan tugas akhir perkuliahan, penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu peneliti mengenai penggunaan sistem dalam dunia nyata.

2. Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini adalah membantu PT. Melilea International dalam meningkatkan relasinya dengan para anggotanya, terutama bagi anggotanya memiliki hambatan dalam melakukan transaksi pembelian maupun konsultasi karena terbatasnya akses yang dimiliki. Diharapkan melalui hasil penelitian ini, PT. Melilea International bahkan dapat menambah lagi satu keunggulan bersaing lainnya.

3. Bagi Para Distributor PT. Melilea Internasional

Memberi pelayanan yang melebihi ekspektasi dibandingkan dengan pesaing MLM lainnya, sehingga dapat memacu motivasi *member* untuk menggerakkan jaringannya, terutama yang berlokasi di daerah yang terpencil.