BAB III PERMASALAHAN PERUSAHAAN

3.1 Analisa Permasalahan yang Dihadapi Perusahaan

3.1.1 Temuan Masalah

Berikut ini adalah temuan masalah dalam kinerja laporan PKL, yaitu :

1. (BeautyBar.bync) belum memiliki program loyalty card terstruktur.
2. Pelanggan setia tidak mendapatkan reward atau benefit khusus.
3. Tidak ada sistem poin yang dapat mendorong repeat treatment.
4. Pelanggan harus menghubungi langsung untuk mengetahui ketersediaan slot.
5. Tidak ada informasi real-time tentang jadwal dan layanan yang tersedia.
6. Proses konfirmasi dan reschedule appointment membutuhkan waktu lama.
7. Kurangnya personalisasi layanan berdasarkan data historis pelanggan.

3.1.2 Rumusan Masalah

Beikut ini adalah rumusan masalah dalam laporan ini adalah :

1. Bagaimana implementasi aplikasi WinStamps dalam sistem *loyalty card* pelanggan di (BeautyBar.bync)?
2. Apa saja manfaat yang diperoleh (BeautyBar.bync) dan pelanggan dari penggunaan WinStamps sebagai platform digital *loyalty program*?
3. Apakah terdapat hambatan dalam penerapan WinStamps, dan bagaimana strategi mengatasinya?
4. Sejauh mana aplikasi WinStamps mampu meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan di (BeautyBar.bync)?

3.1.3 Kerangka Pemacahan Masalah

1. Identifikasi metode tracking customer setiap saat ini.
2. Analisis tingkat repeat customer.
3. Evaluasi efektivitas program promosi.

4. Kurangnya kampanye tidak tepat sasaran, sehingga respon lebih rendah.
5. Minimnya insentif untuk customer loyalty.

3.2 Landasan Teori

3.2.1 Pengertian

Reichheld & Schefter (2000) mendefinisikan customer loyalty sebagai kemauan customer untuk terus berbisnis dengan perusahaan dalam jangka panjang, membeli dan menggunakan produk atau layanannya secara berulang, dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Oliver (1997) menjelaskan bahwa customer loyalty adalah komitmen yang mendalam untuk membeli kembali produk atau layanan yang disukai secara konsisten di masa depan, meskipun ada pengaruh situasional dan upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku beralih. Jenis-Jenis Customer Loyalty.

Menurut Griffin (2015), customer loyalty dapat dikategorikan menjadi empat jenis berdasarkan tingkat repeat purchase dan relative attitude:

1.True Loyalty (Loyalitas Sejati).

Tingkat pembelian berulang tinggi

Sikap positif yang kuat terhadap brand.

Menjadi advocate untuk produk/layanan.

2.Latent Loyalty (Loyalitas Tersembunyi).

Sikap positif tinggi tetapi pembelian berulang rendah.

Dipengaruhi faktor eksternal (lokasi, harga, ketersediaan).

3.Spurious Loyalty (Loyalitas Palsu).

Tingkat pembelian berulang tinggi tetapi sikap rendah.

Disebabkan oleh faktor situasional atau convenience.

4. No Loyalty (Tidak Loyal).

Tingkat pembelian berulang rendah.

Sikap tidak positif terhadap brand.

A. Manfaat Program Loyalitas Customer.

Menurut Kumar & Reinartz (2018) mengidentifikasi manfaat utama dari program loyalitas customer:

1. Customer Retention: Meningkatkan retensi pelanggan existing.
2. Customer Lifetime Value: Meningkatkan nilai seumur hidup pelanggan.
3. Cross-selling dan Up-selling: Mendorong pembelian produk/layanan tambahan.
4. Word-of-Mouth Marketing: Menghasilkan rekomendasi positif dari pelanggan.
5. Data Collection: Mengumpulkan data perilaku pelanggan untuk analisis.
6. Competitive Differentiation: Menciptakan diferensiasi dari kompetitor.

B. Konsep Digital Loyalty Card

Menurut Liu (2017), digital loyalty card adalah sistem elektronik yang menggantikan kartu fisik tradisional dengan menggunakan teknologi digital seperti mobile applications, QR codes, reward management.

Bellini et al. (2019) menjelaskan bahwa digital loyalty card system merupakan platform teknologi yang memungkinkan pelanggan untuk mengumpulkan poin, menebus reward, dan berinteraksi dengan brand melalui interface digital.

C. Keuntungan Digital Loyalty Card

Dorotic et al. (2018) mengidentifikasi keuntungan utama digital loyalty card dibandingkan sistem konvensional:

1. Accessibility: Akses mudah melalui smartphone tanpa perlu membawa kartu fisik.
2. Real-time Updates: Update poin dan status secara real-time.

3. Personalization: Penawaran yang dipersonalisasi berdasarkan data pelanggan.
4. Cost Efficiency: Mengurangi biaya produksi dan distribusi kartu fisik.
5. Environmental Friendly: Ramah lingkungan dengan mengurangi sampah.
6. Data Analytics: Kemampuan analisis data yang lebih mendalam.

3.3 Metode yang Digunakan

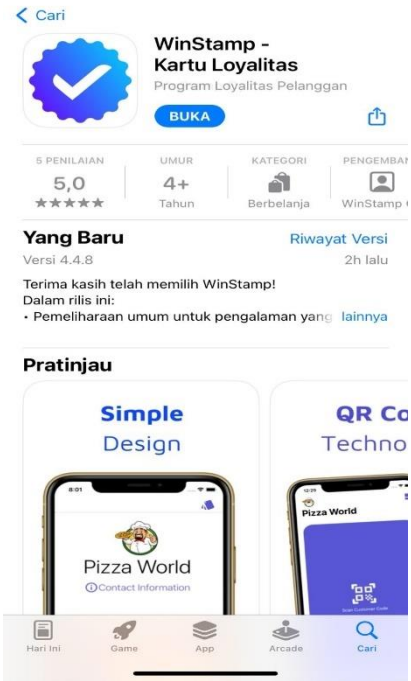
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan aplikasi Winstamp sebagai sistem layanan *loyalty card* bagi pelanggan di (BeautyBar.Bync). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif, dengan pendekatan studi kasus (*case study*). Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana aplikasi Winstamp diterapkan, dikelola, dan diterima oleh pelanggan serta karyawan dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk menggambarkan realitas penggunaan aplikasi Winstamp dalam sistem *loyalty card* di (BeautyBar.Bync).

Menurut Sugiyono (2019), penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

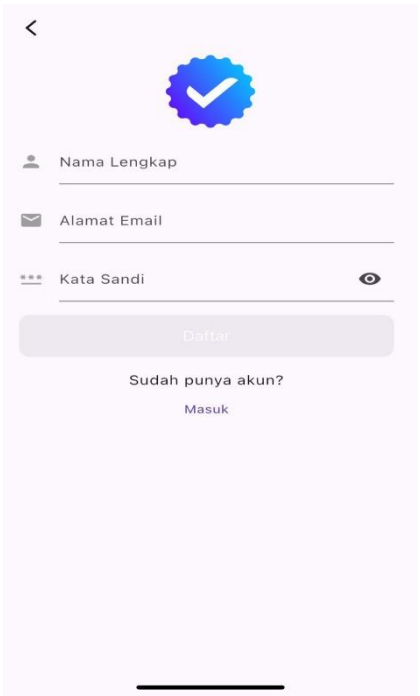
Gambar 3. 1 Loyout Data Customer

3.4 Step by Step Pembuatan Loyalty Digital untuk Customer

Berikut ini adalah syep by step pembuatan loyalty digital untuk customer, langkah pertama melakukan pengistalan aplikasi WinStamp, setelah itu melakukan regitrasi, setelah selesai makan pelanggan dapat login kedalam aplikasi. Setelah login pelanggan mendapatkan kode barcode didalam aplikasi WinStamp untuk di berikan kepada kasir jika selesai maka akan masuk kedalam menu utama aplikasi, berikut ini adalah gambir pembuatan loyalty digital customer.

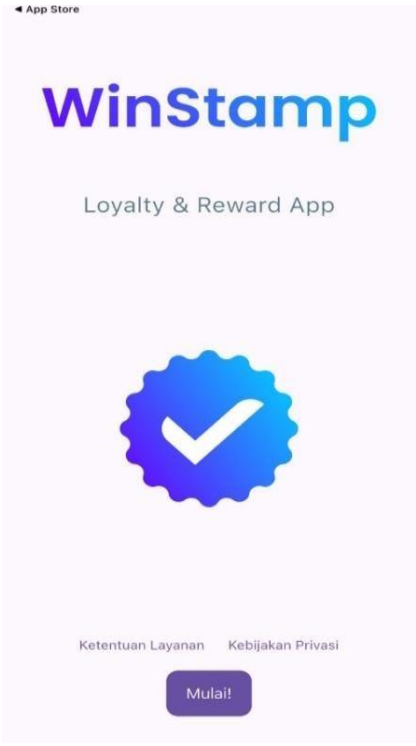


Gambar 3. 2 Instal apk WinStamp



Gambar3. 3.Masukan data diri dan login

Gambar 3. 5 QR Code sudah siap digunakan



Gambar 3. 4 Mulai apk

3.5 Pengisian Loyalty Digital Oleh Admin

Berikut ini adalah tampilan pengisian loyalty digital yang dilakukan oleh admin, dengan cara melaakukan scan QR Code sehingga akan masuk stamp ke aplikasi pelanggan secara otomatis, berikut ini adalah Gambar pengisian loyalty digital oleh admin :

Gambar 3. 7 Scan barcode customer

Gambar 3. 6 Loyalty card sudah di stamp