

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi yang berkembang pesat seperti saat ini menciptakan persaingan bisnis di antara para pelaku bisnis. Banyak perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan usahanya, tidak hanya mengutamakan produk yang memuaskan namun juga memberikan layanan yang terbaik bagi para konsumen.

Salah satu bisnis yang sekarang berkembang adalah bisnis penjualan sepatu. Hal itu membuat jumlah pelaku bisnis sepatu meningkat sehingga muncul persaingan yang kuat antar kompetitornya. Kondisi ini juga dialami oleh toko sepatu Pria Kumis Store yang menghadapi persaingan dan harus mampu mempertahankan eksistensinya di era pemasaran modern saat ini. Fokus utama toko ini untuk bersaing dengan kompetitornya adalah pelanggan. Pelanggan Pria Kumis Store yang fluktuatif menjadi salah satu kendala dalam melakukan pemasaran barang jualannya. Salah satu strategi pemasaran yang relevan untuk diterapkan dalam pemasaran sepatu pada Kumis Store adalah strategi *Customer Relationship Management (CRM)*.

Customer Relationship Management (CRM) adalah sebuah strategi dalam membangun relasi antara penjual dengan pelanggan. Suksesnya CRM dapat memberikan dampak antara lain meningkatkan volume penjualan serta meningkatkan loyalitas pelanggan.

Teknik *data mining* yang digunakan untuk mencari segmentasi konsumen adalah menggunakan teknik *clustering*. *K-Means clustering* adalah sebuah proses untuk membagi objek-objek yang memiliki kemiripan menjadi satu kelompok

(Hamdani, 2020). Pada penelitian ini *clustering* pelanggan didasarkan pada nilai dari 3 atribut: *recency*, *frequency* dan *monetary* (RFM). Ketiga atribut tersebut dapat digunakan untuk melihat nilai pelanggan dalam menentukan tingkat loyalitas pelanggan.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Maskanah et al., 2020) yaitu segmentasi pelanggan menggunakan algoritma *K-Means* dan model RFM untuk perancangan strategi pemasaran didapat hasil dari segmentasi pelanggan terbagi menjadi 3 *cluster* dimana 438 pelanggan berada di *cluster* 0, 106 pelanggan berada pada *cluster* 1, dan 35 pelanggan ada di *cluster* 2.

Penelitian yang dilakukan oleh (Sutresno et al., 2018) yaitu metode *K-Means* untuk mempertahankan pelanggan dengan atribut RFM menghasilkan *cluster* 1, 3 dan 5 merupakan dominan pelanggan di bengkel XYZ dengan total 12.743 (85%) pelanggan *Potential Loyalist* dapat dijadikan prioritas utama bagi pemilik bengkel XYZ dalam menjalankan strategi mempertahankan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Adiana et al., 2018) yaitu analisis segmentasi pelanggan menggunakan kombinasi RFM model dan teknik *clustering* menghasilkan 3 *cluster*, dimana *cluster* pertama dengan 30 pelanggan masuk dalam kategori *typical customers*. *Cluster* kedua terdiri dari 8 pelanggan masuk ke dalam kategori *superstar*. Kemudian 89 pelanggan termasuk dalam kategori *dormant customer*.

Berdasarkan penjelasan yang ada maka penulis mencoba mengambil kesimpulan judul “SEGMENTASI PELANGGAN DALAM PENINGKATAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* PADA TOKO SEPATU KUMIS STORE DENGAN ALGORITMA *K-MEANS*”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana cara toko Pria Kumis Store dapat mempromosikan produknya sehingga dapat membantu dalam mengembangkan usahanya?
2. Bagaimana mengelompokkan pelanggan yang dapat mendukung peningkatan loyalitas pelanggan dan volume penjualan pada Pria Kumis Store?
3. Bagaimana strategi yang dapat diterapkan untuk peningkatan volume penjualan pada toko Pria Kumis Store?

1.3 Hipotesa

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penulis membuat suatu hipotesa, yaitu:

1. Dengan diterapkannya *Customer Relationship Management* berbasis web diharapkan dapat memberi kemudahan kepada pemilik toko untuk mempromosikan produknya sehingga dapat mengembangkan usaha pada toko Pria Kumis Store.
2. Dengan mengelompokkan pelanggan Kumis Store secara alami menggunakan metode *K-Means* dan melihat potensi setiap kelompok pelanggan tersebut terhadap peningkatan volume penjualan.
3. Dengan diterapkannya strategi *Customer Relationship Management* diharapkan bisa meningkatkan volume penjualan pada Pria Kumis Store.

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah penelitian ini, yaitu :

1. Objek dari penelitian ini pada toko sepatu di Kota Padang yaitu Pria Kumis Store.
2. Data yang akan digunakan dalam pengelompokan serta pembangunan *website* ini adalah data transaksi, data produk, detail produk, harga, stok produk, gambar produk, diskon dan data lainnya.
3. Dalam pembangunan website ini menggunakan bahasa pemrograman PHP dan *database management system* yaitu menggunakan MySQL.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Dengan menerapkan *Customer Relationship Management* dapat membantu pelaku usaha untuk mencapai keberhasilan strategi pemasaran.
2. Untuk mempermudah konsumen dalam pembelian dan pembayaran produk sepatu berbasis *website*.
3. Untuk membantu meningkatkan loyalitas pelanggan dan volume penjualan dalam strategi pemasaran pada Pria Kumis Store.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian akan memberikan manfaat bagi :

1. Mengatasi terjadinya resiko penurunan penjualan dalam strategi pemasaran pada toko sepatu Pria Kumis Store.
2. Meningkatkan volume penjualan dalam pemasaran barang-barang pada Pria Kumis Store.

3. Untuk mempermudah dan mempercepat proses order pembelian barang pada Pria Kumis Store.

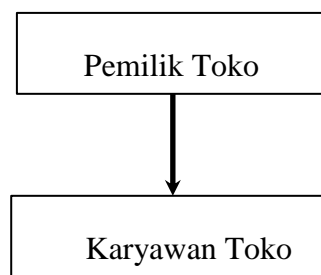
1.7 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.7.1 Sekilas Tentang Andalusia Library and Knowledge Center

Pria Kumis Store merupakan usaha dagang yang bergerak dibidang jual beli sepatu buatan lokal dan kaos kaki beralamat di Jl. Pondok Kopi, Kelurahan Surau Gadang, Kecamatan Nanggalo, Kota Padang yang berdiri sejak Desember 2020. Pria Kumis Store ini hanya menjual sepatu buatan lokal seperti merek ventela, petrobras dan lain-lain. Owner dari toko ini bernama Bapak Muhammad Ramdhani. Selain itu bisnis ini bisa terbentuk karena owner dari toko ini sangat giat menjalankan usahanya, yang awalnya pada tahun 2019 berjualan kaos kaki melalui media sosial dan berlanjut berjualan sepatu sehingga dapat membuka store pada tahun 2020. Pria Kumis Store buka setiap hari pada jam 1 siang sampai jam 11 malam.

1.7.2 Struktur Organisasi

Organisasi digunakan sebagai alat untuk menggerakkan bagian- bagian serta fasilitas yang ada sehingga tujuan perusahaan tercapai melalui struktur organisasi semua tugas dan tanggung jawab masing- masing menjadi jelas.



Sumber : Pria Kumis Store

Gambar 1.1 Struktur Organisasi Pria Kumis Store

Fungsi dari masing-masing bagian adalah sebagai berikut :

1. Pemilik

Pemilik memiliki fungsi yaitu mengontrol sekaligus memantau keadaan toko dan mempunyai hak atas pemesanan persediaan barang dagang.

2. Karyawan toko

- a. Melayani pelanggan sebaik-baiknya.
- b. Mencatat semua transaksi setiap harinya ke dalam buku yang disediakan.