

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Strategi E -marketing mencakup strategi mengenai 4P dan hubungan manajemen ( relationship management ) untuk mencapai tujuan rencana mengenai Product (Produk), Price (Harga), Place (Saluran Distribusi), dan Promotion (Promosi)[1]. E-marketing salah satu element yang di perlukan oleh setiap perusahaan guna untuk menunjang perkembangan perusahaan tersebut. Untuk itu di penggunaan teknologi informasi dalam penjualan berperan vital. E - Commerce atau E – Marketing merupakan suatu sistem atau kerangka berpikir baru padaglobal bisnis, yang menggeser kerangka berpikir perdagangan tradisional menjadi electronic commerce, yaitu menggunakan memanfaatkan teknologi ICT ( Information and Communic ation Technology) , atau menggunakan istilah lain teknologi internet. Definisi e - commerce secara umum adalah “ Proses membeli, menjual, baik pada bentuk barang, jasa ataupun informasi, yang dilakukan melalui media internet”[2]. Namun, dalam menjalani proses E - Marketing dan E – Commerce, tak sedikit pelaku bisnis atau perusahaan yang mengalami kendala di aspek tersebut, sehingga mempengaruhi performa perusahaan , oleh karena itu di perlukan penerapan CRM ( Customer Relationship Management) . Customer Relationship Management adalah strategi bisnis yang memadukan proses, manusia dan teknologi. Membantu menarik prospek penjualan , mengkonfersi mereka menjadi pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada . CRM melingkupi semua aspek yang berhubungan dengan calon pelanggan dan pelanggan saat ini, termasuk di dalamnya adalah pemasaran, penyediaan informasi yang up-to-date, pemesanan produk, dukungan teknis (technical support), layanan lapangan (field service), serta penanganan masalah dan keluhan pelanggan[3]. CRM merupakan bisnis yang menggambarkan suatu strategi penempatan client sebagai pusat proses, aktivitas dan budaya. Konsep ini telah dikenal dan banyak diterapkan untuk meningkatkan pelayanan di perusahaan.[4] CRM juga dapat diawali dengan mengumpulkan informasi, maka perusahaan akan mampu untuk mengetahui kebutuhan dan harapan, serta dapat membangun persahabatan dengan para pelanggan nya[5] Ruang lingkup CRM sendiri melingkupi semua aspek yang berhubungan dengan calon pelanggan dan pelanggan saat ini. Lebih lanjut Customer Relationship Management adalah strategi tingkat korporasi yang berfokus pada pembangunan dan pemeliharaan hubungan dengan pelanggan, jadi CRM lebih menekankan pada pendekatan holistik terhadap falsafah organisasi

yang menekankan hubungan yang erat dengan pelanggan[6].Lalu, konsep CRM dapat diimplementasikan pada usaha kecil untuk membantu meningkatkan dan mendorong kesuksesan sebuah unit usaha[7]. Implementasi konsep CRM yang baik adalah mengorganisasikan proses CRM di sekitar member dan tidak hanya pada fungsi internal perusahaan[8]

Salah satu masalah yang di hadapi oleh toko Care Of Shoes saat ini adalah keluhan pelanggan, pelanggan kerap mengeluh karena sering terjadi kesalahan dalam pesanan jasa . Oleh sebab itu, tak sedikit pelanggan memilih mempercayai jasa lain dari pada toko Care Of Shoes. Tentu nya sangat penting untuk mempertahankan kan pelanggan, memberi kepuasan kepada pelanggan adalah salah satu cara efektif untuk mempertahankan pelanggan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga. Jika variabel pelayanan dapat ditingkatan dan penetapan kebijakan harga bisa disesuaikan dengan harapan dan permintaan pelanggan maka akan diperoleh dampak yang lebih tinggi terhadap kepu asan pelanggan[9].Tak hanya itu, kualitas pelayanan juga memiliki peran penting dalam upaya mempertahankan kan pelanggan .kualitas pelayanan merupakan suatu proses kerja dalam meningkatkan dan mempertahankan perbaikan mutu secara berkelanjutan dari proses produksi, sampai pelayanan yang dihasilkan perusahaan[10].Dan dari itu maka akan tercapailah kepuasan dari pelanggan ,kepuasan mencerminkan penilaian teradap kinerja produk dalam hal ini jika kinerja tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut tidak akan puas, tetapi ketika melebihi ekspektasi maka pelanggan akan puas[11]. Perihal kepuasan pelanggan , ada masalah yang kerap terjadi di toko Care Of Shoes, yaitu terjadi nya kesalahan permintaan, dimana permintaan pelanggan , adalah point utama dari bisnis toko ini. Untuk mengatasi masalah yang ada pada toko, penulis akan menggunakan metode C4.5, yang mana merupakan metode klasifikasi, dan pohon keputusan yang berguna untuk mengeksplorasi data, guna mengatasi kesalahan menginput data permintaan dari pelanggan secara akurat agar mengurangi kesalahan pengerjaan permintaan dari banyak nya pelanggan.C4.5 ini sendiri termasuk dalam metode data mining . Data mining adalah serangkaian proses untuk menggali nilai tambah dari suatu kumpulan data berupa pengetahuan yang selama ini tidak diketahui secara manual[11] Klasifikasi reparasi sepatu di toko Care Of Shoes ini masih menggunakan metode manual, yang mana uraian proses nya adalah pelanggan datang ke toko, lalu menyebutkan masalah yang di alami oleh sepatu , lalu akan di kerjakan oleh toko. Meskipun sederhana , akan menjadi sulit dalam mengklasifikasi masalah secara detail jika banyak pelanggan yang menggunakan jasa toko ini. Dengan metode ini di harapkan toko Care Of Shoes dapat mengurangi kesalahan dalam klasifikasi

masalah dan dapat menguraikan jenis kerusakan di sepatu secara detail dan akurat.

Melihat beberapa alasan diatas, penulis bermaksud untuk membuat penelitian ini memberikan solusi kepada toko yang belum mampu mengklasifikasi kan masalah dengan baik. Berdasarkan studi kasus diatas penulis akan mengangkat judul penelitian dengan judul **“CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT UNTUK MEMPERTAHANKAN PELANGGAN PADA TOKO CARE OF SHOES DENGAN ALGORITMA C4.5”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah yang meliputi:

1. Bagaimana bisnis pada toko Care Of Shoes ini berjalan?
2. Bagaimana penerapan ALGORITMA C4.5 membantu toko mengklasifikasikan data sepatu dengan lebih akurat
3. Bagaimana konsep CRM dapat di implementasikan pada toko Care Of Shoes

## **1.3 Hipotesis**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka dapat di ambil beberapa hipotesa, yaitu:

1. Berdasarkan proses bisnis yang ada di toko Care Of Shoes , toko masih banyak melakukan kesalahan dalam klasifikasi masalah pada tiap sepatu yang akan di reparasi. Diharap kan dengan konsep CRM dengan menggunakan metoda ALGORITMA C4.5, dapat membantu toko mengklasifikasikan data masalah yang ada dalam tiap sepatu secara akurat, sehingga tidak lagi ada kesalahan dalam pengerjaan reparasi sepatu
2. Diharapkan ALGORITMA C4.5 dapat membantu toko mengklasifikasikan data sepatu lebih akurat dengan pohon keputusan yang berguna untuk mengeksplorasi data , guna mengatasi kesalahan menginput data permintaan dari pelanggan

3. Mengimplementasikan CRM pada toko Care Of Shoes dengan berusaha mempertahankan kan pelanggan yang sudah ada dengan cara memperbaiki kesalahan utama pada toko Care Of Shoes yaitu, mengatasi kesalahan input data masalah menggunakan metode ALGORITMA C4.5

#### **1.4 Batasan Masalah**

Adapun batasan yang terdapat pada penelitian ini yaitu:

1. Toko yang di maksud yaitu Toko Care Of Shoes yang berada di Jl. Samudra Kec, Padang Barat, Kota Padang
2. Bagaimana nanti program ini dapat memanfaatkan metode C4.5 untuk mengklasifikasikan data dan mempermudah pekerjaan toko
3. Bahasa pemrograman yang di gunakan untuk membuat program ini adalah *php database mysql*

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian pada sistem ini sesuai dengan perumusan masalah di atas, yaitu sebagai berikut:

1. Mengaplikasikan serta merancang program untuk mempertahankan pelanggan di Toko Care Of Shoes
2. Mempermudah Toko dalam mengerjakan maupu mengklasifikasikan data secara akurat
3. Bertujuan Mempertahan kan pelanggan yang sudah ada pada Toko Care Of Shoes

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Memberikan kemudahan kepada toko dalam mengerjakan masalah pada sepatu dan mengurangi kesalahan identifikasi

2. Customer kembali mempercayakan jasa kepada toko Care Of Shoes
3. Memberikan wawasan dan ilmu bagi peneliti

### **G1.7 Gambaran Umum Perusahaan**

Care Of Shoes adalah Penyedia Jasa cuci sepatu dan reparasi sepatu yang ada di kota padang yang sudah berdiri dalam 3 tahun dan berlokasi di Jl.Samudra , Purus , Kec. Padang Barat.

Pemilik toko ini sendiri bernama Ramzi, toko Care Of Shoes Sudah berdiri sejak tahun 2016. Toko Care Of Shoes memiliki 3 orang karyawan yang sudah bekerja di toko Care Of Shoes sejak toko ini berdiri.

Toko care Of Shoes Juga aktif di sosial media Instagram

[.https://instagram.com/careofshoes?utm\\_medium=copy\\_link](https://instagram.com/careofshoes?utm_medium=copy_link)