

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini perkembangan teknologi informasi berkembang dengan sangat pesat. Secara langsung atau tidak langsung berpengaruh terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk didalamnya dunia bisnis. Hal ini dapat dilihat terutama teknologi berbasis komputer dan internet. Hampir semua aspek telah menggunakan komputer sebagai alat bantu untuk memberikan kemudahan bagi perusahaan. Seperti halnya dalam perdagangan di dunia bisnis yang memerlukan data yang akurat untuk mendapatkan informasi dalam setiap kegiatannya. Kegiatan perdagangan yang sering dilakukan salah satunya adalah penjualan barang.

Penjualan merupakan salah satu unsur penting dalam suatu bisnis di bidang pemasaran, setiap bisnis memiliki tujuan yang umum disetiap langkah dan prosesnya, tujuan yang dimaksud mampu mencapai target yang sudah direncanakan dan mampu menghasilkan pemasukan yang selalu meningkat disetiap tahunnya, selain itu bisnis yang baik memiliki tujuan jangka panjang supaya masa yang akan datang dapat mengalami perubahan ke arah yang lebih baik, dan bisnis juga harus menjaga kerjasama dengan konsumennya agar perusahaannya berjalan dengan baik.

Customer Relationship Management (CRM) adalah proses membangun dan memelihara hubungan jangka panjang yang menguntungkan bagi pelanggan

dan perusahaan (Ayu Abriyanti Chandra Dewi et al, 2015). CRM salah satu strategi yang digunakan untuk mengetahui kebutuhan konsumen dan juga untuk menarik, menjaga atau mempertahankan konsumen agar tetap dekat dengan perusahaan (Monalisa, 2019).

Salah satu bisnis yang fenomena dikalangan masyarakat yaitu bisnis suku cadang motor dimana yang kita tahu bahwa suku cadang motor pasti laris dikalangan masyarakat karena setiap daerah sudah pasti ada kendaraan roda dua digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu toko di Pasaman Barat yang menjual suku cadang motor yaitu “Perisay Motor”, toko tersebut menghasilkan penjualan yang cukup besar setiap tahun, tetapi hasil penjualan yang dihasilkan tidak stabil dan tidak mampu diprediksi kenaikan dan penurunan penjualannya.

Pada penelitian sebelumnya algoritma K-NN pernah diterapkan untuk memprediksi kelulusan tepat waktu bagi Mahasiswa baru pada STMIK Dipanegara. Atribut prediktor yang digunakan adalah nilai NEM, Jenis Kelamin, Agama, Jurusan dan Provinsi. Data yang digunakan adalah data alumni dan Mahasiswa tahun 2004 sampai dengan 2010 sebagai data lama dan data Mahasiswa Tahun 2011 sebagai data baru. Dari hasil perhitungan pengujian akurasi algoritma K-NN mampu menghasilkan akurasi sebesar 83% (Mustakim & Giantika Oktaviani F., 2016).

Pada penelitian sebelumnya algoritma K-NN pernah diterapkan untuk memprediksi penjualan sepatu di Toko Obral Murah Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. Semakin banyak pesaing perusahaan bermunculan mengharuskan Toko Obral Murah untuk merencanakan strategi penjualan. Agar

Toko Obral Murah tetap menjadi Toko favorit dan tidak kalah dengan pesaing-pesaing baru, untuk menghindari hal tersebut maka perlu adanya prediksi penjualan untuk melihat potensi dari para pelanggan dan barang yang disukai pelanggan (Bagus Hardiyanto & Fahrur Rozi, 2020).

Dari penelitian yang dilakukan, dengan mengklasifikasikan hasil penjualan dari “Perisay Motor” untuk mengetahui efektifitas penjualan. Data yang digunakan adalah data hasil penjualan tahun 2022 dan mengklasifikasikan hasil penjualan pada “Perisay Motor” berdasarkan jumlah item atau jenis barang yang mampu terjual. Metode yang digunakan yaitu metode *K-Nearest Neighbor*. Algoritma *K-Nearest Neighbor* (KNN) adalah sebuah metode untuk melakukan klasifikasi terhadap objek berdasarkan data pembelajaran yang jaraknya paling dekat dengan objek tersebut (Wiyli Yustanti, 2012).

K-Nearest Neighbor (K-NN) adalah suatu metode yang menggunakan algoritma *supervised* dimana hasil dari sampel uji yang baru diklasifikasikan berdasarkan mayoritas dari kategori pada K-NN. Tujuan dari algoritma ini adalah mengklasifikasi objek baru berdasarkan atribut dan sampel latih (Yahya & Winda Puspita Hidayanti, 2020).

Berdasarkan penelitian di atas maka penulis mengajukan **“OPTIMALISASI PENJUALAN PRODUK MENGGUNAKAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DENGAN MELAKUKAN KLASIFIKASI PENJUALAN SUKU CADANG MENGGUNAKAN METODE ALGORITMA K-NEAREST NEIGHBORS PADA PERISAY MOTOR”** sebagai judul untuk menyelesaikan tugas akhir kuliah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, rumusan permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana dengan adanya *Customer Relationship Management* dengan menggunakan metode Algoritma *K-Nearest Neighbord* dapat mempermudah dalam memprediksi seberapa banyak penjualan produk suku cadang pada Toko Perisay Motor?
2. Bagaimana dengan adanya *Customer Relationship Management* dengan menggunakan metode Algoritma *K-Nearest Neighbord* dapat mencari perbandingan penjualan produk suku cadang pada Toko Perisay Motor?
3. Bagaimana dengan adanya *Customer Relationship Management* dengan menggunakan metode Algoritma *K-Nearest Neighbord* dapat melihat laporan penjualan pada Toko Perisay Motor?

1.3 Hipotesis

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

1. Dengan adanya *Customer Relationship Management* diharapkan mampu menarik dan menjaga hubungan pelanggan dengan Perisay Motor dengan lebih baik.
2. Menggunakan algoritma *K-Nearest Neighbors* untuk mengetahui peningkatan atau penurunan hasil penjualan pada Perisay Motor.

3. Dengan menggunakan bahasa pemrograman *PHP* dan *database MySQL* dalam pembuatan sebuah *web* akan mempermudah Toko Perisay Motor dalam pengklasifikasian peningkatan atau penurunan hasil penjualan suku cadang motor.

1.4 Batasan Masalah

Untuk mencapai penulisan yang lebih terarah, maka permasalahan yang dibahas perlu dibatasi dan disesuaikan dengan tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini bertujuan agar langkah-langkah dalam pemecahan masalah tidak menyimpang dari yang diinginkan. Batasan yang dimaksud adalah pada penelitian ini, penulis hanya membahas hal-hal yang berhubungan dengan penjualan produk menggunakan *customer relationship management* dengan melakukan klasifikasi penjualan suku cadang menggunakan metode algoritma *k-nearest neighbors* pada Perisay Motor.

1.5 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan yang telah diuraikan di atas, berikut tujuan penelitian yang akan dikaji:

1. Membuat sistem berbasis *Web* menggunakan bahasa pemrograman *PHP*, klasifikasi data penjualan pada Perisay Motor dan sebagainya, dan Membantu Toko untuk mengetahui suku cadang yang paling banyak terjual.

2. Dengan membuat *website* Perisay Motor memiliki informasi secara keseluruhan dan memudahkan bagian penjualan melihat stok barang yang tersedia.
3. Dengan membuat *web* akan mempermudah Toko Perisay Motor dalam pengklasifikasian peningkatan atau penurunan hasil penjualan suku cadang motor.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang dilakukan penulis sebagai berikut:

1. Mengatasi terjadinya resiko penurunan penjualan dan mengoptimalkan strategi pemasaran suku cadang pada usaha Perisay Motor.
2. Untuk mempermudah perusahaan dalam melakukan pengelolaan transaksi dalam perhitungan keuangan pada Perisay Motor.
3. Meningkatkan pendapatan penjualan suku cadang dan kepuasan pelanggan pada Perisay Motor.

1.7 Gambaran Umum Objek

Pada gambaran umum objek ini akan dibahas tentang sejarah singkat berdirinya Toko Perisay Motor, struktur organisasi dan pembagian tugas pada masing-masing bagian serta visi dan misi yang dimiliki oleh Toko Perisay Motor.

1.7.1 Sejarah Berdirinya Perisay Motor

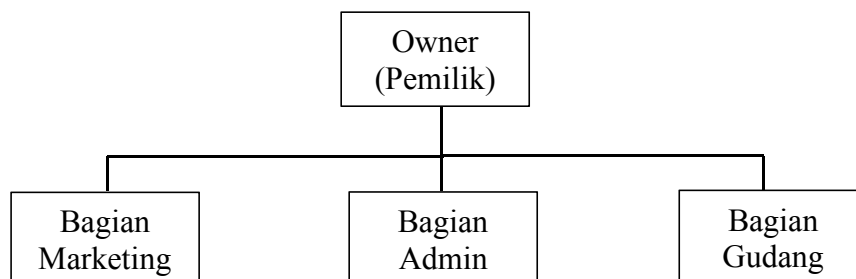
Toko Perisay Motor berdiri sejak tahun 1998 dan bergerak dibidang penjualan suku cadang kendaraan bermotor roda dua, melayani penjualan untuk grosir dan retail. Toko perisay Motor beralamat di jalan Nusantara Timur, Ujung

gading, Kecamatan Lembah Melintang Kabupaten Pasaman Barat Provinsi Sumatera Barat.

Seiring dengan perkembangan zaman dan kian maraknya industri otomotif maka Toko dagang ini pun berkembang, yang awalnya hanya menjual sebagian suku cadang kini Toko Perisay Motor sudah menjadi distributor penjualan suku cadang (*sparepart*) bermotor roda 2 di Pasaman Barat, tepatnya di daerah Ujung Gading.

1.7.2 Struktur Organisasi Perisay Motor

Struktur organisasi merupakan gambaran dari serangkaian tugas-tugas yang tujuannya agar anggota yang berada dalam organisasi itu sendiri dapat bekerja sama dengan baik. Struktur organisasi Toko Perisay Motor dapat dilihat pada gambar 1.1 berikut ini.



Sumber: Perisay Motor

Gambar 1.1 Struktur Organisasi Perisay Motor

1.7.3 Mekanisme dan Aktivitas Kerja Perisay Motor

Adapun dari masing-masing bagian yang terdapat pada Perisay Motor adalah:

1. Owner
 - a. Menentukan tujuan yang ingin dicapai.

- b. Memimpin Toko secara keseluruhan.
- c. Menentukan langkah-langkah dalam pengambilan keputusan.
- d. Menerima hasil laporan pertanggung jawaban dari seluruh aktivitas di Toko Perisay Motor.

2. Bagian Admin

- a. Rekap data Perisay Motor.
- b. Membuat surat kerjasama dengan *supplier*.
- c. Membeli barang pesana ke *supplier*.
- d. Mengecek barang dari *supplier* apakah sesuai dengan *purchase order/PO*.
- e. Menjawab telpon masuk jika customer ingin memesan barang.

3. Bagaian marketing

- a. Melakukan penawaran barang dan harga kepada *customer*.
- b. Melayani *customer* yang ingin membeli *sparepart*.

4. Bagian gudang

- a. Mengecek barang yang ada di gudang masih ada atau sudah habis.
- b. Menginput barang masuk ke gudang dan barang keluar dari gudang.
- c. Membuat *purchase order/PO* barang.

1.7.4 Visi dan Misi Perisay Motor

Visi merupakan gambaran tentang masa depan yang realistik dan ingin diwujudkan dalam kurun waktu tertentu. Misi adalah sesuatu yang harus diemban atau harus dilaksanakan sebagai penjabaran visi yang telah ditetapkan dalam

kurun waktu tertentu untuk menjadi rujukan bagi penyusunan program jangka pendek, menengah, dan jangka panjang.

1.7.4.1 Visi Perisay Motor

Menjadi penyedia *sparepart* kendraan bermotor roda dua terbaik.

1.7.4.2 Misi Perisay Motor

Mengutamakan kualitas produk dan serta pelayanan terbaik bagi mitra bisnis dengan harga yang kompetitif.