

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era perkembangan teknologi saat ini sebagian besar usaha mikro kecil menengah (UMKM) telah menggunakan sistem informasi berbasis komputer. Hal ini berdampak pada pertumbuhan jumlah data yang sangat pesat dan menimbulkan tumpukan data yang berjumlah besar dalam basis data. Dengan volume data yang sangat besar dan terus berkembang, baik dari jumlah record dan jumlah field tentunya akan sangat sulit dianalisa secara manual oleh manusia. Sehingga diperlukan penerapan data mining untuk pengolahan data dan menentukan pola beli konsumen pada usaha keripik balado Salsabilla.

Customer Relationship Management atau CRM adalah sebuah pendekatan atau sistem yang mengelola hubungan antara pihak korporasi (perusahaan) dengan pelanggan pada level bisnis. Sehingga, dapat memaksimalkan komunikasi dan pemasaran melalui kontak dari user yang berbeda. Menjaga hubungan dengan pelanggan dalam jangka panjang dapat meningkatkan prospek bisnis suatu perusahaan. Hal ini adalah alasan mengapa perusahaan harus merancang dan menggunakan strategi yang cukup jelas dalam memperlakukan pelanggan sehingga dapat memaksimalkan nilai jangka Panjang pelanggan (customer lifetime value).

Fp-Growth adalah algoritma yang dapat digunakan untuk menentukan himpunan data yang sering muncul (frequent itemset) di dalam sebuah kumpulan data tanpa menggunakan kandidat generation. FP- Growth merupakan perkembangan dari algoritma apriori, dimana terdapat perbedaannya pada saat melakukan scanning database dan akurasi rulesnya

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh suhada dkk pada tahun 2020. Dengan judul Penerapan Algoritma *Fp-Growth* Untuk Menentukan Pola Pembelian Konsumen Pada Ahas Cibadak. Agar data transaksi penjualan dapat menjadi sebuah informasi yang bermanfaat untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis maka dibutuhkan suatu teknologi yaitu data mining. Algoritma tersebut melakukan analisis terhadap suatu transaksi penjualan pada PT. Selamat Lestari Mandiri Cibadak yang mana bertujuan untuk merancang strategi penjualan atau pemasaran yang efektif, selain itu analisis ini juga dapat menemukan pola pembelian produk-produk yang sering dibeli secara bersamaan atau produk yang memiliki kecenderungan muncul bersamaan dalam sebuah transaksi dari data transaksi penjualan yang pada umumnya berukuran besar. (Suhada dkk, 2020).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh yola dkk pada tahun 2020. Dengan judul Algoritma *Fp-Growth* untuk menganalisa pola pembelian oleh-oleh (Studi kasus di pusat oleh-oleh ummi afa hakim). Data Mining adalah salah satu ilmu komputer yang sering digunakan untuk pengolahan data dan memberikan pola atau hubungan tertentu sehingga dihasilkan informasi yang bermanfaat bagi penggunaannya. Data Mining sering dikaitkan dengan Machine Learning, Artificial Intelligent, dan Statistik. Data Mining adalah proses yang menggunakan teknik statistic, matematika, kecerdasan buatan, dan mesin learning untuk mengekstraksi dan mengidentifikasi informasi yang bermanfaat dan pengetahuan yang terkait dalam database yang besar. Metode Association Rule Mining adalah pola keterkaitan data dalam database dan di bidang usaha retail dikenal dengan istilah analisa keranjang belanja (Market Basket Analysis). Market Basket Analysis adalah metode analisa untuk mengetahui perilaku konsumen secara spesifik dengan

memanfaatkan titik awal pencarian pengetahuan dari suatu transaksi data.(Bunda, 2020)

Dari permasalahan tersebut penulis ingin mengangkat judul penelitian yaitu **“OPTIMALISASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM MENENTUKAN POLA BELI KONSUMEN MENGGUNAKAN ALGORITMA FP-GROWTH PADA KERIPIK BALADO SALSABILA”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bagaimana cara supaya dapat meningkatkan penjualan produk Keripik Salsabilla?
2. Bagaimana memanfaatkan data transaksi yang tersimpan pada Kripik Balado Salsabilla dengan menggunakan algoritma *Fp-Growth* agar dapat memberikan pengetahuan yang berguna dalam membuat kebijakan dan strategi bisnis bagi Keripik Balado Salsabilla?
3. Bagaimana menerapkan algoritma *Fp-Growth* dalam itemset mining untuk mengamati pola belanja konsumen?

1.3 1Hipotesa

Hipotesa merupakan dugaan sementara dimana nantinya akan dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan. Berdasarkan permasalahan yang ada dapat dikemukakan beberapa hipotesa sebagai berikut:

1. Diharapkan dengan mengimplementasikan metode *Fp-Growth* dapat membantu Keripik Balado Salsabilla dalam meningkat penjualan.

2. Dengan menggunakan algoritma *Fp-Growth* untuk memanfaatkan data transaksi yang banyak tersimpan pada Kripik Balado Salsabilla dapat membantu dalam menentukan strategi bisnis bagi Kripik Balado Salsabilla.
3. Dengan ditemukan pola kebiasaan konsumen bisa menemukan produk yang paling diminati atau dibutuhkan pembeli.

1.4 Batasan Masalah

Untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok dalam penelitian ini maka peneliti memberikan batasan masalah ini dengan :

1. Objek penelitian ini dilakukan pada usaha kripik balado Salsabilla
2. Customer relationship management untuk mempertahankan konsumen dan mendapat konsumen baru
3. Dalam pengolahan data menggunakan metode fp-growth dengan penerapan data miner

1.5 Tujuan Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini tujuan yang ingin dicapai diantaranya adalah:

1. Meningkatkan penjualan produk kripik Salsabilla
2. Menerapkan customer relationship management untuk mempertahankan konsumen dan mencari konsumen baru
3. Dapat mengolah data yang ada untuk mendapatkan pola pembelian konsumen

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Menerapkan ilmu yang penulis peroleh selama Pendidikan dan memperluas wawasan dan meningkatkan pengetahuan
2. Dapat membantu keripik balado Salsabilla dalam meningkatkan penjualan produknya
3. Dapat membantu Salsabilla untuk mendapat kan pelanggan baru

1.7 Gambaran Umum Perusahaan

1.7.1 Sekilas Tentang Keripik Balado Salsabilla

Keripik balado merupakan makanan daerah khas sumtra barat dengan demikian menjadikan keripik balado sebagai oleh-oleh khas dari sumtra barat yang banyak diminati banyak orang

Keripik balado Salsabilla merupakan toko rumahan yang menjual keripik. Rumah produksi keripik balado Salsabilla beralamt di jalan jl.perumahan kharisma, kubu dalam perak karakah kota padang.

1.7.2. Visi & Misi Keripik Balado Salsabilla

1. Visi Keripik Balado Salsabilla

“Menjadikan sebagai produk Oleh-oleh (Kripikk) dari Sumtra Barat menjadi produk makanan terbaik”

2. Misi Kripik Balado Salsabilla

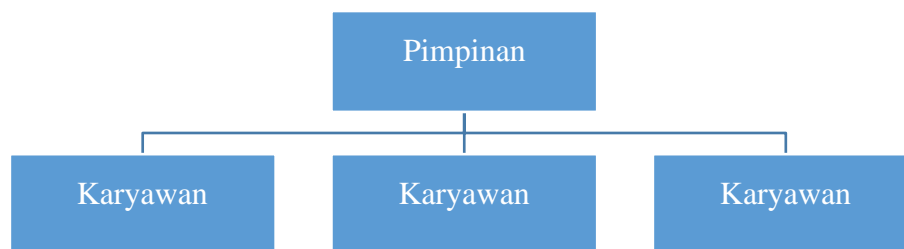
1. Memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen
2. Menjual produk dengan harga yang bersaing dengan pasar

3. Memberikan kepada pelanggan pelayanan terbaik
4. Memberikan suatu kepuasan lebih untuk pelanggan

1.7.3 Struktur Perusahaan

Dengan adanya struktur organisasi diharapkan akan dapat diketahui dengan jelas mengenai tugas, wewenang, dan tanggung jawab di keripik balado Salsabilla.

Struktur organisasi keripik balado Salsabilla dapat dilihat pada



Sumber : Keripik Balado Salsabilla

Gambar 1.1 Struktur Keripik Balado Salsabilla

1.7.4 Tugas dan Tanggung jawab

Berikut adalah uraian pekerja pada keripik balado Salsabilla:

- a. Pimpinan mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:
 1. Memimpin seluruh kegiatan perusahaan
 2. Mengatur dan memutuskan sesuatu
 3. Bertanggung jawab penuh atas keuntungan dan kerugian perusahaan
- b. Karyawan mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:
 - 1.1 Membuat keripik balado
 - 2.1 Melakukan pengemasan pada produk