

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan Teknologi Informasi yang terjadi sekarang ini khususnya di negara kita Indonesia, Teknologi tidak lagi menjadi barang yang aneh, bahkan sangat diperlukan untuk mendukung kinerja dari suatu organisasi. Untuk saat ini tanpa dukungan teknologi informasi sebuah perusahaan mungkin sangat mustahil untuk dapat berkembang. Dalam konteks ini, informasi dapat dikatakan menjadi kunci untuk mendukung dan meningkatkan manajemen perusahaan agar dapat memenangkan persaingan yang semakin lama akan semakin meningkat. Dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat saat ini, bisa dikatakan teknologi informasi dan komunikasi telah memasuki ke segala bidang, salah satunya dibidang bisnis. Bisnis tanpa adanya memanfaatkan teknologi informasi tidak akan bisa maju dan terancam bangkrut. Banyak pelaku bisnis yang memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung kemajuan bisnis dan mendapatkan keuntungan yang diinginkan (Hidayat, 2014).

Penerapan K-means clustering untuk segmentasi pelanggan pada system customer relationship management di Pt.unichem candi Indonesia pada penelitian ini PT.UCI mengalami kendala pada pembagian di discount kepada setiap cabang nya oleh karena itu di penelitian ini peniliti ingin membuat system segmentasi distributor dengan menggunakan metode k-means clustering yang mengacu pada history penjualan.

Hasil sistem memberikan informasi jenis produk yang paling banyak di order dari masing-masing distributor, sehingga manajemen PT. UCI dapat memberikan discount khusus pada distributor tersebut. Dengan adanya Sistem ini, maka dapat disimpulkan bahwa PT. Unichem Candi Indonesia dapat melakukan pengolahan data penjualan dan melakukan analisa segmentasi pelanggan dengan menggunakan metode KMeans (Puteri et al., 2020).

Penerapan customer relationship management (CRM) dalam sistim informasi penjualan kosmetik berbasis web dengan menggunakan metode customer relationship management Penelitian ini menyajikan analisis pengembangan CRM berbasis web dalam Sistem Informasi Pemasaran di Toko ZU MS GLOW SUMUT STOCKIST. Hasilnya adalah aplikasi sistem CRM berbasis web yang dapat mengelola data pelanggan, promosi produk, penjualan produk, data dan pengelolaan layanan pelanggan yang digunakan untuk menyimpan pertanyaan dan keluhan pelanggan untuk membuat hubungan baik dengan pelanggan. Aplikasi ini, Toko ZU MS GLOW SUMUT STOCKIST diharapkan tetap baik hubungan dengan pelanggan atau mendapatkan pelanggan baru, yang pada akhirnya membawa keuntungan bagi perusahaan Dengan metode ini dapat diperoleh hasil berupa terwujudnya sebuah Aplikasi Customer Relationship Management untuk mempermudah, mempercepat dan mengoptimalkan kualitas pelayanan pelanggan (Anggara et al., 2022).

Pengaruh customer relationship management (CRM) terhadap loyalitas pelanggan Unipin. Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk melihat seberapa besar dampak CRM dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas

pelanggan Unipin. UniPin adalah sebuah startup pembayaran voucher game berasal dari Indonesia. Unipin menerapkan CRM dalam bisnisnya. Metode yang diimplementasikan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif, yang mana pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Hasil yang dari penelitian ini menunjukkan bahwa CRM berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas pelanggan dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ dan T Hitung $5.192 > 2.012$, dan kepuasan pelanggan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai signifikansi $0.126 > 0.05$ dan T Hitung $-1560 < 2.012$ (Ibrahim et al., 2021).

Segmentasi Pelanggan Bisnis Dengan Multi criteria Menggunakan K-Means, penelitian ini membahas tentang segmentasi pelanggan yang mana nantinya data ditransformasi ke dalam format lain yang sesuai dengan kebutuhan Analisa dan kemudian pelanggan disegmentasi menggunakan teknik clustering data mining dengan algoritma KMeans. Dari eksperimen, model RFM menerka pelanggan yang loyal ketika resensi, frekuensi dan moneter yang tinggi. Dengan menerapkan multi-kriteria pada segmentasi pelanggan dapat lebih baik dibandingkan dengan hanya kriteria RFM. Sehingga tidak akan salah untuk memperlakukan pelanggan sesuai dengan kelompok yang sudah dibentuk (Wicaksono, 2019).

Implementasi Teknologi Sistem Customer Relationship Management (CRM) Guna Meningkatkan Pelayanan Penjualan Pesatnya perkembangan teknologi komputer, merupakan hal yang sangat penting dan sangat bermanfaat. Salah satu teknologi komputer yang berkembang adalah teknologi internet, dalam upaya pengelolaan hubungan yang baik dengan calon

pelanggan maupun pelanggan, perusahaan menggunakan *customer relationship management* (CRM) yang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan maka perusahaan perlu melakukan program pemasaran dengan menerapkan strategi *customer relationship management* untuk membantu pemasaran (Oktarina, 2022).

Segmentasi karakteristik konsumen mentoring menggunakan metode k-means hierarchical clustering untuk customer relationship management (CRM). Salah satu caranya adalah dengan menerapkan strategi manajemen hubungan pelanggan (CRM). Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan segmentasi karakteristik konsumen dengan metode K-means dan hierarchical clustering, menguji hasil cluster karakteristik konsumen, serta memberikan rekomendasi CRM berdasarkan hasil segmentasi karakteristik pelanggan. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa metode yang lebih optimal yaitu menggunakan K-Means dengan score 0,697 dibandingkan dengan hierarchical clustering sebesar 0,692. Cluster yang di uji mencakup Bulan, Kategori, Pendidikan yang Dituju, dan Jenis Beasiswa. Terdapat tiga cluster yang dihasilkan yakni cluster 1 yang didominasi oleh pelajar mahasiswa, cluster 2 yaitu sebagian besar merupakan karyawan instansi pemerintahan, dan cluster 3 didominasi oleh SMA/SMK sederajat. Dari ketiga cluster tersebut, yang memiliki silhouette coefficient paling besar adalah cluster satu. Berdasarkan clustering yang dilakukan kemudian dihasilkan strategi dari tiap cluster untuk meningkatkan CRM pada OYI (Rahadian, 2022).

Pengaruh Customer Relationship Management (CRM), Desain Produk, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Swarovski Galaxy Mall

Surabaya. Pelanggan merupakan salah satu aset yang berharga bagi perusahaan, terlebih karena pelanggan yang loyal cenderung memiliki komitmen yang cukup tinggi terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Mempertahankan kepuasan pelanggan sangatlah tidak mudah saat ini karena sudah banyak pesaing dibidang yang sama. Sehingga, Kondisi seperti ini membuat perusahaan selalu mengevaluasi feedback dari pelanggan agar perusahaan dapat mempertahankan pelanggan. Maka penulis tertarik dengan judul penelitian “Pengaruh Customer Relationship Management (CRM), Desain Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Swarovski Galaxy Mall Surabaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Customer Relationship Management (CRM), desain produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membeli Swarovski di Galaxy Mall Surabaya. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah purposive sampling yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu. Jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui Google Drive Form agar dapat diisi oleh responden. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa Customer Relationship Management (CRM), desain produk, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Safitri et al., 2021).

Implementasi customer relationship management (CRM) ditoko Handphone rejo cell Tuban. Toko Rejo Cell merupakan tempat menjual Handphone beserta aksesoris yang mefokuskan pada pelayanan dan kualitas

barang yang dijual sangat terjangkau dengan baik. Sulitnya pelanggan mana yang cocok untuk mengetahui produk yang diinginkannya. Hal tersebut menyebabkan semakin menurunnya target penjualan yang ada ditoko tersebut, penelitian ini dilakukan untuk merancang sebuah jaringan antara toko dengan user lebih efektif dan efisien. CRM (Customer Relationship Management) dapat membantu toko untuk membangun kedekatan dengan user dan admin toko dapat menyimpan data user dengan mudah. Dengan membangun sebuah website ini akan dibantu dengan pengembangan system BPMN (Business Process Modeling Notation), Diagrama konteks, DFD(Data Flow Diagram) dan alat perancangan database menggunakan ERD (Entity Relationship Diagram). Sedangkan pembuatan perangkat lunak membutuhkan PHP, MYSQL, dan Notepad++. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perancangan penjualan website dapat membantu pelanggan dalam mengakses informasi mengenai produk yang dijual dan dalam melakukan pemesanan produk, dan toko dapat membangun suatu jaringan kedekatan antar user dengan meningkatkan proses penjualan menjadi lebih efektif dan efisien (Rahayu et al., 2022).

Pembangunan layanan web pendukung penerapan customer relationship management di PT Esensi Solusi Buana. Saat ini PT Esensi Solusi Buana belum memiliki produk yang dapat meningkatkan atau mempertahankan loyalitas dari pelanggan. Maka dari itu dibutuhkan sistem yang dapat meningkatkan loyalitas dari pelanggan sehingga dibangunlah layanan web pendukung penerapan Customer Relationship Management dalam bentuk Business to Business yang diterapkan dalam bentuk Loyalty Program atau

Loyalty System. Loyalty System yang dibangun oleh penulis dengan platform website menggunakan framework Yii2. Metode yang digunakan dalam pembangunan sistem adalah waterfall dimana metode ini berisi analisis, perancangan, pembangunan, pengujian dan pemeliharaan sistem. Dengan adanya sistem ini perusahaan mampu meningkatkan dan mempertahankan loyalitas dari pelanggan yang melakukan transaksi di setiap outlet yang menggunakan produk dari Esensi Solusi Buana. Manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, dan meningkatkan reputasi perusahaan (Putranto, 2020).

Sistem informasi customer relationship management (CRM) dan analisa tingkat loyalitas pelanggan pada toko swalayan Persaingan usaha yang ketat dewasa ini mengharuskan perusahaan untuk berfokus kepada kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Pusat Toko Swalayan yang berada di Jl.P. Tirtayasa, Sukabumi, Kec.Sukabumi, Kota Bandar Lampung yaitu Toko Surya yang menyediakan kebutuhan Pokok Rumah Tangga yang dapat memenuhi kebutuhan Masyarakat Sekitarnya. Saat ini Toko Surya sendiri tidak memiliki aktifitas atau strategi khusus yang menangani pemasaran, pemasaran produk dilakukan secara konvensional dengan cara pelanggan memberikan informasi mengenai tempat, keistimewaan dan produk ke calon pelanggan lain. Dengan masalah yang dihadapi dari toko surya solusi yang ditawarkan bisa menggunakan Sistem Informasi Customer Relationship Management

Berbasis website terkait Sistem Penjualan dan Pemasarannya yang dapat mengontrol proses bisnis dan meningkatkan efektifitas dan efisiensi Bisnis. Penelitian ini menggunakan metode pengembangan sistem RUP (Rational Unified Process). Penelitian ini membangun dan menerapkan sistem Customer Relationship Management (CRM) berbasis Website, mengasikkan Analisa pelanggan terloyal menggunakan metode-metode pengembangan sistem, berupa proses Knowledge Discoveri in Databases (KDD) dan menggunakan Algoritma Naïve Bayes untuk mengolah data yang akan digunakan dan RUP (Rational Unified Process) sebagai metode untuk pengembangan sistem yang akan dibuat (Saleh et al., 2021).

Dengan memanfaatkan teknologi informasi di bidang bisnis akan memberikan dampak positif yang besar untuk jalannya bisnis yang kita bangun diantaranya munculnya peluang bisnis baru (E-Business), mengurangi biaya produksi dan operasional, mempermudah proses komunikasi dan monitoring setiap karyawan, akses informasi dan penyebaran informasi dan komunikasi yang cepat. Jadi peran perkembangan teknologi informasi pada saat ini tidak bisa dipisahkan dari dunia bisnis, karena perkembangan teknologi informasi dapat 2 memberikan berbagai keuntungan dan kemudahan dalam menjalankan aktivitas bisnis. Dalam hal ini Customer Relationship Management adalah salah satu teknologi informasi yang dapat diterapkan pada bidang bisnis. Customer Relationship Management(CRM) merupakan strategi yang diperlukan badan usaha untuk mengoptimalkan keuntungan dengan meningkatkan kepuasan pelanggan. Customer Relationship Management(CRM) digunakan sebagai strategi bisnis untuk

menyenangkan pelanggan dengan cara mengumpulkan informasi pelanggan sehingga menciptakan kesetiaan dan saling menguntungkan (Journal et al., 2017).

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan pada customer relationship management(CRM) yaitu metode K-Means, dimana metode ini merupakan salah satu metode pengelompokan data nonhierarki (sekatan) yang berusaha mempartisi data ke dalam bentuk dua atau lebih kelompok (cluster) yang berkarakteristik sama dimasukkan ke dalam satu kelompok yang sama. Metode K-means adalah mengelompokkan data yang ada ke dalam beberapa kelompok, dimana data dalam satu kelompok mempunyai karakteristik yang sama satu sama lainnya dan mempunyai karakteristik yang berbeda dengan data yang ada pada kelompok lain.

Clustering adalah teknologi fungsi data mining, dan algoritma clustering adalah algoritma yang mengelompokkan beberapa data ke dalam kelompok data tertentu (cluster). Data mining, juga dikenal sebagai Knowledge Discovery in the 3 Database (KDD), adalah aktivitas yang melibatkan pengumpulan dan penggunaan data historis untuk menemukan hukum, pola, atau hubungan dalam kumpulan data besar (. et al., 2020).

Bana Swalayan merupakan tempat yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari .Karena banyaknya pesaing bisnis mengakibatkan terjadinya penurunan jumlah customer . Dengan adanya Customer Relationship Management berbasis web maka dapat mempermudah dan membantu dalam mengatur strategi pemasaran yang baik sehingga bisa meningkatkan pendapatan penjualannya, dan dengan memberikan pelayanan yang terbaik

akan mendorong loyalitas pelanggan dan mempermudah dalam mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan adalah hal yang sangat penting dalam pengembangan strategi bisnis, pelanggan juga merupakan salah satu sumber keuntungan dalam perusahaan. Untuk itu diperlukan suatu pemahaman yang baik tentang pelanggan. Dari permasalahan yang dialami diatas, penulis berkeinginan untuk meneliti permasalahan tersebut dan oleh karena itu, penulis tertarik untuk membahas permasalahannya. Maka penulis mengangkat topik penelitian dengan judul”**OPTIMALISASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DENGAN MENGIDENTIFIKASI TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN ALGORITMA K-MEANS PADA BANA SWALAYAN UJUNG GADING PASAMAN BARAT**”.

1.2 Perumusan Masalah

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

1. Bagaimana Identifikasi tingkat kepuasan pelanggan dengan CRM dan pendekatan KMeans pada Bana Swalayan?
2. Bagaimana implementasi Customer Relationship Management dalam mengidentifikasi kepuasan pelanggan dengan metode kmens clustering dapat diterapkan?
3. Mengapa Customer Relationship Management memiliki peran penting dalam pengembangan usaha Bana Swalayan Ujung Gading Kabupaten Pasaman Barat?

1.3 Hipotesa

Berdasarkan hipotesa di atas maka dapat ditarik beberapa hipotesa yaitu :

1. Diharapkan dengan adanya CRM dan Kmeans dapat mengidentifikasi tingkat kepuasan.
2. Di harapkan penelitian ini dapat menerapkan customer relationship management dalam mengidentifikasi kepuasan pelanggan dengan metode k-means clustering
3. Dengan menerapkan customer relationship management di Bana swalayan diharapkan dapat mengembangkan bisnisnya

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas maka batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Objek penelitian ini pada usaha yaitu Bana Swalayan ujung gading kabupaten pasaman barat.
2. Dalam pengolahan data menggunakan algoritma K-Means dengan penerapan Customer Relationship Management.
3. Sistem aplikasi yang dibangun merancang sebuah website yang dapat memberikan kemudahan dalam mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan dengan bahasa pemograman PHP dan MySQL.
4. Menerapkan strategi bisnis CRM dalam meningkatkan pelayanan pada Bana Swalayan ujung gading Kabupaten Pasaman Barat.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Dengan menerapkan Customer Relationship Management dapat menjawab meningkatkan pemasaran pada Bana Swalayan.
2. Menerapkan strategi bisnis Customer Relationship Management (CRM) untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan dapat mengidentifikasi kepuasan pelanggan dengan pendekatan k means Clustering pada Bana Swalayan.
3. Dengan menerapkan Customer Relationship Management berbasis web dapat menjangkau pelanggan lebih luas pada Bana Swalayan.
4. Untuk mempermudah toko dalam mengidentifikasi kepuasan pelanggan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Mengatasi terjadinya resiko penurunan pelanggan dalam strategi pemasaran pada usaha Bana Swalayan.
2. Mempermudah dalam melakukan identifikasi tingkat kepuasan pelanggan pada Bana Swalayan Ujung Gading.
3. Membantu mengenalkan usaha Ban Swalayan lebih luas kepada masyarakat.
4. Meningkatkan pendapatan penjualan dalam strategi pemasaran usaha Bana Swalayan.

1.7 Gambaran Umum Objek Penelitian.

1.7.1 Sekilas Tentang Bana Swalayan Ujung Gading Kab. Pasaman Barat

Bana Swalayan berdiri pada tahun 2013 yang berlokasi di Jalan Flores Kuamang Kabupaten Pasaman Barat .Bana Swalayan mempunyai lokasi yang strategis sehingga dikunjungi banyak pelanggan.Bana Swalayan selalu menerima pelanggan dengan pelayanan terbaik dan prima agar pelanggan merasakan kepuasan berada di sini.untuk informasi lengkapnya silahkan hubungi nomor yang tertera pada website kami.

Bana swalayan Ini beralamat di Jalan Flores Kuamang Ujung Gading Lembah Malintang Kabupaten Pasaman Barat Sumatera Barat 26572 Indonesia.Untuk nomor yang bisa dihubungi 0852-6484-4447. Setiap hari buka dari jam 08.00 pagi hingga jam 22.00 malam.

1.7.2 Visi & Misi Bana Swalayan Ujung Gading

1.Visi

Menjadi usaha ritel terkemuka dan dikenal di Ujung Gading Kab. Pasaman Barat. Membimbing dan mengarahkan sesuai dengan tujuan dan misi, dengan membentuk Teamwork yang solid berdasarkan kolektivitas dan koordinasi kerja yang Efektif.

2. Misi

1.Meningkatkan daya saing yang mantap dan memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap konsumen.

2. Menyediakan Produk yang lengkap sesuai dengan apa yang dibutuhkan konsumen
3. Menjual produk dengan harga yang sama dengan harga pasar

1.7.3 Struktur Organisasi

Berikut struktur organisasi pada Bana Swalayan Ujung Gading Kab.

Pasaman Barat :



Gambar 1. 1 Gambar Struktur Organisasi

1.7.4 Tugas Dan Tanggung Jawab

1. Pemilik usaha
 - a. Memimpin Perusahaan
 - b. Melakukan kegiatan administrasi
 - c. Menyediakan biaya
 - d. Memberikan tugas kepada karyawan
2. Kasir
 - a. Melayani proses transaksi
 - b. Memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan

- c. Memeriksa dan mencatat data penjualan
 - d. Memberikan laporan keuangan
3. Karyawan gudang
- a. Mendata barang
 - b. Melakukan penataan barang
 - c. Melakukan pemeliharaan barang
 - d. Mengelola stok barang
4. Karyawan pelayanan
- a. Melayani konsumen
 - b. Mendisplay produk di rak
 - c. Menjaga kebersihan area penjualan
 - d. Memberikan label harga
 - e. Peka dan tanggap terhadap konsumen