

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, tingkat penggunaan teknologi semakin meningkat. Penerapan teknologi informasi tidak hanya dirancang untuk mendukung proses bisnis, tetapi juga merupakan sumber peluang untuk memperoleh keunggulan kompetitif. Perusahaan mulai menyadari bahwa nilai lebih akan dihasilkan dari penggunaan teknologi informasi dalam proses bisnis mereka, agar perusahaan benar-benar merasakan nilai dari penerapan teknologi informasi, perlu diukur tingkat efektivitas dan efisiensi yang akan dihasilkan (Darmawan & Wijaya, 2022).

Dalam transaksi penjualan produk, banyak data yang seharusnya dapat memberikan informasi yang penting, namun tidak dimanfaatkan secara maksimal sehingga mengakibatkan data tersebut tertimbun sia-sia. Data transaksi penjualan yang terjadi setiap hari atau bahkan bertahun-tahun akan terus bertambah, dengan data transaksi sebagai laporan dan arsip penjualan bulanan, sering kali dalam kegiatan manajemen toko. Pemanfaatan data penjualan dalam analisis data transaksi toko sangat penting yang berguna untuk menghasilkan informasi dari data penjualan, mengidentifikasi pola penjualan dan merekomendasikan informasi untuk mengoptimalkan penjualan (Prasetya et al., 2022).

Customer Relationship Management (CRM) merupakan salah satu strategi dalam menjalin hubungan dengan konsumen dengan hubungan ini, diharapkan

meningkatkan loyalitas hubungan konsumen dengan toko (Syabania & Rosmawani, 2021). *Costumer Relationship Management* memberikan pendekatan yang menghubungkan semua aspek perusahaan dengan pelanggannya yang meliputi pemasaran, penjualan, dan dukungan pelanggan (Saputra Ade, 2022).

Algoritma K-Means adalah metode pengelompokan data non-hierarki metode ini mengelompokkan data sehingga data dengan karakteristik yang sama dimasukkan ke dalam kelompok yang sama, dan data dengan karakteristik yang berbeda dibagi ke dalam kelompok lain (Muhammad & Defit, 2022). Bertujuan untuk meminimalkan perbedaan dari setiap data dalam kluster dan memaksimalkan perbedaan dari kluster lainnya (Mangu Negara et al., 2021).

Toko Harmony saat ini belum memiliki sistem penjualan yang terkomputerisasi dan masih manajemen toko secara manual. Setiap selesai melakukan kegiatan transaksi pihak toko mencatat secara manual data penjualan ke dalam buku besar. Hal tersebut menyebabkan rentan akan kehilangan data, kurang efektif dan akurat dalam pengolahan data produk serta sulitnya mencari data laporan yang sudah terjadi apabila akan diperlukan kembali.

Karena dengan melihat adanya permasalahan tersebut tujuan dari penelitian ini adalah membangun sistem manajemen penjualan toko terkomputerisasi yang lebih efisien untuk dapat mengelola data penjualan produk, kemudian dapat membantu pihak toko dalam mengetahui pengeluaran serta pendapatan per hari maupun per bulan. Sistem ini juga dapat digunakan

untuk menjual produk secara online dan offline dengan menerapkan konsep *Customer Relationship Management* untuk memudahkan pihak toko dalam mengelola hubungannya dengan pelanggan dan pelanggan dapat membeli produk dimana saja kapan saja dengan mudah. Dengan menggunakan algoritma k-means untuk mengelompokkan penjualan produk berdasarkan produk yang paling banyak diminati dan yang kurang diminati oleh pelanggan, dapat memberikan informasi terbaru bagi pihak toko mengenai produk.

Dari permasalahan tersebut penulis ingin mengangkat judul penelitian yaitu “OPTIMALISASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DENGAN MELAKUKAN SEGMENTASI PENJUALAN PRODUK MENGGUNAKAN ALGORITMA K-MEANS PADA TOKO HARMONY”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas dapat di simpulkan permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana proses sistem penjualan pada toko Harmony saat ini?
2. Bagaimana konsep *customer relationship management* dapat memudahkan pihak toko dalam mengelola hubungan dengan konsumen menjadi lebih baik?
3. Bagaimana penerapan Algoritma k-means dapat membantu pemilik Toko Harmony untuk mengetahui produk yang banyak diminati dan kurang diminati oleh pelanggan?

1.3 Hipotesa

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

1. Diharapkan dengan adanya sistem ini dapat memudahkan pihak toko dalam mengelola manajemen toko.
2. Diharapkan dengan diterapkannya konsep *costumer relationship management* dapat memudahkan pihak toko dalam mengelola hubungan dengan konsumen menjadi lebih baik.
3. Dengan penerapan Algoritma k-means, diharapkan dapat membantu Toko Harmony dalam mengetahui produk mana yang paling banyak diminati dan kurang diminati oleh pelanggan.

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Perancangan *website* ini ditujukan untuk membuat sistem informasi penjualan dan sistem manajemen penjualan di toko.
2. Data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari pembukuan Toko Harmony pada bulan Agustus 2022 sampai Oktober 2022 dan diolah menggunakan algoritma k-means.
3. Dalam pembangunan *website* ini menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL.

1.5 Tujuan Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini tujuan yang ingin dicapai di antaranya adalah:

1. Untuk memudahkan pihak toko dalam mengelola data penjualan produk menjadi lebih efektif dan akurat.
2. Untuk memudahkan pihak toko dalam mengelola hubungan dengan konsumen menjadi lebih baik.
3. Untuk membantu pihak toko mengetahui produk yang banyak diminati dan yang kurang diminati oleh pelanggan.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Membantu memecahkan masalah dalam pengolahan data yang belum efektif dan akurat melalui sistem manajemen penjualan secara terkomputerisasi.
2. Dengan adanya sistem penjualan online dapat membantu pihak toko dalam mengelola hubungan dengan pelanggan menjadi lebih baik.
3. Memberikan informasi baru bagi pemilik toko mengenai penjualan produk berdasarkan jenis pakaian yang paling banyak terjual.

1.7 Gambaran Umum Objek Penelitian

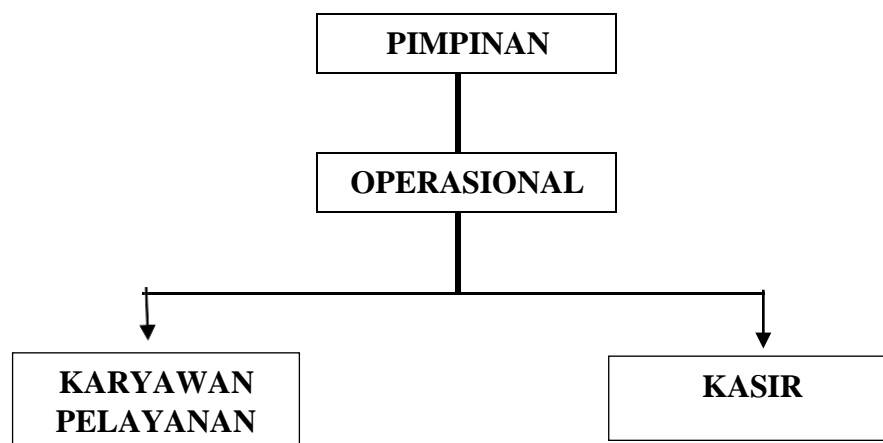
Toko Harmony merupakan salah satu toko yang sudah dikenal oleh masyarakat daerah Solok karena menjual berbagai macam jenis busana pria dari celana, kemeja, kaos, dan jaket tentunya dengan berbagai macam merek ternama seperti lois, watchout, cardinal dan lain-lain. Toko Harmony sudah

menjadi kepercayaan masyarakat sekitar untuk membeli busana pria itu dikarenakan Toko Harmony menyediakan busana berkualitas, orisinal dan tersedia dari berbagai macam merek dan jenis.

Toko Harmony yang beralamat di Jl. KH. Ahmad Dahlan, Ps. Pandan Air Mati Kota Solok. Hidayat merupakan pemilik toko yang sudah berdiri sejak 2009 dan saat ini memiliki 4 orang karyawan, untuk nomor telepon yang dapat dihubungi 0812-6700-7004 dan jam operasional pada toko harmony yaitu buka setiap hari serta melayani pelanggan dari pukul 09.00 pagi hingga pukul 21.00 malam.

1.7.1 Struktur Organisasi Objek

Dengan adanya struktur organisasi diharapkan akan dapat diketahui dengan jelas mengenai tugas, wewenang, dan tanggung jawab di Toko Harmony. Adapun struktur organisasi Toko Harmony dapat dilihat pada tabel 1.7.1 sebagai berikut.



Sumber : Toko Harmony

Table 1.7.1 Struktur Organisasi Toko Harmony

1.7.2 Tugas dan Wewenang

Berikut adalah uraian pekerjaan pada Toko Harmony :

1. Pimpinan mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :
 - a. Memimpin seluruh kegiatan di toko.
 - b. Mengatur dan membagi pekerjaan kepada karyawan.
 - c. Mengatur keuangan toko.
 - d. Mengatur gaji karyawan.
 - e. Bertanggung jawab penuh atas kerugian dan keuntungan yang dialami toko.
 - f. Memiliki hak penuh atas kepemilikan toko.
2. Kasir mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :
 - a. Melayani transaksi di toko.
 - b. Mencatat transaksi penjualan.
 - c. Memberikan laporan keuangan.
3. Karyawan mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :
 - a. Melaksanakan tugas dari pemilik toko.
 - b. Karyawan pelayanan bertugas membantu dan melayani konsumen dalam memilih barang.