

ABSTRACT

WAVIQ SUCI RAHMADANI, GOODS PLACEMENT MANAGEMENT SOLD TO OPTIMIZE CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) AT MENTARI SWALAYAN USING THE APRIORI ALGORITHM

In today's competitive business world, it requires players to always develop their business and also to always survive the competition. To achieve this, there are several things that can be done, namely by improving product quality, adding product types, and reducing company operational costs. One technology that can be used to help business strategy is by utilizing Customer Relationship Management (CRM). By combining CRM and the Apriori algorithm in managing the placement of goods to increase sales. By taking sales transaction data at Mentari Swalayan, the author finally obtained data that could be applied to business strategy. From the research results, it is known that having web-based Customer Relationship Management can make it easier and helpful in organizing a good marketing strategy so that it can increase sales revenue. From the application of the Association Rules, it uses a Minimum Support of 20% and a Minimum Confidence of 50% and produces 30 association rules. The conclusion of this research is to identify items that are purchased simultaneously and then use them to arrange the placement/layout of the items.

Keyword : Customer Relationship Management, Apriori Algorithm, Goods Placement, Mentari Supermarket.

ABSTRAK

WAVIQ SUCI RAHMADANI, MANAJEMEN *PENEMPATAN BARANG YANG DIJUAL* UNTUK MENGOPTIMALKAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* PADA MENTARI SWALAYAN DENGAN MENGGUNAKAN ALGORITMA APRIORI

Dalam persaingan dunia bisnis sekarang ini menuntut para pelakunya untuk senantiasa mengembangkan bisnis mereka dan juga agar selalu bertahan dalam persaingan. Untuk mencapai hal itu, ada beberapa hal yang bisa dilakukan yaitu dengan meningkatkan kualitas produk, penambahan jenis produk, dan pengurangan biaya operasional perusahaan. Salah satu teknologi yang dapat dimanfaatkan untuk membantu strategi bisnis adalah dengan memanfaatkan *Customer Relationship Management (CRM)*. Dengan mengkombinasikan *Customer Relationship Management (CRM)* dan Algoritma Apriori dalam mengatur penempatan barang untuk meningkatkan penjualan. Dengan mengambil data transaksi penjualan di Mentari Swalayan, penulis akhirnya mendapatkan data yang bisa diterapkan pada strategi bisnis. Dari hasil penelitian diketahui bahwa dengan adanya *Customer Relationship Management* berbasis web maka dapat mempermudah dan membantu dalam mengatur strategi pemasaran yang baik sehingga bisa meningkatkan pendapatan penjualannya, dari penerapan *Association Rules* tersebut menggunakan *Minimum Support 20%* dan *Minimum Confidence 50%* dan menghasilkan 30 aturan asosiasi. Kesimpulan dari pembuatan penelitian ini adalah mengidentifikasi barang-barang yang dibeli secara bersamaan kemudian digunakan untuk mengatur penempatan/tata letak barang.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management*, Algoritma Apriori, Penempatan Barang, Mentari Swalayan.