

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Toko Minsy merupakan salah satu toko baju yang lumayan terkenal dengan konsumen heterogen sehingga semua segment masyarakat menjadi pelanggannya. Toko Minsy beralamat di Jl. Soekarno-Hatta, Parik Rantang, Payakumbuh. Sekarang Minsy memiliki dua toko. Yang satu lagi berada di Jl. Soekarno-Hatta no 37, Balai Nan Duo, Payakumbuh 26223.

Pada saat ini sistem penjualan Toko Minsy sudah mencoba penjualan online melalui beberapa platform orang. Penjualan langsung atau pemesanan yang ingin di antarkan ke tempat, bisa di antar Gojek, JNE, atau JNT. Untuk media promosi Toko Minsy ini menggunakan media sosial seperti intagram, facebook dan twitter. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada Toko Minsy ditemukan masalah pelaporan hasil penjualan masih memerlukan waktu yang lama disebabkan pelaporan masih bersifat manual, Untuk mempertahankan pelanggan agar tidak pindah ke toko lain.

CRM adalah strategi inti dalam bisnis yang mengintegrasikan proses - proses dan fungsi-fungsi *internal* dengan semua jaringan *eksternal* untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para konsumen sasaran secara *profitable*. CRM merupakan salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan sehingga dapat menguntungkan untuk perusahaan. Tujuan CRM adalah memberikan kepuasan bagi konsumen, menciptakan

hubungan yang erat, mendapat konsumen baru dan mempertahankan pelanggan lama. CRM merupakan salah satu peran dari *marketing public relations* (Thendywinaryo, C., Sidik, A., & Goenawan, F. 2021 ).

Data mining memiliki beberapa pandangan, seperti *knowledge discovery* ataupun *pettern recognition*. Istilah *knowledge discovery* atau penemuan pengetahuan tepat digunakan karena tujuan utama dari data mining memang untuk mendapatkan pengetahuan yang masih tersembunyi di dalam bongkahan data. Sedangkan istilah untuk *pettern recognition* atau pengenalan pola tepat untuk digunakan karena guna menemukan pola yang tersembunyi di dalam bongkahan data ( Nabila, Z., Isnain, A. R., Permata, P., & Abidin, Z. 2021 ).

K-Means adalah salah satu metode data *clustering* non *hierarki* yang prosesnya membagi data ke dalam bentuk satu atau lebih *cluster* atau kelompok sehingga data yang memiliki karakteristik yang persis dikelompokkan ke dalam satu *cluster* yang serupa dan data yang mempunyai karakteristik berbeda dikelompokkan ke dalam kelompok lainnya. K-Means adalah metode *clustering* berbasis jarak yang membagi data ke dalam sejumlah *cluster* dan algoritma ini hanya bekerja pada atribut yang bersifat *numeric* ( Al Atros, K. S. H. K., Padri, A. R., Nurdiawan, O., Faqih, A., & Anwar, S. 2021 ).

Metode RFM sudah banyak diterapkan dalam beberapa bidang, terutama dalam dunia pemasaran. Pemilihan metode RFM adalah karena metode yang efektif untuk *segmentasi* pelanggan dan objektivitasnya baik. Metode RFM bertumpu pada pemilihan tiga atribut, yaitu *recency*, *frequency*, *monetary*. Berpedoman pada model RFM yang terdiri dari tiga kriteria, maka dilakukan

ekstraksi data dengan atribut-atribut yang di sebutkan tadi ( Yaqin, M. A., Naja, S., Al-Azhar, S. K., & Mahbullah, K. 2019).

Berdasarkan uraian diatas, penulis ingin merancang sistem yang dapat membantu dan mengatasi permasalahan yang ada pada Toko Baju Minsy, Berdasarkan uraian latar belakang yang ada diatas penulis mengambil judul ”*COSTUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* UNTUK MEMPERTAHANKAN PELANGGAN DI TOKO BAJU MINSY MENGGUNAKAN *ALGORITMA K-MEANS* DENGAN ATRIBUT RFM” yang diharapkan mampu memberikan solusi bagi Toko Minsy dalam meningkatkan daya saing dan memasarkan produk-produknya, serta lebih mudah dalam melayani pelanggan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana penerapan Customer Relationship Management dengan metode algoritma K-Means dengan atribut RFM dapat membantu mempertahankan pelanggan di Toko Baju Minsy?
- 2) Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di Toko Baju Minsy?
- 3) Bagaimana penerapan CRM dalam mempertahankan pelanggan Toko Baju Minsy ?

### 1.3 Hipotesa

Hipotesis penelitian ini adalah:

1. Penggunaan metode algoritma *K-Means* dengan atribut RFM pada sistem CRM dapat membantu toko baju Minsy untuk mengelompokkan pelanggannya berdasarkan karakteristik mereka dengan lebih efektif.
2. Penggunaan sistem CRM yang dikembangkan dengan metode algoritma *K-Means* dengan atribut RFM dapat membantu toko baju Minsy untuk menentukan strategi CRM yang lebih efektif untuk setiap kelompok pelanggan.
3. Dengan menggunakan algoritma *K-Means* dengan atribut RFM, implementasi CRM di toko Minsy dapat mempertahankan pelanggan dengan tingkat efisiensi tinggi.

### 1.4 Batasan Masalah

Untuk menghindari terlalu luas permasalahan dan pemecahan masalah, maka perlu dibatasi sistem yang akan dirancang. Batasannya yaitu perancangan sistem yang digunakan untuk mempertahankan pelanggan di toko minsy. Dan data yang digunakan hanya data pelanggan dari penjualan. Metode yang digunakan untuk perhitungan menggunakan Algoritma K-Means dalam pembangunan website menggunakan bahasa pemograman PHP dan MySQL.

## 1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk menerapkan *Customer Relationship Management* dengan metode algoritma *K-Means* dengan atribut RFM untuk mempertahankan pelanggan di Toko Baju Minsy.
- 2) Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di Toko Baju Minsy.
- 3) Untuk membantu pegawai toko dan tokonya sendiri agar dapat mudah dalam mempertahankan pelanggan yang sudah sering membeli.

## 1.6 Manfaat Penelitian

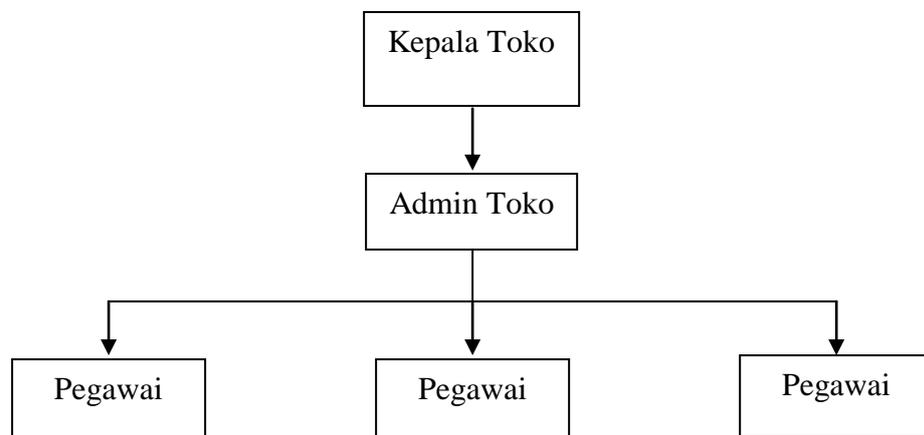
Adapun manfaat yang penulis harapkan jika penelitian ini selesai adalah:

1. Sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi tingkat akhir pada Fakultas Ilmu Komputer jurusan Teknik Informatika pada Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang dan melatih dalam menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dibangku kuliah.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa sumbangan ilmu pengetahuan dan juga referensi untuk penelitian berkaitan selanjutnya.
3. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memantu mempermudah menentukan kriteria pelanggan.

## 1.7 Gambaran Umum Objek Penelitian

Toko Minsy merupakan salah satu toko baju yang lumayan terkenal dengan konsumen heterogen sehingga semua segment masyarakat menjadi pelanggannya. Toko Minsy beralamat di Jl. Soekarno-Hatta, Parik Rantang, Payakumbuh. Sekarang Minsy memiliki dua toko. Yang satu lagi berada di Jl. Soekarno-Hatta no 37, Balai Nan Duo, Payakumbuh 26223.

### 1.7.1 Struktur Organisasi



Sumber : Toko Baju Minsy

**Gambar 1.7.1 Struktur Organisasi**

### 1.7.2 Tugas dan Wewenang

#### 1. Kepala Toko

Orang yang menjabat sebagai manajer punya tanggung jawab atas semua keberlangsungan kegiatan perusahaan. Mulai dari memimpin, mengatur, memberikan bimbingan serta arahan organisasi atau perusahaan. Tentu saja kegiatan ini bertujuan agar perusahaan tersebut

dapat mencapai prestasi yang tinggi. Baik dari segi memproduksi barang yang berkualitas maupun jaminan mutu tinggi.

## **2. Admin Toko**

1. Menjawab chat calon pembeli dan melakukan follow up jika diperlukan.
2. Memproses pesanan.
3. Packing pesanan.
4. Mengirim barang ke kurir.
5. Menangani permasalahan komplain pembeli.

## **3. Pegawai**

Tugas utamanya yaitu melayani konsumen di tempat tersebut untuk membantu menemukan barang yang dicari.