

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini perkembangan teknologi yang semakin lama semakin berkembang suatu manajemen bisnis sangat penting sekali untuk sebuah perusahaan, terutama dalam bidang pemasaran karena semua orang sudah sangat erat sekali dengan dunia teknologi. Salah satu untuk menunjang dalam pemasaran adalah *E-business*, yaitu sebuah teknologi untuk mengembangkan proses bisnis yang terdiri dari proses internal organisasi seperti sumber daya manusia, sistem keuangan dan administrasi serta proses eksternal seperti penjualan dan pemasaran, penyediaan barang dan jasa dan juga hubungan dengan pelanggan. Salah satu untuk menunjang penjualan adalah menjaga hubungan baik dengan pelanggan, atau dengan menerapkan Customer Relationship Management (CRM). CRM tersebut adalah sebuah strategi bisnis menyeluruh dalam suatu organisasi yang memungkinkan organisasi tersebut secara efektif bisa mengelola hubungan dengan para pelanggannya. Customer relationship management (CRM) dapat diartikan sebagai tindakan yang mempertahankan dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan, (Alfian, Suardika, and Septiari 2021).

Pada penelitian sebelumnya dilakukan oleh (Ulfa and Rahmatullah, S 2023), dengan judul penelitian “Analisa Pola Pembelian Konsumen Menggunakan Algoritma Fp-Growth Pada Nusa Ricebowl & Burger”. Penelitian ini menerapkan algoritma FP-Growth dalam melakukan proses data mining untuk menemukan pola pembelian konsumen pada Toko Nusa Ricebowl & Burger. Untuk mencari

frekuensi diantara item dengan nilai support 20% dan confidence 30%. Dilakukan dengan mencari jalur tunggal (single path) yang dikombinasikan ke Conditional FP-Tree yang telah didapatkan.. Hasil keseluruhan yang didapat pada data sampel penjualan diperoleh 22 rule yang terdiri dari 2 rule asosiasi yang memenuhi support 20% dan 2 rule yang memenuhi confidence 30%. Dari 110 data transaksi association rule yang memenuhi syarat $\geq 0,30$ adalah: $P \rightarrow H$ 0,40 (jika konsumen membeli Aqua, maka membeli Nusa Dua) maka dapat disimpulkan bahwa menu Nusa Dua dan Aqua adalah yang paling sering dibeli konsumen secara bersamaan. Dari rule yang telah menghasilkan informasi baru tentang pola pembelian konsumen yang belum diketahui. Hal ini dapat dimanfaatkan untuk membantu pemilik toko menjaga kualitas yang baik pada konsumen.

Pada penelitian sebelumnya dilakukan oleh (Zahrotun and Robbani 2023), dengan judul penelitian “Penerapan Algoritma Eclat untuk Menemukan Pola Asosiasi Antar Barang di Aneka Sandang Collection”. Dalam penelitian ini dilakukan pencarian pola asosiasi antar barang di Aneka sandang Collection. Untuk mencari pola asosiasi antar barang dapat mengimplementasikan metode association rules. Salah satu algoritma association rules adalah Algoritma ECLAT. Algoritma ECLAT digunakan karena lebih efisien dan cepat dalam segi waktu. Tahapan dalam penelitian ini meliputi pemahaman bisnis, data, seleksi data, proses pencarian pola asosiasi ECLAT, dan representasi pengetahuan. Data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 165 transaksi dengan 76 jenis barang. Hasil penelitian menemukan pola asosiasi antar di toko Aneka sandang collection. Pola yang dihasilkan mengacu pada nilai min support 3% dan min confidence 50%. Artinya data transaksi yang memiliki pola asosiasi atau yang dibeli

bersamaan hanya 3 % dari keseluruhan data transaksi dengan tingkat keyakinan 50%. Dari hasil 5 pola asosiasi yang dihasilkan dapat digunakan sebagai rekomendasi Toko Aneka Sandang Collection dalam meletakkan barang Kulot Salur, Kulot Polos, Kulot Plisket, Kuritsa, Kaos Geko dan Kaos ibu-ibu berdekatan.

Penelitian ini dilakukan pada sebuah toko kue yang bernama Toko Hoya Bakery Pondok, tempat tersebut adalah toko yang menjual berbagai kue dan roti, selain itu juga terdapat minuman seperti kopi dan yang lainnya untuk menemani pada saat menyantap makanan. Ada beberapa permasalahan terjadi pada toko tersebut seperti ada beberapa kue yang kurang diminati oleh pelanggan sehingga kue tersebut menjadi terbuang karena tidak ada transaksi pembelian pada kue tersebut. Selain itu ada beberapa kue yang banyak dicari oleh pelanggan tetapi kue tersebut malah tidak tersedia atau habis. Hal tersebut menjadi sangat berpengaruh terhadap omset penjualan karena ada beberapa keinginan pelanggan yang belum bisa terpenuhi oleh pihak toko.

Untuk mengatasi permasalahan diatas, maka penelitian ini mengusulkan untuk membuat system yang memfasilitasi toko dalam mengolah data pelanggan dan data transaksi menggunakan Algoritma Apriori. System tersebut berbasis web sehingga mudah dalam penggunaannya. Algoritma apriori merupakan pengambilan data dengan aturan asosiatif (*association rule*) bertujuan untuk mencari kemungkinan kombinasi yang sering muncul (*Frequent*) dari suatu set item. Algoritma Apriori memiliki fungsi untuk membantu menemukan pola pada data (*frequent pattern mining*) untuk menentukan frequent itemset yang menggunakan metode Association Rule dalam data mining, (Darmawan et al. 2022).

Dari permasalahan tersebut penulis akan mengangkat judul penelitian yaitu:
“PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA TOKO HOYA BAKERY UNTUK MENENTUKAN POLA PEMBELIAN PELANGGAN MENGGUNAKAN ALGORITMA APRIORI BERBASIS WEB”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah yang meliputi:

1. Bagaimana penelitian yang dilakukan dapat membantu pihak toko dalam mengelola stok kue yang ada ?
2. Bagaimana penelitian yang dilakukan dapat membantu pihak toko dalam mengelola data pola pembelian pelanggan ?
3. Bagaimana penelitian yang dilakukan dapat membantu pihak toko dalam menaikkan omset penjualan ?

1.3 Hipotesa

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka dapat di ambil beberapa hipotesa, yaitu:

1. Diharapkan penelitian yang dilakukan dapat membantu pihak toko dalam mengelola data persediaan kue yang ada sehingga dapat memenuhi semua kebutuhan pelanggan.
2. Diharapkan penelitian yang dilakukan dapat membantu pihak toko dalam mengelola data pola pembelian pelanggan.

3. Diharapkan penelitian yang dilakukan dapat membantu dalam melakukan strategi pemasaran sehingga dapat menaikkan omset penjualan.

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan yang terdapat dalam penelitian ini yaitu membantu pihak toko dalam mengatur data pelanggan dan transaksi dengan memanfaatkan *Customer relationship Management* dan algoritma apriori, Toko yang dimaksud adalah Toko Hoya Bakery yang menjual berbagai macam kue kering, basah dan ada berbagai macam minuman, sistem yang akan dibuat berbasis web yang dalam pembuatannya menggunakan bahasa pemrograman PHP. Data transaksi penjualan yang akan dihitung adalah pada bulan Oktober tahun 2023.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk membantu pihak toko Hoya Bakery dalam mengelola stok kue yang ada sehingga dapat memenuhi keinginan pelanggan.
2. Untuk membantu pihak toko Hoya Bakery dalam mengelola data pola pembelian pelanggan.
3. Untuk membantu Toko Hoya Bakery dalam menentukan strategi pemasaran sehingga dapat menaikkan omset penjualan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Mempermudah Toko Hoya Bakery Pondok dalam menjalin hubungan baik dengan pelanggan, dan dapat memberikan kepausan bagi pelanggan.
2. Mempermudah Toko Hoya Bakery dalam melihat data transaksi penjualan dan melihat pola pembelian pelanggan.
3. Mempermudah Toko Hoya Bakery dalam menentukan strategi pemasaran.

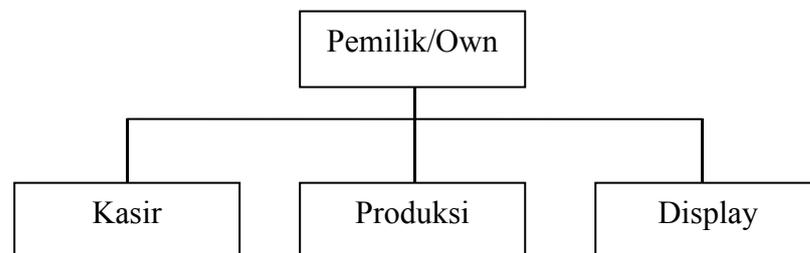
1.7 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.7.1 Sekilas Tentang Toko Hoya Bakery

Toko Hoya Bakery adalah salah satu toko kue yang cukup besar di kota Padang. Toko kue tersebut beralamat di Jl. Jhoni Anwar No.Kel, Kp. Lapai, Kec. Nanggalo, Kota Padang, Sumatera Barat 25173. Berbagai macam kue tersedia disana seperti kue kering, kue basah dan kue ulangtahun juga da. Selain tersedia berbagaimacam kue juga tersedia berbagai macam minuman seperti kope dan minuman dingin seperti sparkling soda dan yang lainnya.

1.7.2 Struktur Organisasi Toko Hoya Bakery

Pada toko hoyo bakery terdapat beberapa karyawan yang bekerja pada toko tersebut berikut adalah struktur organisasi yang ada pada toko kue tersebut:



Sumber: Toko Hoya Bakery

Gambar 1. 1 Struktur Organisasi Toko Hoya Bakery

1.7.3 Tugas dan Tanggung Jawab

Pada toko Hoya Bakery ada beberapa jabatan yang memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing, berikut adalah beberapa penjelasannya:

1. Pemilik/Owner

Berperan sebagai pemilik toko kue yang bertanggung jawab penuh atas toko, baik itu karyawan dan produk yang dijual. Menentukan tujuan perusahaan untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Mengembangkan rencana jangka panjang atau suatu kebijaksanaan perusahaan dalam usahanya meningkatkan penjualan dan laba usaha. Bertanggung jawab penuh didalam toko dengan mengkoordinir para staf pada masing-masing bidang dan memberikan pengarahan dalam melaksanakan tugas sesuai dengan rencana dan tujuan usaha.

2. Bagian Kasir

Berperan untuk mengelola administrasi keuangan, Menyimpan arsip-arsip dengan baik sehingga bila sewaktu-waktu diadakan pengontrolan, Bertanggung jawab atas kelancaran administrasi perusahaan.

3. Bagian Produksi

Bertanggung jawab dalam pembuatan semua kue yang dijual di toko agar sesuai dengan kualitas yang diinginkan.

4. Bagian Display

Bertanggung jawab atas semua display produk yang dijual di toko, dan memastikan agar semua produk sudah tertata dengan rapih sesuai SOP. Selain itu sebagai yang bertanggung jawab untuk melayani pelanggan dalam memilih kue yang diinginkan.