

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemudahan dalam mengakses internet dan murah biaya yang dibutuhkan menjadi alasan utama bagi pengusaha untuk memilih media berbasis online untuk memperluas bisnis yang dibangun (Susilo et al., 2021). Teknologi yang dapat dimanfaatkan untuk membantu strategi dalam bisnis tersebut adalah dengan memanfaatkan *Customer Relationship Management* (CRM). Menurut Kalakota dan Robinson, *customer relationship management* merupakan sebuah fungsi terintegrasi, strategi penjualan, pemasaran dan pelayanan bertujuan meningkatkan pendapat dari kepuasan pelanggan (Ummah, 2018).

Salah satu bisnis yang dapat dimanfaatkan dan dikembangkan dengan penerapan teknologi informasi dan komunikasi adalah usaha oleh-oleh. Toko Keripik Balado Salsabila merupakan salah toko oleh-oleh yang menjual berbagai olahan makanan khas dari Sumatera Barat. Toko oleh-oleh ini beralamat di Kubu Dalam Parak Karakah. Pada saat ini sistem penjualan hanya sebatas di toko saja, tentunya sistem ini memiliki kekurangan yang berdampak kepada penjualan yang tidak maksimal. Pemasukan toko tidak bertambah secara signifikan. Selain itu tidak adanya sesuatu yang menyebabkan pembeli ingin membeli barang lain yang terkait dengan barang tersebut.

Pada saat ini Toko Keripik Balado Salsabila hanya mengharapkan wisatawan yang berkunjung langsung ke toko yang dapat bertransaksi secara langsung, sedangkan transaksi secara online belum dapat dilakukan. Dengan

adanya beberapa kendala dan masalah pada toko Keripik Balado Salsabila, membuat penjualan di Toko Keripik Balado Salsabila Padang menurun, karena penjualan masih menggunakan cara tradisional (Offline) yang dilakukan selama ini tidak efektif dan efisien.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka diperlukan sebuah website CRM untuk mengembangkan pasar hingga keluar Kota Padang dengan memberikan rekomendasi kepada calon konsumen untuk meningkatkan penjualan. Website tersebut nantinya akan digunakan sebagai sarana promosi dan penjualan untuk melayani transaksi dari daerah luar kota, sehingga diharapkan pelanggan Toko Keripik Balado Salsabila tidak hanya datang dari dalam kota.

Website ini akan dibangun dengan menggunakan metode K-Means Clustering untuk memberikan rekomendasi kepada calon konsumen yang berkunjung di toko online Keripik Balado Salsabila Padang. Penggunaan Metode K-Means Clustering memiliki peran yang penting dalam bidang penjualan. Peneliti mendeskripsikan teknik perekomendasi tampilan produk pada CRM menggunakan algoritma K-Means Clustering berdasar persentase kepercayaan gabungan beberapa barang yang terjual pada kurun waktu tertentu yang bertujuan menjadi rekomendasi kepada *owner* atau pengelola. CRM dalam menetapkan atau memastikan akan menampilkan barang yang akan diluncurkan di etalasnya. Dapat juga memudahkan pemesan dalam memilih dan mencari produk oleh-oleh yang diinginkan berdasarkan rating produk terlaris. Website dapat memperluas pemasaran dan konsumen menjadi lebih mudah mendapatkan informasi dan dengan adanya metode K-Means Clustering dalam sistem penjualan online (CRM)

maka dapat memudahkan pemesan dalam proses pemilihan produk yang ada di Toko Keripik Balado Salsabila Padang.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti bermaksud melakukan penelitian yang berjudul **"OPTIMALISASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DALAM MEMBERIKAN REKOMENDASI PEMBELIAN PRODUK PADA KERIPIK BALADO SALSABILA PADANG MENGGUNAKAN ALGORITMA K-MEANS CLUSTERING"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis memberikan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Customer Relationship Management* (CRM) dapat memberikan rekomendasi produk sehingga mempermudah calon konsumen membeli produk di Toko Keripik Balado Salsabila?
2. Bagaimana sistem *Customer Relationship Management* (CRM) dapat memudahkan calon konsumen dalam mendapatkan informasi dan melakukan pemesanan produk untuk meningkatkan promosi penjualan di Toko Keripik Balado Salsabila?
3. Bagaimana sistem *Customer Relationship Management* (CRM) dapat memudahkan pemilik dalam mengolah data penjualan dan pelaporan yang lebih efisien pada Toko Keripik Balado Salsabila?

1.3 Hipotesa

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penulis juga dapat menarik hipotesa yang dapat memberikan kesimpulan sementara sebagai acuan penulis dalam menyelesaikan penelitian ini, yaitu:

1. Diharapkan dengan adanya sistem *Customer Relationship Management* (CRM) ini, diharapkan dapat memberikan rekomendasi produk sehingga dapat memudahkan konsumen dalam memilih produk yang akan dibeli di Toko Keripik Balado Salsabila.
2. Diharapkan dengan menggunakan *Customer Relationship Management* (CRM) dapat meningkatkan promosi produk sehingga mampu mempermudah konsumen dalam mengetahui informasi produk dan melakukan pemesanan secara *online* kapan saja dan dimana saja tanpa harus datang langsung ke Toko Keripik Balado Salsabila.
3. Diharapkan dengan menggunakan *Customer Relationship Management* (CRM) dapat memudahkan *owner* dalam pengelolaan data dan pelaporan yang lebih efisien pada Toko Keripik Balado Salsabila.

1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian berjalan sesuai dan terarah, ada baiknya menerapkan batasan masalah agar tidak menyimpang dari tujuan. Adapun Batasan masalah sebagai berikut:

1. *Customer Relationship Management* (CRM) yang dibangun berfokus untuk menampilkan informasi produk Toko Keripik Balado Salsabila dan penjualan produk terhadap toko dan calon pelanggan.

2. Dengan metode data mining digunakan untuk memberikan rekomendasi produk kepada calon konsumen untuk meningkatkan penjualan produk Toko Keripik Balado Salsabila pada sistem *Customer Relationship Management* (CRM) yang dibangun dengan menggunakan metode algoritma K-Means.
3. Sistem CRM yang akan dibangun berbasis website dengan menggunakan PHP sebagai bahasa pemrograman dan MySQL sebagai pemrograman database.
4. Metode pembayaran dapat dilakukan melalui metode COD untuk dalam kota dan transfer bank untuk luar kota, sedangkan pembayaran yang dilakukan melalui kartu kredit belum didukung oleh sistem.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menerapkan sistem CRM dalam memberikan rekomendasi produk untuk memudahkan konsumen dalam pembelian produk pada Toko Keripik Balado Salsabila.
2. Untuk mempermudah *owner* dalam promosi produk sehingga dapat memudahkan calon konsumen Toko Keripik Balado Salsabila dalam mengetahui informasi produk dan melakukan pemesanan produk.
3. Untuk membantu dan memudahkan pengolahan data penjualan produk pada Toko Keripik Balado Salsabila.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang ingin dicapai penulis adalah sebagai berikut:

1. Untuk memberikan rekomendasi produk untuk memudahkan konsumen dalam memilih produk yang akan dibeli di Toko Keripik Balado Salsabila.
2. Untuk memudahkan konsumen dalam mendapatkan informasi produk sehingga calon konsumen dapat melakukan pemesanan produk secara online di Toko Keripik Balado Salsabila.
3. Untuk memudahkan pengolahan data penjualan produk-produk di Toko Keripik Balado Salsabila.

1.7 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.7.1 Sekilas Tentang Toko Keripik Balado Salsabila

Sumatera Barat memiliki berbagai macam tempat untuk bisa membeli oleh-oleh. Toko oleh-oleh merupakan toko yang selalu dicari oleh wisatawan saat berkunjung ke Sumatera Barat. Salah satu toko oleh-oleh yang berada di Kota Padang adalah Toko Keripik Balado Salsabila.

Toko Keripik Balado Salsabila yang beralamat di Jl.Perumahan Kharisma, Kubu Dalam Parak Karakah, Kecamatan Padang Timur, Kota Padang. Pemilik dari Toko Keripik Balado Salsabila Padang adalah Ibu Maryenti. Toko Keripik Balado Salsabila Padang saat ini memiliki karyawan tiga orang. Toko Keripik Balado Salsabila buka dari pukul 08.00 WIB hingga 21.00 WIB.

Toko Keripik Balado Salsabila Padang merupakan toko oleh-oleh keripik yang menyediakan berbagai ragam macam produk oleh-oleh, seperti sanjai, karak

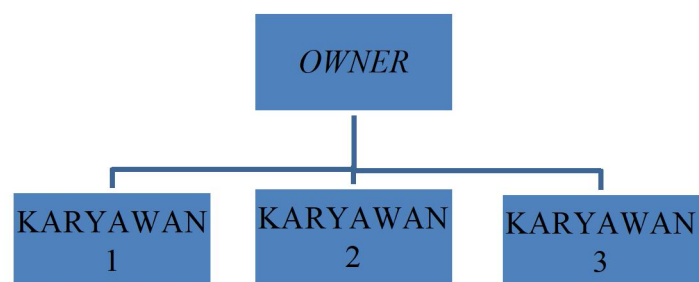
kaliang, arai pinang dan banyak macam produk oleh-oleh lainnya. Keripik ini banyak dicari oleh wisatawan yang berkunjung ke Padang, karena keripik ini diminati oleh banyak wisatawan karena rasanya yang khas.

1.7.2 Visi & Misi Toko Keripik Salsabila Padang

“Memberi layanan dan produk terbaik kepada setiap pelanggan”

1.7.3 Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi Toko Keripik Balado Salsabila dapat dilihat pada gambar 1.1 dibawah ini :



Sumber : Toko Keripik Balado Salsabila

Gambar 1.1 Struktur Organisasi Toko Keripik Balado Salsabila

1.7.4 Tugas dan Tanggung Jawab

Seperti yang dilihat pada struktur di atas masing-masing bagian mempunyai tugas dan wewenang sebagai berikut :

1. *Owner* atau Pemilik

Owner atau pemilik bertanggung jawab untuk menanamkan modal agar toko dapat beroperasi secara keseluruhan. Bertanggung jawab untuk membiayai kegiatan perusahaan secara keseluruhan dimulai dari produksi, memberi bayaran kepada karyawan dan kepentingan lainnya. Pemilik berfungsi mengurus perizinan, keuangan, laporan terkait bisnis yang dijalankan. Pemilik juga bertanggung jawab atas berbagai risiko yang terjadi dan mengembangkan strategi bisnisnya agar sesuai dengan tujuan yakni visi dan misi.

2. Karyawan

Karyawan mempunyai tanggung jawab untuk membuat keripik balado, melakukan pengemasan, menjaga toko dan melayani konsumen. Sehingga karyawan mendapatkan balasan berupa gaji yang dibayarkan oleh pemilik toko.