

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi semakin canggih di segala bidang kemajuan teknologi sekarang ini, terutama di dunia bisnis, pemanfaatan teknologi guna meningkatkan kualitas dan mutu mereka, banyak sekali toko-toko maupun badan usaha yang memperbarui sistem penjualan untuk mempromosikan produk mereka dengan menggunakan teknologi secara online hal ini guna untuk menarik perhatian customer dengan beragam kemudahan mulai dari informasi produk serta kemudahan dalam bertransaksi. Customer Relationship Management (CRM) merupakan salah satu cara yang tepat untuk meningkatkan minat pelanggan pada Toko Egalite Jaya Bunut Royal Shoes. Pengimplementasian CRM juga dapat menciptakan jalinan komunikasi dengan para pelanggannya sehingga dapat mempertahankan pelanggan-pelanggan lama pada toko ini (Kamil M, Andri Agus R, Lubis I, 2022).

Persaingan dunia bisnis di era globalisasi kini semakin kuat. Untuk itu suatu usaha diperlukan sebuah sistem yang bekerja secara efisien dan efektif. Pada zaman teknologi yang sudah semakin canggih, pebisnis mengikut perkembangan dengan penerapan teknologi dan komunikasi yang semakin intensif dalam berbagai macam kalangan, baik itu pebisnis, pengusaha, industri dan kegiatan lainnya. Sehingga setiap usaha semakin berfikir untuk semakin berinovasi untuk bersaing dengan perusahaan lainnya dengan mengikuti teknologi yang ada pada zaman sekarang agar dapat mendekati diri kepada pelanggan dan meningkatkan loyalitas terhadap pelanggan. Melalui CRM menghasilkan perusahaan yang berkompeten,

terpercaya, dan terintegrasi dengan pelanggan membantu terpeliharanya dan meningkatkan hubungan relasi yang menguntungkan. Perusahaan harus memiliki CRM yaitu sebuah strategi bisnis yang dilakukan banyak perusahaan untuk menjaga hubungan baik pelanggan dengan perusahaan.(Siallagan et al. 2020).

Setiap perusahaan perlu memahami rantai nilai CRM agar mampu memenuhi setiap kebutuhan pelanggan. Pelanggan tidak hanya merasa puas namun tetap menjadi pelanggan yang setia. Melalui CRM, perusahaan akan menguasai metode manajemen agar dapat mempertahankan pelanggannya, mengakuisisi pelanggan baru dan berbagi pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi ukuran seberapa mengagumkan tingkat layanan yang diberikan bisa sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan serta keinginan pelanggan dan ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Alvionnita et al., 2021).

Customer Relationship Management, atau yang disingkat CRM, adalah strategi manajemen hubungan pelanggan dengan perusahaan yang bertujuan untuk mengelola hubungan baik dengan para konsumen atau pelanggan, mengumpulkan semua data pelanggan, kemudian merekam aktivitas tenaga penjual, terutama dalam berhubungan dengan calon pelanggan atau yang sudah jadi pelanggan tetap. Customer Relationship Management (CRM) mampu membantu penarikan prospek penjualan yang terjadi pada dunia bisnis ini, melalui website memudahkan perusahaan dan pelanggan untuk mengetahui apa yang menjadi keinginan pelanggan tersebut (Rahayu et al., 2022).

Banyaknya konter yang bermunculan juga menjadi permasalahan bagi konsumen. Permasalahan itu terletak pada semakin banyak konter yang

bermunculan, tentunya membuat membuat konsumen bingung untuk memilih konter mana yang memberikan harga termurah dengan kualitas pelayanan yang terbaik. Sistem penjualan Perintis Cell ini masih dengan cara kerja sama dengan langganan-langganan seperti orang terdekat dengan lokasi tersebut, dan mencari customer baru untuk menawarkan dan memasarkan produk yang membutuhkan waktu yang sangat lama. Permasalahan yang timbul selama menggunakan sistem diatas yaitu konsumen kurang mengetahui tentang produk handphone dan spesifikasinya yang tersedia di Perintis Cell. Dengan menggunakan metode CRM toko dengan mudah memperoleh informasi pelanggan serta toko dapat mempererat hubungan antara pembeli dan penjual.

Hasil implementasi CRM pada penelitian ini yaitu dilakukan segmentasi pelanggan dengan diperoleh 3 kelompok pelanggan berdasarkan pada tingkat loyalitas pelanggan dan hasil implementasi SMS Gateway API pada fitur SMS Marketing berhasil dikirim kepada penerima (Nugraha R, 2022). CRM akan memungkinkan toko untuk melakukan promosi produk secara online dan real-time, serta menyimpan keseluruhan data terintegrasi dalam database. Hal ini akan mempermudah pengelolaan dan akses data pelanggan, transaksi, dan promosi. Dalam upaya meningkatkan omset penjualan, strategi Up-selling dan Cross-selling juga akan diterapkan melalui sistem informasi penjualan berbasis website (Muti'ah Fadillah & Ibrahim, 2023).

Dengan algoritma k-medoids, seringkali dibutuhkan banyak iterasi untuk mengelompokkan dataset yang besar, sehingga algoritma k-medoids tidak dapat mencapai kinerja yang optimal. Berdasarkan validitas cluster, makalah ini mencoba mengoptimalkan kinerja clustering algoritma k-medoids, menggunakan algoritma

kemurnian. Secara khusus, nilai medoids ditentukan oleh nilai kemurnian, dan validitas cluster diukur dengan Indeks Davies Bouldin (DBI) pada Dataset Iris dan Dataset Angka Kematian/Kelahiran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa validitas cluster dari algoritma k-medoids kemurnian yang diusulkan lebih baik daripada algoritma k-medoids konvensional. K-medoid konvensional konvergen dalam rata-rata 8,7 iterasi pada Dataset Tingkat Kematian Kematian dan 13,2 pada Dataset Iris. Sebaliknya, algoritma k-medoid kemurnian hanya membutuhkan 2 iterasi pada kedua dataset. Oleh karena itu, algoritma k-medoids kemurnian dapat secara efektif meminimalkan jumlah iterasi dalam pengelompokan dataset besar (Dinata R, Retno S, Hasdyna N, 2021).

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas dapat disimpulkan permasalahan yang akan dibahas pada laporan ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana K-Medoids dapat melakukan segmentasi cluster pada CRM yang dikembangkan untuk Perintis Cell?
2. Bagaimana segmentasi yang dilakukan dapat menghasilkan kelompok cluster loyal dan tidak loyal?
3. Bagaimana CRM dapat mempertahankan customer di Perintis Cell?

1.3 Hipotesa

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

1. Dengan adanya sistem *Customer Relationship Management* (CRM) ini, diharapkan Perintis Cell dapat mempertahankan pelanggan.
2. Dengan melakukan segmentasi pelanggan, diharapkan Perintis Cell dapat meningkatkan loyalitas terhadap pelanggan.
3. Dengan menggunakan K-Medoids, diharapkan dapat meningkatkan penjualan serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.4 Batasan Masalah

Untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah dalam penyusunan penelitian ini maka peneliti memberikan batasan masalah yaitu sebagai berikut :

1. Bahasa pemrograman yang digunakan adalah bahasa pemrograman PHP dan MySQL.
2. Sistem CRM yang dibangun berguna untuk menampilkan informasi pelanggan dan produk yang dijual.
3. Objek dari penelitian ini merupakan toko yang menjual handphone, voucher internet, dan berbagai aksesoris handphone yaitu Perintis Cell.
4. Pelanggan yang dicluster adalah pelanggan loyal dan tidak loyal.

1.5 Tujuan Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini tujuan yang ingin dicapai penulis diantaranya adalah :

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengelompokkan, meningkatkan kepuasan dan mempertahankan pelanggan pada Perintis Cell.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mempermudah penginputan barang yang dilakukan secara manual.

3. Penelitian ini diharapkan menambah wawasan serta pengetahuan pembaca untuk terus berinovasi.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Penelitian ini memberikan manfaat dalam meningkatkan skala penjualan produk.
2. Penelitian ini menambah wawasan dan pengetahuan pembaca dalam melakukan strategi pemasaran.
3. Penelitian ini memberikan kenyamanan bagi pelanggan sehingga pelanggan lebih nyaman berbelanja di Perintis Cell.

1.7 Gambaran Umum Objek Penelitian

Toko Perintis Cell Lubuk Basung merupakan produsen atau perusahaan yang menjual Handphone, Voucher Internet dan Accesoris HP yang berlokasi di jalan Dr.M. Hatta, Padang Baru, Kecamatan Lubuk Basung, Kabupaten Agam.

1.7.1 Sekilas Tentang Perintis Cell

Perintis Cell adalah sebuah badan usaha di bidang perdagangan handphone yang mulai dirintis oleh seseorang yang bernama Hendri pada tahun 2013. Toko pertama Perintis Cell berada di Jl. Dr.M. Hatta, Padang Baru, Kecamatan Lubuk Basung, sekarang sudah memiliki 3 cabang, 2 cabang di Lubuk Basung dan 1 cabang lagi berada di Tiku. Perintis Cell beroperasi dari pukul 9.00 hingga pukul 22.00. Perintis Cell menjual handphone, voucher internet dan berbagai macam aksesoris handphone.

1.7.2 Visi dan Misi

VISI

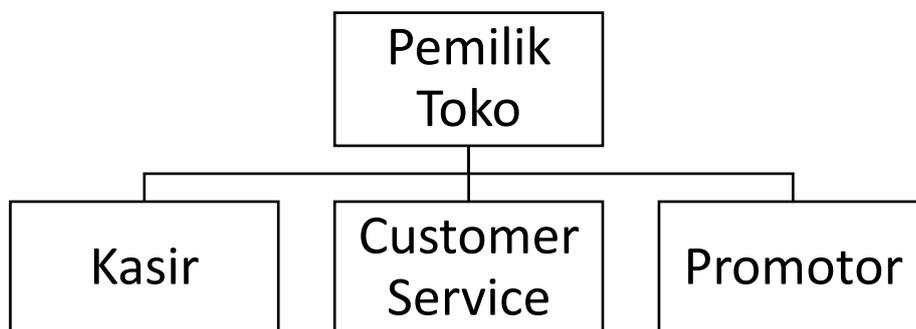
Menyediakan dan memenuhi kebutuhan pelanggan di bidang telepon genggam dengan memberikan pelayanan terbaik khususnya untuk kalangan masyarakat setempat, dan dapat dikenal oleh seluruh masyarakat di Lubuk Basung.

MISI

1. Menjaga mutu dan kualitas handphone dengan harga yang terjangkau.
2. Memberikan kenyamanan dan keamanan untuk menjalin kebersamaan antara pembeli dan penjual.
3. Memberikan akses yang mudah dan perbaikan terus-menerus guna melayani kebutuhan pelanggan.

1.7.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi pada Toko Perintis Cell adalah sebagai berikut :



Sumber : Perintis Cell

Gambar 1. 1 Struktur Organisasi Perintis Cell

1.7.4 Deskripsi Tugas

1. Pemilik Toko

Pemilik Toko merupakan pengurus perusahaan yang bertanggung jawab penuh dalam segala hal yang mengenai perusahaan, yang mewakili perusahaan terhadap pihak luar, yang berhak menandatangani atas nama perusahaan, menghubungkan perusahaan dengan pihak luar dan

sebaliknya, serta melakukan segala tindakan baik mengenai kepengurusan maupun mengenai kepemilikan. Pemilik Toko bertugas mengkoordinasikan tugas harian kepada semua personel dan juga melakukan evaluasi dan juga keluar masuknya barang, menetapkan harga, dan juga pengambil keputusan bilamana diperlukan.

2. Kasir

Bertugas untuk mengatur keuangan di Perintis Cell. Baik itu pendapatan dari hasil penjualan, dan juga pengeluaran Perintis Cell, baik itu tentang sewa gedung, listrik, kebersihan dan juga perihal tentang beban dan biaya.

3. Customer Service

Bertugas melayani konsumen yang datang secara langsung ke Toko Perintis Cell.

4. Promotor

Membantu memberikan pelatihan dalam mencari, melayani dan memaintain konsumen. Membantu mengatasi permasalahan tim sales dan ikut melakukan atau mendampingi presentasi tim sales jika diperlukan. Mensosialisasikan dan memberitahu informasi mengenai penjualan yang baru kepada konsumen.