

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan perubahan besar bagi kehidupan termasuk pada perusahaan ataupun organisasi (Janner Simarmata, dkk, 2020). Dengan adanya teknologi informasi memudahkan berbagai pengerjaan dokumen, laporan dan surat-menyurat lainnya sehingga dengan adanya Teknologi Informasi semuanya bisa diselesaikan dengan seefektif dan efisien mungkin (Ramen A. Purba, dkk, 2020).

Adanya kebutuhan informasi yang berkualitas merupakan faktor utama mengapa pemanfaatan teknologi informasi perlu direncanakan. Karena itu diperlukan adanya tata kelola yang mengatur bagaimana pemanfaatan teknologi informasi dalam organisasi. Keberadaan Customer Relationship Management dapat mengurangi tingkat kesalahan pada saat pendataan dan diikuti dengan output bisnis bertambah. (Gita Febrina Wulandari, 2017).

Segmentasi pelanggan merupakan sebuah kunci perusahaan dalam meningkatkan hubungan dengan pelanggan. Tanpa adanya informasi ini maka perusahaan masih menerapkan perlakuan yang sama pada seluruh customer (Geri Kusnanto, 2019). Salah satu strategi yang diterapkan adalah Customer Relationship Management (CRM). Konsep CRM memungkinkan perusahaan dapat melakukan identifikasi pelanggan dengan melakukan segmentasi pelanggan. Tujuan dari proses segmentasi pelanggan adalah untuk

mengetahui perilaku pelanggan dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat sehingga mendatangkan keuntungan bagi pihak perusahaan (Gita Febrina Wulandari, 2017).

Teknik data mining yang digunakan untuk mencari segmentasi pelanggan adalah menggunakan teknik K-Medoids Clustering. Metode K Medoids digunakan karena dapat melakukan analisa data history penjualan dan melakukan pengelompokan jenis pelanggan dengan baik. Peneliti akan menghasilkan sebuah perangkat lunak yang di buat menggunakan metode dalam mengelola data pelanggan, sehingga akan memudahkan Sentral Motor Yamaha Lubuk Begalung dalam melakukan segmentasi pelanggan. Dengan adanya sistem CRM ini, diharapkan dapat membantu dan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, sehingga memudahkan dan menarik minat pelanggan untuk melakukan order. (Lin Parlina, 2019).

Sentral Motor Yamaha Lubuk Begalung merupakan salah satu cabang dealer motor yamaha yang ada di kota padang. Barang yang dijual diantaranya adalah berbagai merek motor yamaha seperti Nmax, Vixion, Mio dan lainnya. Penelitian ini dibutuhkan bisa menghasilkan suatu contoh program yang dapat mengcluster atau mengelompokkan data pelanggan. hasil segmentasi pelanggan dapat digunakan untuk memberikan penilaian terhadap pelanggan dan menentukan profil pelanggan dengan lebih tepat.

Dari permasalahan yang dialami diatas, penulis berkeinginan untuk meneliti permasalahan tersebut dan oleh karena itu, penulis tertarik untuk membahas permasalahannya. Maka penulis mengangkat topik penelitian dengan

judul”SEGMENTASI PELANGGAN DENGAN MEMANFAATKAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA SENTRAL MOTOR YAMAHA LUBUK BEGALUNG MENGGUNAKAN ALGORITMA K-MEDOIDS”

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas dapat dirumuskan masalah yang dihadapi yaitu:

1. Bagaimana metode K- Medoids clustering untuk menentukan segmentasi pelanggan pada Sentral Motor Yamaha Lubuk Begalung?
2. Bagaimana menganalisa hasil perhitungan clustering data pelanggan untuk menentukan segmentasi pelanggan menggunakan algoritma k-medoids?
3. Bagaimana pengelompokkan data pelanggan dapat mendukung customer relationship management dengan metode algoritma k-medoids?

1.3 Hipotesa

Dari permasalahan yang ada di atas dapat ditarik hipotesa sebagai berikut:

1. Dengan menggunakan K-Medoids *Clustering* maka diharapkan dapat menentukan segmentasi pelanggan, sehingga pihak Sentral Motor Yamaha tidak bingung dalam pengelompokkan data pelanggan.
2. Dengan menggunakan hasil perhitungan clustering dari data pelanggan diharapkan dapat menentukan segmentasi pelanggan.

3. Dengan mengelompokkan data pelanggan maka diharapkan dapat mendukung customer relationship management dengan metode algoritma k-medoids.

1.4 Batasan Masalah

Agar tidak terjadi penyimpangan di dalam laporan penelitian ini maka diterapkan batas-batas objek yang akan diteliti, hal ini dimaksudkan agar langkah-langkah masalah tidak menyimpang, maka perlu adanya pembatasan masalah, yaitu:

1. Data yang digunakan adalah data pelanggan sentral motor yamaha Lubuk Begalung pada bulan januari sampai desember 2021
2. Penelitian ini hanya tahapan menentukan segmentasi pelanggan dan pada proses promosi kepada pelanggan.
3. Penelitian menggunakan metode K-Medoids *clustering*.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian pada sistem ini sesuai dengan perumusan masalah di atas, yaitu sebagai berikut:

1. Menerapkan data mining untuk menentukan segmentasi pelanggan dengan cara clustering data pelanggan menggunakan algoritma k-medoids
2. Menganalisa hasil perhitungan clustering data pelanggan dengan menggunakan algoritma k-medoids
3. Membantu menentukan segmentasi pelanggan, sehingga dapat meningkatkan hubungan dengan pelanggan.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan penulis dari penelitian ini selesai adalah :

1. Dengan adanya penelitian ini dapat membantu dan mempermudah pemilik sentral motor Yamaha Lubuk Begalung dalam mengelompokkan data pelanggan.
2. Dapat memberikan wawasan tentang Customer Relationship Management dan algoritma K-medoids..
3. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih terhadap upaya pembangunan ilmu pengetahuan dan teknologi berupa produk yang dapat bermanfaat dalam dunia pendidikan, dan bisa jadi acuan penelitian selanjutnya.

1.7 Gambaran Umum Objek Penelitian

Sentral Motor Yamaha Lubuk Begalung merupakan salah satu sentral pembelian motor yang terletak di Jl.Raya Lubuk Begalung.Sentral Motor Lubuk Begalung memiliki jam kerja dari pukul 08:00 sampai dengan pukul 17:00.Pada hari senin-sabtu.Sentral motor yamaha selalu berusaha mendapatkan kepuasan dari seluruh konsumennya.Bengkel resmi yamaha menyediakan layanan berupa service besar dan service berkala.Service besar dilakukan untuk keseluruhan unit kendaraan dan dilakukan setiap kendaraan mencapai jarak tempuh 15 ribu KM atau setiap 15 bulan sekali.

Sementara itu service berkala terkategori sebagai service ringan yang dilakukan setiap tiga bulan sekali atau saat kendaraan mencapai jarak tempuh tiga

ribu kilometer. Saat ini telah terdapat 1200 bengkel resmi YAMAHA dan tersebar diseluruh indonesia. Setiap cabang bengkel resmi YAMAHA telah terstandarisasi sehingga kualitas layanannya tidak diragukan lagi dan bengkel resmi YAMAHA didukung oleh tenaga mekanik yang ahli dan berpengalaman.

1.7.1 Visi Perusahaan

Visi dari Sentral Motor Yamaha ini adalah :

Untuk menciptakan masyarakat yamaha yang sejahtera dan loyal dan menciptakan perkembangan bisnis yang sehat dan berkelanjutan, dengan memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan dan mudah diakses terhadap pelayanan dan produk yang berstandar kualitas dunia, serta menggunakan teknologi terdepan yang tepat guna dan system bisnis yang berfokus kepada pelanggan.

1.7.2 Misi Perusahaan

Misi dari Sentral Motor Yamaha ini adalah :

Menyediakan produk pilihan yang inovatif dan bermutu tinggi dengan harga yang terjangkau. Dan senantiasa meningkatkan kompetensi karyawan dan teknologi terbaru.