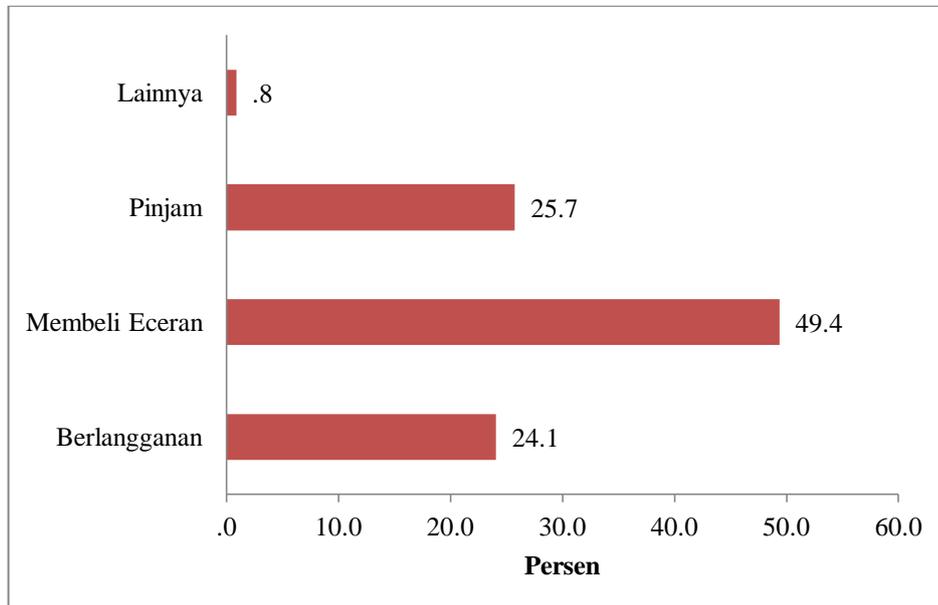


# BAB I PENDAHULUAN

## I.1 Latar Belakang

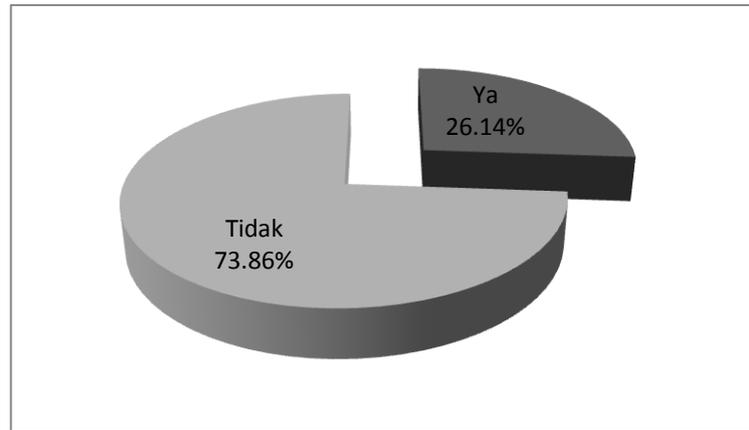
Surat kabar XYZ adalah salah satu surat kabar milik PT XYZ dan terbit setiap hari dengan jumlah halaman bervariasi antara 16-24 halaman setiap terbit. Pada bisnis surat kabar, yang dimaksud dengan pelanggan adalah pembaca surat kabar. Karakteristik pelanggan pada bisnis surat kabar berbeda dengan pelanggan pada bisnis lainnya. Pelanggan pada bisnis lain merupakan pelanggan yang harus membeli produk terlebih dahulu, sedangkan pelanggan pada bisnis surat kabar merupakan pelanggan yang belum tentu membeli produk (surat kabar), namun pernah membaca surat kabar. Pelanggan bisa mendapatkan surat kabar dengan cara berlangganan, membeli eceran, meminjam, atau cara lainnya untuk membacanya. Gambar berikut menunjukkan persentase jumlah pelanggan surat kabar XYZ dalam kaitannya dengan cara mendapatkan surat kabar XYZ.



Gambar I.1 Cara Pelanggan Mendapatkan Surat Kabar XYZ Tahun 2010  
(Sumber: Grup XYZ, 2013)

Dari Gambar I.1 di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2010 jumlah pelanggan surat kabar XYZ yang berlangganan (24,1%) lebih sedikit daripada jumlah pelanggan yang membeli eceran (49,4%). Data lain pada Gambar I.2

menunjukkan, dari sebuah survei yang dilakukan pada tahun 2010, didapat bahwa 26,14% pelanggan surat kabar XYZ pernah berhenti berlangganan.



Gambar I.2 Pelanggan yang Pernah Berhenti Berlangganan  
(Sumber: Grup XYZ, 2013)

Jumlah pelanggan yang berlangganan lebih sedikit daripada yang membeli eceran dan adanya pelanggan yang pernah berhenti berlangganan menunjukkan bahwa perusahaan harus mengelola pelanggannya dengan baik sehingga jumlah pelanggan yang berlangganan dapat dipertahankan dan pelanggan yang membeli eceran dapat dijadikan pelanggan yang berlangganan.

Perusahaan-perusahaan saat ini dapat berusaha untuk meningkatkan pengelolaan pelanggan dengan memanfaatkan berbagai *database* untuk mengumpulkan data pelanggan dalam jumlah besar dan meningkatkan *feedback* pelanggan, serta untuk menganalisis, menafsirkan dan memanfaatkan data tersebut secara konstruktif (Payne, 2005). *Database* pelanggan yang dimiliki oleh PT XYZ dapat menghasilkan segmen pelanggan dari proses segmentasi yang memberikan informasi seperti pelanggan mana yang berhak untuk mendapatkan program khusus dari PT XYZ. Pemberian program khusus oleh PT XYZ sebaiknya dilakukan secara berkelanjutan dan bukan hanya pada satu periode saja, sehingga dibutuhkan suatu proses prediksi pelanggan untuk menentukan pelanggan yang berhak mendapatkan program khusus tersebut.

Pada penelitian ini, proses prediksi pelanggan surat kabar XYZ dilakukan menggunakan teknik *data mining*. *Data mining* membantu untuk memanfaatkan

data dalam jumlah besar yang dihasilkan dari interaksi perusahaan dan pelanggan agar dapat mengenal pelanggan dengan lebih baik (Berry & Linoff, 2004). Selain itu, melalui analisis data pada teknik *data mining*, dapat dihasilkan interaksi personal dengan pelanggan sehingga meningkatkan kepuasan dan hubungan pelanggan (Tsiptsis & Chorianopoulos, 2009).

## **I.2 Perumusan Masalah**

Pengelolaan pelanggan surat kabar XYZ untuk mempertahankan jumlah pelanggan dan menarik pelanggan yang eceran menjadi berlangganan dapat dilakukan dengan menerapkan konsep *Customer Relationship Management* (CRM) yang memanfaatkan *database* pelanggan. *Database* ini diolah menggunakan teknik *data mining* sehingga dapat dihasilkan prediksi pelanggan surat kabar XYZ. Melalui penelitian ini bisa didapatkan jawaban dari permasalahan berikut:

1. Metode pemodelan apa yang paling baik untuk memprediksi pelanggan surat kabar XYZ?
2. Atribut apa yang paling berpengaruh terhadap model prediksi pelanggan surat kabar XYZ?
3. Bagaimana rekomendasi program yang sebaiknya dilakukan oleh PT XYZ sebagai implementasi *output* model prediksi pelanggan?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Dari perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mengidentifikasi metode pemodelan terbaik untuk memprediksi pelanggan surat kabar XYZ.
2. Mengidentifikasi atribut yang paling berpengaruh terhadap model prediksi pelanggan surat kabar XYZ.
3. Merumuskan rekomendasi program yang sebaiknya dilakukan oleh PT XYZ sebagai implementasi *output* model prediksi pelanggan.

#### **I.4 Batasan Penelitian**

Batasan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Model prediksi pelanggan pada penelitian ini dihasilkan dengan menggunakan *software* IBM SPSS Modeler 14.2.
2. Model prediksi pelanggan surat kabar XYZ dibuat dalam *stream software* IBM SPSS Modeler 14.2, bukan berupa aplikasi.
3. Data yang digunakan adalah data hasil survei dan data hasil segmentasi pelanggan tahun 2010.
4. PT XYZ mengasumsikan data pelanggan tetap sama dalam jangka waktu lima tahun.
5. Penelitian hanya sampai pemberian rekomendasi, tidak sampai penerapan rekomendasi tersebut.
6. Rekomendasi program yang disusun tidak memerhatikan biaya yang diperlukan.

#### **I.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Memberi masukan kepada PT XYZ untuk pembuatan model prediksi pelanggan menggunakan teknik *data mining*.
2. Memberi rekomendasi rumusan program yang sebaiknya dilakukan oleh PT XYZ sebagai implementasi *output* pemodelan prediksi pelanggan yang dilakukan.

#### **I.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yang dilakukan dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

##### **Bab I           Pendahuluan**

Bab ini berisi latar belakang diadakannya penelitian, uraian rumusan permasalahan, tujuan penelitian, batasan penelitian dan sistematika penulisan penelitian.

## **Bab II            Landasan Teori**

Bab ini berisi teori dari literatur yang berkaitan dengan penelitian yang dilaksanakan. Hasil penelitian terdahulu juga dicantumkan untuk memperkuat penelitian.

## **Bab III            Metodologi Penelitian**

Dalam bab ini diuraikan langkah-langkah pemecahan masalah yang digunakan dalam penyelesaian penelitian sesuai tujuan yang telah ditetapkan. Mulai dari merumuskan masalah, pengumpulan data, pembangunan model, analisis hasil pemodelan dan perumusan rekomendasi, hingga pengambilan kesimpulan dari penelitian.

## **Bab IV            Desain dan Pembangunan Model**

Bab ini menjelaskan mengenai langkah dalam membangun model, dimulai dari *business understanding* hingga pemodelan yang dilakukan menggunakan teknik *data mining*.

## **Bab V             Analisis Hasil Pemodelan dan Rekomendasi Program**

Bab ini berisi analisis model yang telah dihasilkan pada bab sebelumnya dan perumusan rekomendasi program untuk PT XYZ dalam mengelola pelanggannya.

## **Bab VI            Kesimpulan**

Pada bab ini berisi kesimpulan hasil pengolahan data berdasarkan tujuan penelitian. Serta memuat saran untuk penelitian selanjutnya.