

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Negara Indonesia sebagai negara maritim memiliki potensi perikanan yang tidak perlu diragukan. Indonesia seharusnya mampu menjadi negara yang dapat menguasai bisnis dalam sektor perikanan dan kelautan, karena memiliki sumber daya yang melimpah. Secara umum, perikanan terbagi menjadi 2 yaitu perikanan budidaya dan perikanan tangkap. Dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional, sektor perikanan termasuk sektor strategis dan sektor yang penting untuk diperhatikan (Triarso, 2012).

Berdasarkan Undang Undang No 45 Tahun 2009, perikanan adalah semua kegiatan yang berhubungan dengan pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya ikan dan lingkungannya mulai dari praproduksi, produksi, pengolahan sampai dengan pemasaran yang dilaksanakan dalam suatu sistem bisnis perikanan. Seperti bidang usaha lainnya, bisnis perikanan juga sudah melakukan digitalisasi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yaitu pemasaran produk perikanan secara digital atau di *e-commerce*. *E-commerce* atau *electronic commerce* adalah istilah dari penggunaan internet dalam aktivitas transaksi bisnis. Pentingnya internet dalam transaksi bisnis ditandai dengan peningkatan jumlah pengusaha yang menggunakan *e-commerce* (Maulana et al., 2015). Banyak orang yang berbelanja pada *platform e-commerce* karena kemudahan dalam berbelanja yang ditawarkan dan penjual dapat mencapai pelanggan secara luas. Penjual pada *platform e-commerce* semakin lama akan meningkat disemua sektor produk yang dapat memunculkan adanya persaingan antar para penjual. Untuk menjaga hubungan dengan pelanggan, perlu dilakukan segmentasi pelanggan mulai dari yang loyal hingga tidak loyal, menganalisis churn dan mengoptimalkan penawaran dan strategi manajemen pelanggan. Prediksi

customer churn sudah sejak lama dikenal dan banyak digunakan diberbagai sektor bisnis, seperti dibidang telekomunikasi, retail dan perbankan.

Studi kasus dalam penelitian ini adalah sebuah bisnis dengan brand Jala Ikan yang sudah berjualan sejak tahun 2018 di *e-commerce* yang menjual berbagai produk ikan dan lainnya. Tujuan dari peneliti ini bermaksud untuk melakukan segmentasi pelanggan pada pelanggan di *platform e-commerce* menggunakan model RFM, menganalisis, serta memprediksi *customer churn* dengan algoritma *support vector machine*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana model RFM dapat digunakan untuk prediksi *customer churn* Jala Ikan?
2. Apa hasil yang didapatkan dari prediksi *customer churn* Jala Ikan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Mengimplementasikan penerapan model RFM untuk membuat segmentasi pelanggan Jala Ikan di *e-commerce*.
2. Mengimplementasikan algoritme *support vector machine* untuk membangun model prediksi untuk memprediksi *customer churn*.
3. Memberikan perumusan strategi manajemen pelanggan untuk membantu mengurangi tingkat churn.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi mengenai segmentasi pelanggan dan prediksi *customer churn*.
2. Sebagai tindakan preventif untuk mempertahankan pelanggan dan mengurangi tingkat *churn*..

E. Ruang Lingkup Penelitian

Studi kasus pada penelitian ini adalah sebuah bisnis perikanan dengan *brand* Jala Ikan dan data yang digunakan adalah data transaksi penjualan di *e-commerce* pada tahun 2022 sebanyak 827 record.