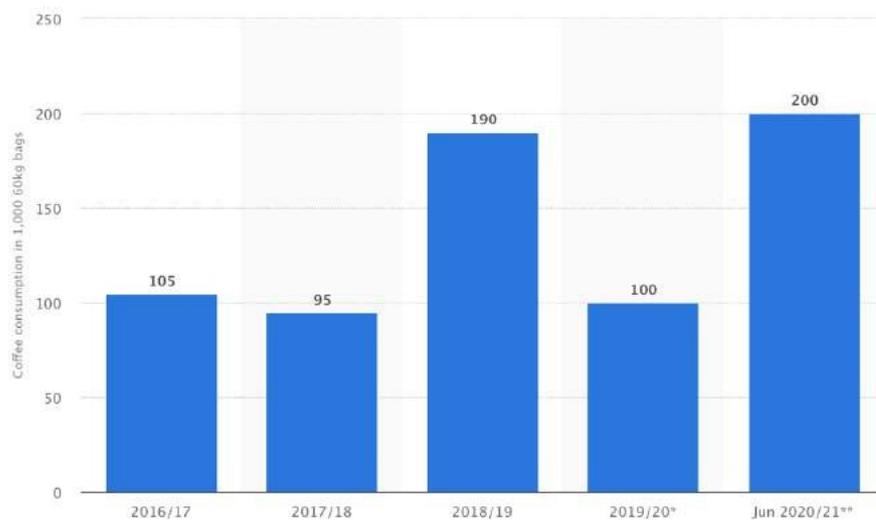


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Asia Tenggara merupakan salah satu wilayah penghasil kopi terbesar di dunia dan Singapura merupakan salah satu negara yang sebagian penduduknya mengkonsumsi sekitar 4 sampai 6 cangkir kopi sehari. Berdasarkan data pada statistika [1], perkiraan jumlah konsumsi kopi di Singapura pada tahun 2017 hingga 2021 adalah sebagai berikut:



**Gambar 1. 1 Volume of coffee consumption in Singapore from 2017 to 2020, with a forecast for 2021**

Hal tersebut membuat Singapura menjadi salah satu target pasar bagi sebagian besar perusahaan kopi. Tradisi masyarakat Singapura dalam mengkonsumsi kopi membuka peluang besar bagi setiap perusahaan kopi untuk mengembangkan bisnisnya di negara tersebut. Flash coffee adalah salah satu perusahaan yang mengembangkan bisnisnya di bidang *Food & Beverage* di berbagai negara Asia Pasifik. Sebanyak 27 *store* Flash Coffee tersebar di Singapura, mulai dari area kampus seperti National University of Singapore hingga berbagai area perkotaan

seperti Oxley Tower. Perilaku konsumen di Singapura yang menyukai serba instan dan cepat membuat mereka menjadi target *customer* yang cocok untuk menggunakan aplikasi Flash App.

Masyarakat Singapura terbiasa untuk memesan makanan atau minuman melalui aplikasi, karena dinilai lebih efisien dan cepat. Makanan atau minuman yang dipesan melalui aplikasi dapat diambil secara *pick up* tanpa harus memakan biaya ongkir mengingat mahalnya biaya transportasi di Singapura. Berkaitan dengan hal tersebut, penelitian ini berfokus pada *churn analytics* untuk meningkatkan penjualan melalui aplikasi Flash App. Target dalam penelitian ini adalah perusahaan Flash Coffee dan pelanggan yang melakukan pembelian melalui aplikasi Flash App di wilayah Singapura. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi faktor-faktor penyebab *churn* pada *customer* dan mengidentifikasi permasalahan terkait kepuasan *customer* sehingga dapat mempertahankan atau meningkatkan loyalitas *customer* pada perusahaan Flash Coffee. [22] Berikut cuplikan visualisasi data total *churn* per 1 bulan di wilayah Singapura:



**Gambar 1. 2 Customer Monthly Growth Singapore**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**Gambar 1.3 Customer Monthly Growth Singapore (Highest Churn at September 2021)**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka terdapat beberapa masalah yang akan dibahas untuk diselesaikan pada penelitian ini yaitu :

- 1) Apa faktor yang mempengaruhi adanya *churn* pada *customer* dari segi aplikasi?
- 2) Apakah faktor-faktor tersebut dapat dibentuk menjadi sebuah model *machine learning* yang dapat digunakan dikemudian hari untuk mengklasifikasikan *customer churn* dan *not-churn* di masa yang akan datang?
- 3) Apakah *customer* Flash App dapat dibagi menjadi kelompok-kelompok tertentu atau *customer segmentation* berdasarkan nilai *Recency*, *Frequency*, dan *Monetary*?

## 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Objek yang akan diteliti adalah perusahaan Flash Coffee.
- 2) Penelitian ini difokuskan pada *customer* yang sudah memiliki *membership* pada Flash Coffee App.
- 3) Data *customer* yang terlibat dalam penelitian ini adalah *customer* yang berwilayah di Singapura.

- 4) Penelitian ini tidak mencakup *retention strategy* karena belum bisa di terapkan ke perusahaan Flash Coffee.
- 5) Penelitian ini hanya mencakup prediksi adanya *churn* dan pembagian *cluster customer* untuk menentukan *retention strategy* di masa depan.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

- 1) Mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi pendorong *customer churn* di aplikasi.
- 2) Mengklasifikasikan *customer* yang sudah *churn* dan belum *churn* melalui *classification* model dengan akurasi yang cukup baik yaitu sebesar 80%.
- 3) Membagi *customer* kedalam beberapa *cluster* berdasarkan nilai Recency, Frequency, dan Monetary dengan jumlah cluster  $k = 3$  sebagai cluster terbaik dikarenakan jarak antar cluster tidak terlalu berdekatan dibanding cluster dengan  $k = 4$  atau  $k = 5$ .

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat mempunyai manfaat sebagai berikut :

- 1) Melalui penelitian ini diharapkan dapat mencegah terjadinya *customer churn* atau berkurangnya *loyalty customer* dengan menggunakan *model classification* yang telah dibuat.
- 2) Memberikan informasi terkait *customer* Flash Coffee dalam bentuk *cluster* tertentu sesuai dengan *buying habit* menggunakan RFM *variables*.