SARI

Menjalin hubungan baik dengan pelanggan merupakan strategi dalam suatu bidang bisnis dengan tujuan meningkatkan loyalitas pengguna produk dan jasa yang ditawarkan setiap pelaku usaha. Selain meningkatkan pemasukan dan keuntungan dalam jangka waktu lama, pelanggan yang setia dengan sebuah perusahaan dapat menciptakan *image* yang baik terhadap produk dan jasa yang dibuat oleh perusahaan.

Pada proses bisnisnya pihak toko yang menjadi objek penelitian mengalami kesulitan untuk mendapatkan target pasar yang sesuai dengan produk yang dijual karena hanya menggunakan media sosial yang belum mendukung kegiatan bisnis pihak toko untuk menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan.

Usulan solusi untuk penelitian ini yaitu pembuatan sistem e-CRM berbasis *website* dengan metode *item based collaborative filtering* yang di uji dengan kuesioner dan *user acceptance testing* untuk mengetahui hasil dari pembuatan sistem ini. Metode *item based collaborative* filtering menggunakan perhitungan *adjusted consine similiarity* yang digunakan untuk mencari nilai kemiripan antar produk dan *weighted sum* digunakan untuk menghitung nilai prediksi dari *rating* produk untuk mendapatkan rekomendasi kepada pelanggan. Sistem ini juga menampilkan info tentang produk yang sedang ada promo dan info menarik untuk pelanggan sesuai program pihak pemasaran dari toko.

Dari hasil dari penelitian, sistem e-CRM ini dapat membangun hubungan yang baik antara pihak toko dengan pelanggan dan dapat memenuhi keinginan pihak toko yang menjadi latar belakang masalah dalam penelitian ini, yaitu memberikan rekomendasi yang sesuai dengan preferensi pengguna untuk menentukan produk yang akan dijual selanjutnya. Pelanggan juga akan dapat info tentang promo produk yang menarik.

Kata Kunci: e-CRM, *Collaborative filtering, Item Based Collaborative filtering*, toko retail.