

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di masa pandemi Covid-19 sekarang ini, para pelaku bisnis khususnya bisnis ritel modern semakin lama semakin sengit dalam persaingan. Ritel modern biasanya bisnis yang di jalankan oleh orang yang mempunyai modal yang lumayan besar seperti minimarket atau supermarket (Chaniago et al. 2019). Menurut Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, kontribusi ritel tetap tinggi selama pandemi. Tercatat kontribusi ritel dari bagian perdagangan sebanyak 12,83%, dan untuk bagian konsumsi sebanyak 57,31%. Berdasarkan data dari Kompas.com, perkembangan investor ritel mencapai sebanyak 4,16 juta yang terdiri dari *Single investor Identification* saham (1,31 juta), reksadana (2.44 juta), Surat Berharga Negara (410.000). Walaupun di tengah pandemi Covid-19, ritel Indonesia memiliki peringkat 5 besar dari 200 Negara berkembang dengan skor perolehan berjumlah 58,7 % dan variabel *Time Pressure* s/ebanyak 78,9 %. Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) mengungkapkan, penopang bisnis ritel saat ini adalah minimarket dengan perkembangan sebanyak 14 -15 % .

Minimarket merupakan andalan setiap orang dalam berbelanja karena gerai yang mudah dikunjungi, tempat yang tentram, fasilitas lengkap, tata letak produk yang rapi, dan dilengkapi dengan layanan pembayaran yang lengkap seperti kasir

(Bekti et al. 2017). Dengan demikian, persaingan bisnis antar minimarket semakin sengit dan membuat para pebisnis diharuskan untuk menemukan cara yang tepat supaya tingkat penjualan barang semakin tinggi dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dari berbagai banyak cara, yang dapat diterapkan dalam menemukan strategi yang tepat adalah menggunakan teknik *data mining* dengan cara mengelola data transaksi pembelian dan menganalisis pola pembelian di minimarket Kota Batam. Ritel minimarket ialah sektor industri yang cukup populer dan tumbuh pesat di Kota Batam, pernyataan ini dibuktikan dengan semakin maraknya minimarket yang berdiri di tengah – tengah kota hingga ke beberapa pelosok daerah di Kota Batam. Dari banyaknya minimarket di Kota Batam, yang cukup mencuri perhatian ialah Join Mart.

Join Mart merupakan minimarket sekaligus grosir yang terletak di kawasan SP Plaza yang menjual barang kebutuhan sehari - hari masyarakat seperti sembako, perlengkapan rumah tangga, dan olahan makanan lainnya. Waktu buka toko pada Join Mart adalah setiap hari, dari jam 7 pagi hingga jam 8 malam. Penjualan di Join Mart kerap mengalami peningkatan setiap harinya karena lokasi nya yang memungkinkan untuk ramai dikunjungi oleh pembeli. Dengan peningkatan penjualan itulah yang membuat muncul beberapa masalah. Menurut Bapak Toni selaku pemilik minimarket, Masalah yang sering dihadapi yaitu kurangnya kontrol stok barang yang kerap mengalami penghabisan dan peletakan barang di Join Mart belum sesuai dengan perilaku konsumen. Permasalahan ini dapat mengakibatkan konsumen beralih ke

minimarket lain dan mengakibatkan konsumen memboroskan waktu dalam menemukan barang yang ingin di beli ketika berbelanja. Akibat dari permasalahan ini dapat membuat tingkat penjualan di Join Mart mengalami penurunan. Oleh karena itu tumpukan data transaksi pada penjualan di Join Mart dapat dimanfaatkan dan tidak hanya disimpan saja dan beberapa waktu akan dibuang.

Penggunaan *data mining* ialah cara yang dapat di terapkan dalam mengolah tumpukan data yang ada pada transaksi penjualan agar dapat menjadi sebuah informasi yang berfaedah bagi Join Mart. Metode *data mining* yang dapat diterapkan dalam permasalahan Join Mart ini ialah *association rule* atau algoritma apriori yang berguna untuk menemukan hubungan diantara suatu data yang berdampak bagi keberadaan data lainnya. Pola ini juga bermanfaat untuk lebih mengetahui *item* mana yang pembeliannya yang laris cepat dan tidak laris cepat. Seperti penelitian yang dilakukan (Elisa 2018), dalam jurnal penelitian nya diungkapkan bahwa metode algoritma apriori dapat diterapkan dalam memastikan analisis pola pembelian dan pola kombinasi *itemset* yang didapat dari hasil penjualan minimarket yaitu minyak serta susu yang bernilai *support* sebesar 42,85% sementara *confidence* 85,71 %.

Sesuai latar belakang dan persoalan yang sudah dikemukakan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk Skripsi yang berjudul **“ANALISIS POLA PEMBELIAN KONSUMEN DENGAN METODE ASOSIASI MENGGUNAKAN ALGORITMA APRIORI PADA MINIMARKET”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai dengan uraian dari latar belakang, penulis mengidentifikasi terdapat permasalahan sebagai berikut:

1. Tumpukan data dari data transaksi penjualan selama minimarket beroperasi tidak dimanfaatkan kembali dan hanya disimpan saja.
2. Join Mart belum mengetahui *item* mana yang pembelinya laris cepat dan yang tidak laris cepat dan belum adanya pola untuk menata barang sesuai dengan pola pembelian konsumen.

## 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang dibuat bertujuan supaya penulis lebih terfokus atau terarah dalam melakukan penelitian secara mendalam, maka penulis menentukan pembatasan masalah, yaitu:

1. Penelitian ini dilakukan di sebuah minimarket yaitu Join Mart yang berlokasi di Ruko SP (Sentosa Perdana), Blok J No 1-2, Batu Aji, Batam.
2. Penelitian ini menerapkan metode algoritma apriori dan untuk menguji hasil dari pola pembelian konsumen diuji dengan software Tanagra 1.4.50.
3. Data yang diambil adalah data transaksi penjualan 6 bulan terakhir terhitung Oktober 2020 – Maret 2021.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Sesuai dengan identifikasi masalah yang sudah dikemukakan, maka dirumuskan permasalahan, diantaranya :

1. Bagaimana melakukan analisis pola pembelian konsumen dengan menggunakan metode algoritma apriori ?
2. Bagaimana hasil nilai *support* dan *confidence* dari pola pembelian konsumen ?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah yang diuraikan, maka peneliti ingin mencapai tujuan, diantaranya:

1. Untuk mengetahui hasil analisa pola pembelian konsumen dengan metode algoritma apriori.
2. Untuk mengetahui hasil nilai *support* dan *confidence* dari pola pembelian konsumen.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang diharapkan ialah sebagai berikut:

##### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

- a. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengetahuan baru yang berkaitan dengan *data mining* khususnya metode algoritma Apriori.

- b. Penelitian ini dapat menjadi sebuah masukan dan referensi yang berguna untuk penelitian serupa dimasa depan.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

- a. Bagi penulis

Menambah pemahaman penulis dan alat yang bermanfaat dalam pengimplementasian ilmu penulis tentang pola pembelian konsumen menggunakan metode algoritma Apriori.

- b. Bagi Universitas Putera Batam

Memberikan kontribusi ilmu, untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang ada kaitannya dengan penelitian ini khususnya bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian serupa.

- c. Bagi Join Mart

Dapat dijadikan sebagai alat dalam pertahanan bisnis maupun peningkatan strategi penjualan dengan memanfaatkan data penjualan atau transaksi.

- d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat dijadikan sebagai informasi ataupun tambahan referensi bagi yang ingin melakukan penelitian lanjutan yang ada hubungannya dengan analisis pola pembelian konsumen menggunakan algoritma apriori.