

# **BAB I**

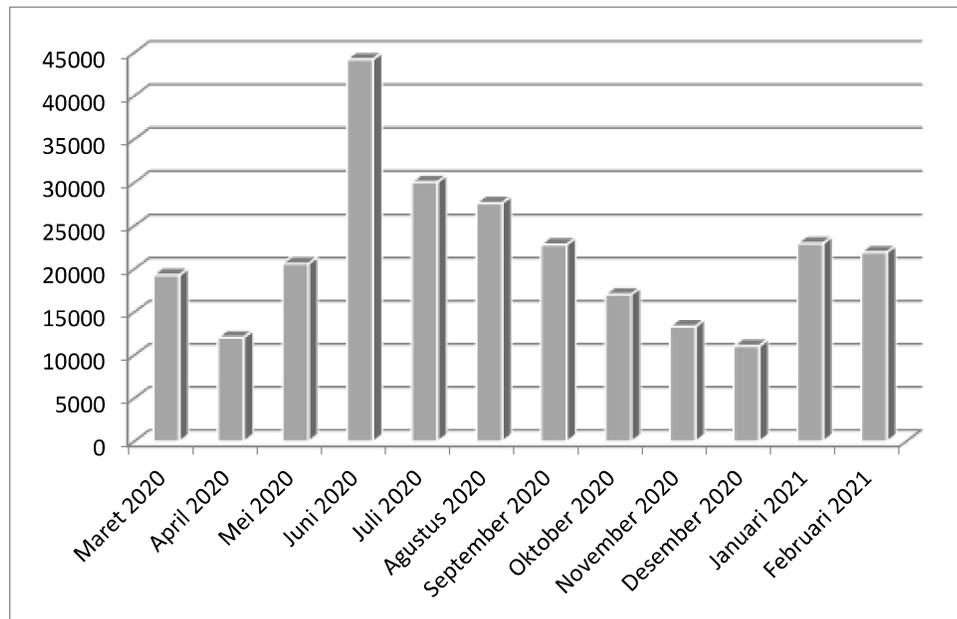
## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Kondisi pandemi Covid-19 cukup besar dalam memberikan dampak bagi pemerintah dan masyarakat, khususnya terkait dengan dampak ekonomi ditandai penurunan Produk Domestik Bruto (PDB) dunia yang mencapai 2% (Suryani, 2021). Sehubungan dengan dampak penurunan ekonomi tersebut, dibutuhkan peran dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk menciptakan lapangan kerja, guna mengurangi jumlah pengangguran. UMKM diharapkan semakin produktif dan memiliki daya saing melalui pemanfaatan *Information and Communication Technology (ICT)*, salah satunya dengan menggunakan platform *e-commerce* (Awali & Rohmah, 2020). Pada umumnya, peranan perusahaan adalah menghasilkan dan menjual barang demi memenuhi kebutuhan konsumen. Pada pasar terdapat banyak jenis barang yang dijual untuk memenuhi kebutuhan konsumen, meliputi barang pecah belah, pakaian, perlengkapan rumah tangga, aksesoris untuk *fashion* dan peralatan elektronik.

UMKM MiniMall merupakan sebuah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang bergerak dalam bidang penjualan barang, meliputi barang pecah belah, pakaian, perlengkapan rumah tangga, aksesoris untuk *fashion* serta peralatan elektronik yang berada di kota Batam. Meskipun kondisi persaingan bisnis, khususnya di kota Batam begitu ketat namun UMKM MiniMall merupakan salah satu UMKM yang mampu bertahan dan terus berusaha meningkatkan penjualan

produknya dengan memanfaatkan platform *e-commerce* untuk memasarkan produknya. Demikian grafik data penjualan barang pada UMKM MiniMall pada tahun 2020 sampai tahun 2021.



**Gambar 1.1.** Diagram Batang Data Penjualan Produk Pada UMKM MiniMall Tahun 2020-2021

**Sumber:** (UMKM MiniMall, 2021)

Berdasarkan diagram batang mengenai data penjualan barang yang dijual oleh UMKM MiniMall Tahun 2020-2021, dapat diketahui bahwa pada bulan Maret 2020 hingga April 2020 terjadi penurunan tingkat penjualan. Kemudian pada April 2020 hingga Juni 2020, mulai kembali terjadi peningkatan penjualan barang yang cukup signifikan. Namun, pada bulan Juni 2020 hingga Desember 2020 kembali lagi terjadi penurunan penjualan setiap bulannya secara berturut-turut dengan cukup signifikan meskipun pada Januari 2021 terjadi peningkatan penjualan namun pada

Februari 2021 kembali lagi terjadi penurunan tingkat penjualan barang. Berdasarkan diagram batang mengenai data penjualan barang yang sudah dijelaskan sebelumnya, diketahui bahwa penjualan barang selama tahun 2020 sampai tahun 2021 mengalami penurunan tingkat penjualan sejak bulan Juni hingga Desember 2020. Berdasarkan kondisi tersebut, UMKM MiniMall membutuhkan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan penjualan barang. Diketahui bahwa, kondisi kepuasan konsumen dapat mengalami perubahan karena ketika konsumen melakukan pembelian produk dan produk tersebut tidak sesuai dengan harapan pasca konsumen membeli maka kemungkinan yang terjadi adalah konsumen tidak puas dan konsumen tersebut tidak akan kembali melakukan pembelian, namun apabila produk yang dibeli memenuhi harapannya, maka konsumen akan puas dan konsumen tersebut akan kembali melakukan pembelian (Azwanti & Elisa, 2020). Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis menyimpulkan bahwa permasalahan mengenai penurunan tingkat penjualan yang dialami UMKM MiniMall berhubungan dengan kondisi kepuasan konsumen.

Menjaga kepuasan konsumen merupakan hal penting bagi pemasar *online* seperti UMKM Minimall. Oleh karena itu, penting bagi UMKM MiniMall untuk mengetahui faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen agar tingkat penjualan dapat secara konsisten mengalami peningkatan. Sehubungan dengan kepuasan konsumen, pada penelitian yang dilakukan Marpaung & Mekaniwati (2020) diketahui bahwa faktor kualitas produk, harga dan promosi memengaruhi kepuasan konsumen. Pada penelitian yang dilakukan Nurmiwiyati, *et al* (2020) diketahui bahwa ketersediaan produk memengaruhi kepuasan konsumen. Pada

penelitian yang dilakukan Rohman & Abdul (2021) juga diketahui bahwa ketepatan pengiriman juga dapat memengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu, pada penelitian yang dilakukan Kurniyawati & Ratno (2020) juga dikatakan bahwa penanganan keluhan dapat memengaruhi kepuasan konsumen. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dikatakan bahwa kualitas produk, harga, promosi, ketersediaan produk, ketepatan pengiriman dan penanganan keluhan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Selanjutnya, untuk melakukan analisis kepuasan konsumen pada UMKM MiniMall, dapat dilakukan melalui penggunaan teknik *data mining* dengan algoritma C4.5 karena algoritma tersebut terbukti memiliki fungsi untuk memberikan prediksi dengan hasil yang akurat serta mudah dimengerti (Alawiah *et al.*, 2021). Setelah menjelaskan mengenai permasalahan yang terjadi pada UMKM MiniMall dan beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen serta fungsi dari data mining dengan algoritma C4.5 maka pada akhirnya penulis ingin melakukan penelitian dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan barang atau produk dari UMKM MiniMall melalui peningkatan kepuasan konsumen sehingga penelitian ini dilaksanakan dengan judul "Analisis kepuasan konsumen dengan algoritma C4.5 pada UMKM MiniMall".

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Setelah memberikan penjelasan mengenai latar belakang pelaksanaan penelitian, maka masalah pada penelitian dapat diidentifikasi, sebagai berikut:

1. Penjualan produk UMKM MiniMall pada bulan Maret tahun 2020 sampai Februari 2021 terkadang mengalami kenaikan dan penurunan. Namun, sejak

Juni 2020 hingga Desember 2020 terjadi penurunan penjualan barang setiap bulan secara berturut-turut dengan cukup signifikan.

2. UMKM MiniMall membutuhkan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan penjualan barang, salah satunya adalah kepuasan konsumen.
3. UMKM MiniMall ingin mengetahui kepuasan konsumen terkait barang yang dijual dan layanan yang diberikan kepada konsumen karena kepuasan konsumen berhubungan dengan penurunan tingkat penjualan yang dialami UMKM MiniMall.

### **1.3. Batasan Masalah**

Pada penelitian ini terdapat beberapa masalah, namun masalah tersebut dibatasi agar pelaksanaan dan pembahasan yang dilakukan fokus dan terarah.

1. Data penelitian yang digunakan berupa data kepuasan konsumen terhadap produk yang dijual dan layanan yang diberikan UMKM MiniMall.
2. Fokus penelitian adalah menganalisa kepuasan konsumen terhadap produk yang dijual dan layanan yang diberikan UMKM MiniMall membahas indikator kepuasan dengan menggunakan algoritma dari C4.5 dan hasil perhitungan yang didapatkan kemudian dipastikan kembali melalui proses pengolahan *data mining* dengan memanfaatkan aplikasi WEKA versi 3.9.5.

#### **1.4. Rumusan Masalah**

Pada bagian latar belakang terdapat beberapa permasalahan yang kemudian dibuat dalam bentuk rumusan masalah, sebagai berikut:

1. Bagaimana proses analisis kepuasan konsumen terhadap produk yang dijual dan layanan yang diberikan oleh UMKM MiniMall menggunakan teknik *data mining* dengan algoritma C4.5 dan pengujian dengan memanfaatkan aplikasi WEKA versi 3.9.5?
2. Bagaimana hasil analisis kepuasan konsumen menggunakan algoritma dari C4.5 untuk memberikan solusi pemecahan masalah terkait penurunan tingkat penjualan produk pada UMKM Minimall?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Terdapat tujuan dari pelaksanaan penelitian yang dilaksanakan penulis dan beberapa tujuan tersebut, yaitu:

1. Mengetahui proses analisis kepuasan konsumen terhadap produk yang dijual dan layanan yang diberikan oleh UMKM MiniMall menggunakan teknik *data mining* dengan algoritma C4.5 dan proses pengujian dengan memanfaatkan fungsi dari aplikasi WEKA versi 3.9.5.
2. Mengetahui hasil analisa kepuasan konsumen menggunakan algoritma dari C4.5 untuk memberikan solusi pemecahan masalah terkait penurunan tingkat penjualan produk pada UMKM Minimall.

## 1.6. Manfaat Penelitian

Hasil dari pelaksanaan penelitian memiliki manfaat teoritis dan praktis, sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Demikian penjelasan penulis mengenai manfaat teoritis yang diharapkan dapat diterima oleh pihak lain atau peneliti lainnya, yaitu:

- a. Menambah pengetahuan dalam menerapkan *data mining* menggunakan algoritma C4.5.
- b. Menambah informasi mengenai fungsi algoritma C4.5 dalam menganalisa kepuasan konsumen.

### 2. Manfaat Praktis

Manfaat ini berkaitan dengan fungsi yang dapat diberikan oleh hasil penelitian terhadap pemecahan masalah praktis.

- a. Memberikan informasi bagi UMKM MiniMall terkait dengan cara meningkatkan penjualan produknya secara konstan.
- b. Menjadi pedoman dalam pelaksanaan penelitian selanjutnya dalam mengolah data mining menggunakan algoritma C4.5.
- c. Menjadi pengalaman penulis dalam melakukan analisa kepuasan konsumen menggunakan algoritma C4.5.