

BAB I

PENDAHULUAN

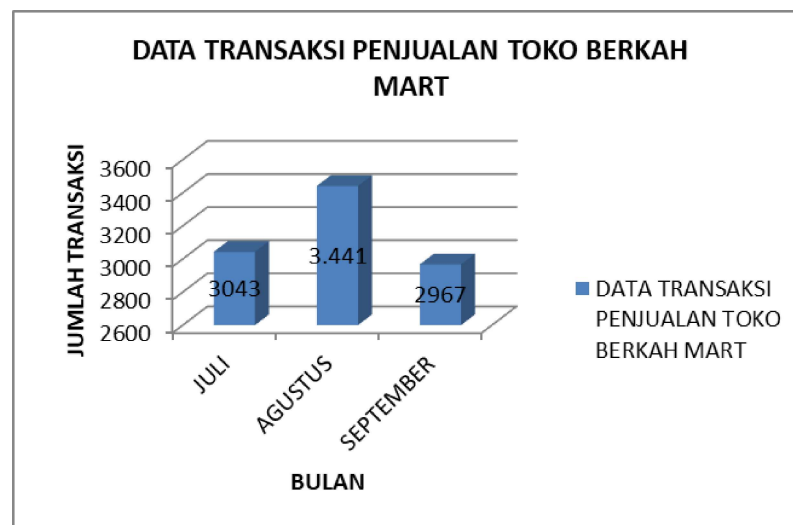
1.1. Latar Belakang

Saat ini perkembangan bisnis ritel atau pasar eceran sangat pesat, berdampak semakin tingginya persaingan pasar dalam dunia usaha. Dalam hal ini membuat para pengusaha ritel harus mengedepankan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik para konsumen. Pengusaha tentunya tidak ingin terjadi penurunan hasil penjualan yang diakibatkan oleh adanya barang yang tidak terjual sesuai dengan target penjualan. Untuk itulah pengusaha bisnis ritel memerlukan kecerdasan bisnis untuk membuat strategi yang dapat digunakan dalam memenuhi permintaan pasar agar tidak terjadi penurunan penjualan.

Dalam persaingan bisnis perdagangan barang, khususnya pada Toko Berkah Mart. Toko Berkah Mart merupakan toko yang menjual makanan pokok atau bahan pokok yang ada di kota batam. Berbagai macam penjualan barang pokok yang dijual Toko Berkah Mart merupakan produk dalam negeri yang dipesan melalui distributor yang ada dikota batam. Toko Berkah Mart beroperasi setiap hari senin sampai minggu dimana Toko Berkah Mart beroperasi dari jam 08.00 hingga jam 21.00 setiap harinya. Setiap harinya Toko Berkah Mart melakukan transaksi penjualan yang cukup banyak yang membutuhkan penyimpanan data yang besar. Banyaknya data transaksi yang didapatkan setiap hari hanya dibiarkan sebagai arsip didalam

database tanpa di olah menjadi suatu informasi yang berguna. Masalah yang sering dihadapi Toko Berkah Mart yaitu sering terjadinya ketersediaan barang yang tidak memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga memberikan dampak kerugian pihak toko karna konsumen beralih ke toko lain.

Berikut adalah data transaksi pada Toko Berkah Mart hasil penjualan selama 3 bulan yang terjadi pada tahun 2020 data transaksi menunjukkan penurunan penjualan.



Gambar 2. 1 Diagram data transaksi

Sumber: (Data Peneliti 2020)

Dengan demikian untuk mengolah data transaksi penjualan yang begitu banyak akan dibutuhkan sebuah metode penambangan data (*data mining*) dengan algoritma apriori, dimana data transaksi penjualan dapat dimanfaatkan dan diolah untuk menjadi sebuah informasi yang bermanfaat untuk Toko Berkah Mart dalam mengambil keputusan dalam pemesanan barang yang paling banyak diminati konsumen dan kurang diminati konsumen.

Menurut pendapat (Hadinata & Kurniawan, 2020) Algoritma Apriori adalah algoritma pengambilan data dengan asosiatif (*Association Rule*) untuk menentukan hubungan asosiatif suatu item. *Association Rule* yang dilakukan melalui mekanisme perhitungan *support* adalah lebih besar dari minimum *confidence*. Algoritma Apriori ini akan cocok untuk diterapkan bila terdapat beberapa hubungan item yang ingin dianalisis. Sedangkan pendapat (Siti Aliyah, 2020) data mining adalah suatu proses untuk menghasilkan sebuah informasi data yang berguna dari basis data yang besar. Teknik analisa keranjang pasar merupakan teknik yang mengadaptasi ilmu data mining. Teknik ini digunakan untuk merancang strategi penjualan dan pemasaran barang melalui proses pencarian asosiasi antar item data dari suatu basis data relasional. Pencarian asosiasi berawal dari pengolahan data transaksi pembelian barang dari setiap konsumen, kemudian dicari hubungan antar barang-barang yang dibeli oleh konsumen.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis ingin melakukan sebuah penelitian yang berjudul Analisis pola pembelian konsumen menggunakan algoritma apriori pada Toko Berkah Mart.

1.2. Identifikasi Masalah

1. Data transaksi penjualan dibiarkan menumpuk dan tidak dimanfaatkan untuk memperoleh informasi dan meningkatkan strategi penjualan.
2. Belum terbentuk pola yang sesuai untuk melakukan ketersediaan barang.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis memberikan Batasan masalah yaitu :

1. Penelitian ini dilakukan pada Toko Berkah Mart dengan mengambil data transaksi selama 2 bulan.
2. Penelitian ini menggunakan teknik data mining dengan algoritma apriori dan pengujian hasil menggunakan *software* Tanagra 1.4.

1.4. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka dirumuskan suatu masalah, yaitu :

1. Bagaimana proses analisa data mining pada transaksi data penjualan dengan algoritma apriori untuk mengetahui pola pembelian konsumen?
2. Bagaimana nilai *support* dan *confidence* yang terbentuk sehingga menentukan pola pembelian konsumen?

1.5. Tujuan Penelitian

Dari permasalahan yang diteliti, maka penulis memiliki tujuan yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses analisa data mining pada transaksi data penjualan dengan algoritma apriori untuk mengetahui pola pembelian konsumen pada Toko Berkah Mart.
2. Untuk mengetahui nilai *support* dan *confidence* yang terbentuk sehingga dapat menentukan pola pembelian konsumen Toko Berkah Mart.

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian terbagi menjadi dua, yaitu manfaat dalam aspek teoritis (keilmuan) dan manfaat dalam aspek praktis (guna laksana), yaitu:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat dalam aspek teoritis, penulis ingin penelitian ini digunakan sebagai salah satu karya ilmiah penelitian dapat digunakan sebagai salah satu karya ilmiah yang dapat memberikan masukan dan referensi dalam kajian ilmu pengetahuan yang berhubungan dalam Analisis pola pembelian konsumen pada transaksi penjualan produk menggunakan algoritma apriori.

1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat dalam aspek praktis, hasil penulisan ini dapat digunakan sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, dapat menerapkan ilmu pengetahuan khususnya dalam hal data mining menggunakan algoritma apriori diperoleh dari perkuliahan maupun diluar perkuliahan dan menerapkan langsung pada dunia kerja.
2. Bagi perusahaan, dapat memberikan kesempatan berkembang dan kemajuan yang lebih baik kepada pihak Toko Berkah Mart dalam meningkatkan penjualan produk, informasi, efektivitas, dan efisiensi kerja.
3. Bagi pihak kampus, sebagai referensi bagi pembaca yang akan melakukan penelitian lanjut tentang Analisis pola pembelian konsumen pada transaksi penjualan produk menggunakan algoritma apriori yang akan diteliti.