

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Grosir adalah penjualan produk dalam jumlah besar kepada pengecer, bisnis, entitas komersial, lembaga, atau kepada pihak grosir lainnya [1]. Kemajuan ekonomi saat ini telah mengakibatkan perubahan pesat dalam sektor penjualan, yang tercermin dari munculnya berbagai toko grosir dengan beragam model, baik secara konvensional maupun melalui *E-commerce* [2]. Dalam menghadapi persaingan ini, diperlukan rancangan strategi dan terobosan inovatif untuk meningkatkan penjualan dan pemasaran produk.

Grosir Amanah Omindmart adalah tempat penjualan sembako dan kebutuhan sehari-hari yang aktif bertransaksi setiap hari. Namun, toko ini menghadapi beberapa permasalahan, di antaranya penurunan penjualan dalam beberapa periode terakhir. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya penerapan strategi pemasaran, seperti promo atau diskon, yang berdampak pada kesulitan dalam menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan daya beli konsumen. Selain itu, terdapat daya beli produk yang tidak seimbang, di mana beberapa produk cenderung lebih sering dibeli sementara produk lainnya kurang diminati. Selain itu, proses pengolahan data di toko ini masih dilakukan secara manual menggunakan nota kertas dan excel, serta belum dimanfaatkan secara maksimal untuk mendukung pengambilan keputusan strategis.

Sistem pengolahan data yang efisien diperlukan untuk mengelola data transaksi yang terus bertambah. Ini penting agar data dapat diubah menjadi laporan bulanan yang informatif, membantu meningkatkan pesanan produk. Selain itu, data transaksi yang terkumpul dapat dimanfaatkan lebih jauh untuk mengidentifikasi pola pembelian konsumen, seperti kombinasi produk yang sering dibeli bersamaan. Informasi ini sangat berharga dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti penawaran bundel produk atau promosi khusus yang dapat meningkatkan daya tarik konsumen.

Dalam upaya menganalisis pola pembelian konsumen, diperlukan metode yang mampu menemukan keterkaitan antar produk dalam data transaksi. Salah satu metode yang digunakan untuk tujuan ini adalah algoritma apriori. Algoritma apriori adalah salah satu metode yang digunakan untuk mengidentifikasi pola hubungan antara satu atau lebih *item* dalam sebuah *dataset* [3]. Algoritma apriori dapat mengidentifikasi produk yang paling diminati melalui analisis nilai *minimum support* dan *confidence* [4]. Keunggulan algoritma apriori bersifat sederhana dan mampu mengolah data besar, membuatnya praktis dengan keterbatasan kemampuan pengolahan data [5].

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada pihak toko mengenai pasangan *item* yang sering dibeli secara bersamaan oleh konsumen, sehingga memperoleh wawasan mendalam mengenai preferensi pelanggan dan tren pasar. Dengan demikian, toko dapat merancang strategi dan inovasi yang lebih tepat sasaran, seperti bundel produk atau penawaran diskon berdasarkan pola pembelian yang teridentifikasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana penerapan algoritma apriori dalam membentuk pola asosiasi untuk mengidentifikasi pasangan produk yang sering dibeli guna mendukung pengambilan keputusan dalam merancang strategi dan inovasi pemasaran?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Objek yang digunakan sebagai bahan penelitian adalah data transaksi penjualan pada Toko Grosir Amanah Omindmart.
2. Algoritma yang digunakan adalah algoritma apriori untuk mengetahui asosiatif antara suatu kombinasi pembelian produk oleh konsumen.
3. Data yang digunakan merupakan data transaksi Toko Grosir Amanah Omindmart bulan Juli-September 2024.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai oleh peneliti dalam penelitiannya adalah:

1. Menganalisis pola pembelian produk pada Toko Grosir Amanah Omindmart untuk mengidentifikasi pasangan produk yang sering dibeli secara bersamaan oleh konsumen.
2. Mendukung pengambilan keputusan strategis, seperti merancang bundel produk atau penawaran diskon yang lebih efektif.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berfokus pada penerapan teknologi *data mining* di bidang perdagangan.
2. Memberikan kemudahan bagi manajemen toko dalam menentukan strategi bisnis yang lebih tepat, seperti bundel produk, penawaran diskon, atau pengelolaan stok berdasarkan hasil analisis pola pembelian.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat beberapa bagian utama yang menjadi dasar penelitian. Latar Belakang berisi argumen berdasarkan fakta yang menjelaskan alasan teoritis dan praktis dalam melakukan penelitian ini, serta bagaimana penelitian ini dapat membantu memecahkan permasalahan yang ada. Selanjutnya, Rumusan Masalah menguraikan fokus penelitian yang dirumuskan dalam bentuk pertanyaan penelitian, sedangkan Batasan Masalah menetapkan ruang lingkup penelitian agar tetap terarah. Untuk memperjelas masalah, pertanyaan yang akan dijawab dalam penelitian ini dijelaskan dan prosedur untuk memecahkan masalah disertakan. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian dijelaskan untuk menggambarkan hasil yang ingin dicapai serta dampak yang diharapkan dari penelitian ini. Bagian terakhir adalah Sistematika Penulisan, yang memberikan gambaran umum mengenai isi setiap bab dalam penelitian ini dengan menjelaskan sub-sub babnya secara ringkas dan terstruktur.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mencakup Studi Literatur yang berisi tentang hasil-hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Selain itu, landasan teori dalam bab ini berisi deskripsi, penjelasan, serta definisi dari berbagai istilah yang digunakan dalam penelitian. Ulasan dari berbagai sumber atau referensi disajikan untuk memahami konsep dasar, makna istilah, serta aspek yang berkaitan dengan penelitian, termasuk objek penelitian, bahasa pemrograman yang digunakan, dan hal-hal relevan lainnya.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas dan menganalisis proses perancangan penelitian yang akan dilaksanakan. Terdapat tinjauan umum tentang objek penelitian, alur penelitian, serta alat dan bahan yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil implementasi *data mining* dengan algoritma apriori serta evaluasi terhadap pola pembelian yang ditemukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi ringkasan temuan utama dari penelitian yang telah dilakukan serta menyajikan rekomendasi dan saran untuk peningkatan penelitian di masa depan. Dalam bagian ini, peneliti menguraikan kesimpulan berdasarkan analisis data dan hasil eksperimen yang telah dilakukan.