

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang mampu untuk menjalin relationship jangka panjang dengan pelanggannya. Relationship jangka panjang berarti pelanggan yang loyal di mana kebutuhan dan keinginannya terpenuhi (Tjahyadi, 2006). Memahami kebutuhan pelanggan tidaklah mudah, dengan menganalisa data transaksi merupakan tindakan yang harus dilakukan oleh perusahaan. Data transaksi penjualan merupakan data yang menyimpan seluruh transaksi yang dilakukan oleh pelanggan dalam membeli menu atau barang. Dari data tersebut dapat dilihat hubungan antar pelanggan dan menu atau barang. Namun, semakin banyak bertambahnya data transaksi, semakin sulit bagi perusahaan dalam menganalisis. Hal ini terjadi pada kafe Belikopi Bondowoso dengan 29 menu dan data transaksi yang bertambah setiap harinya.

Kafe Belikopi bondowoso merupakan kafe yang menjual berbagai jenis minuman dan beberapa makanan ringan. Dari hasil observasi dan wawancara, data transaksi di kafe Belikopi Bondowoso dicatat dalam sistem informasi berbasis android dan hanya sebagian data yang disimpan dalam database karena kapasitas database yang tidak memungkinkan sehingga terkadang menghapus data transaksi yang lama. Namun sebagian data tersebut dapat dikelola dengan baik. Semakin banyak bertambahnya data transaksi setiap harinya, membuat sulit untuk dianalisis dijadikan informasi. Sehingga data transaksi tersebut hanya digunakan untuk menilai penjualan terbanyak dan dijadikan arsip. Oleh karena itu, pada penelitian ini kafe Belikopi bondowoso dijadikan studi kasus dengan tujuan membantu menganalisis data transaksi penjualan, sehingga nantinya dapat diperoleh keterkaitan kombinasi atau pola pembelian pelanggan.

Pola pembelian pelanggan adalah suatu kebiasaan pelanggan dalam membeli sebuah menu atau produk. Pola tersebut nantinya dapat dimanfaatkan untuk mengetahui kebutuhan pelanggan. Sehingga pihak perusahaan dapat menentukan strategi dan promosi dimasa yang akan datang.

Misalnya seperti barang terlaris yang nantinya dapat digunakan untuk bahan pertimbangan dalam membuat combo hemat berdasarkan hasil analisis pola pembelian. Pola pembelian tersebut dapat juga digunakan untuk membantu dalam menentukan paket diskon sehingga nantinya barang yang kurang laris dapat digabungkan dengan barang yang laris. Dengan harapan penjualan menu atau barang semakin bertambah. Untuk melakukan analisis pola pembelian pelanggan dengan data yang besar dibutuhkan dengan teknik data mining market based analysis dengan algoritma apriori dan juga menggunakan metode naive bayes untuk membantu dan mempercepat pengambilan keputusan terkait kombinasi atau pola yang laris dan kurang laris.

Market based analysis dengan algoritma apriori merupakan metode data mining jenis asosiasi untuk analisa menemukan pola frekuensi tinggi. Pada penelitian sebelumnya dengan judul “*Market Basket Analysis* Pada Mini Market Ayu Dengan Algoritma Apriori “. Masalah yang dihadapi dalam penelitian tersebut ialah Data transaksi penjualan hanya dijadikan arsip tanpa dimanfaatkan dengan baik. Sehingga perlu dilakukan analisis terhadap keranjang pasar dengan Algoritma Apriori. Dengan metode tersebut penentuan pola pembelian dapat dilakukan dengan melihat hasil dari kecenderungan konsumen membeli barang berdasarkan kombinasi 2 itemset. Diperoleh *support dan confidence* dengan hasil tertinggi pada minyak dan susu dengan nilai support 42,85% dan confidence 85,71%. kelemahan dari metode tersebut harus menscan database setiap kali iterasi membutuhkan waktu yang lama (Elisa, 2018).

Dalam penelitian ini algoritma apriori digunakan untuk mencari frekuensi kemunculan satu menu dengan menu lain yang saling berhubungan berdasarkan data transaksi penjualan selama 7 bulan di kafe Belikopi Bondowoso. Sehingga ditemukan atau didapatkan pola pembelian yang dapat dijadikan sebagai strategi bisnis bagi pihak Belikopi Bondowoso dan bisa digunakan untuk acuan penyetokan bahan serta barang terpopuler dan rekomendasi paket combo. Penerapan dari naive bayes untuk klasifikasi pola pembelian pelanggan terlaris dan kurang laris, sehingga dapat membantu dan mempercepat membuat keputusan dalam membuat paket kombo berdasarkan hasil perhitungan pola pembelian

pelanggan dari algoritma apriori tersebut. Penelitian ini menghasilkan laporan barang terlaris dan rekomendasi paket menu pada sistem website.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka dapat dirumuskan beberapa masalah yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana cara menganalisa keterkaitan antar menu pada data transaksi penjualan untuk menentukan pola pembelian pelanggan dengan algoritma apriori?
2. Bagaimana klasifikasi dengan naive bayes terhadap hasil kombinasi pola pembelian pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan hendak dicapai dalam penelitian ini, antara lain:

1. Menganalisa terhadap keterkaitan antar menu pada data transaksi penjualan dengan algoritma apriori sehingga dapat menghasilkan sebuah pola pembelian pelanggan.
2. Membuat klasifikasi dengan naive bayes terhadap pola pembelian yang tercipta dari algoritma apriori.

1.4 Manfaat Penelitian

Secara teoritis manfaat dari penelitian ini adalah sebagai sarana penulis untuk mengaplikasikan teori dan praktikum tentang penerapan metode dengan mengimplementasikan terhadap Sistem Mart Kuliner . Secara praktis manfaat dari penelitian ini untuk pihak Belikopi Bondowoso dapat mengetahui pola pembelian pelanggan dan dapat membantu menentukan starategi dimasa yang akan datang. Pihak Belikopi juga dapat menggunakan sistem klasifikasi sehingga diharapkan dapat mempercepat penentuan suatu kombinasi atau pola dikatakan laris atau kurang laris, sehingga diharapkan dapat membantu dalam membuat keputusan untuk pembentukan combo hemat dan starategi lain.