

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kepadatan aktivitas pada umumnya menyebabkan kurangnya waktu yang dimiliki untuk berbelanja. Hal ini memicu munculnya ragam baru dalam berbelanja, yaitu berbelanja secara *online / online shopping*. Melalui *online shop* pembeli dapat melakukan efisiensi waktu dan tenaga karena pembeli dapat dengan mudah melakukan transaksi tanpa terbatas oleh waktu dan harus berada di lokasi penjualan barang. Bagi penjual, dengan menjual barang secara *online* maka modal yang dikeluarkan untuk membuka tempat usaha dapat ditekan. Wilayah penjualan yang dijangkau akan semakin luas, dan pembeli yang melakukan transaksi tidak terbatas. Proses transaksi dapat berlangsung kapan saja karena dikendalikan oleh sebuah sistem.

Leni dan Meti (2010) melakukan penelitian dengan metode *market basket analysis* dan algoritma apriori, agar dapat membantu pembeli melakukan analisa yang tepat dalam berbelanja secara *online / online shopping*, dengan demikian penulis melakukan analisa terhadap metode *market basket analysis*. Metode *Market Basket Analysis* merupakan salah satu metode yang digunakan untuk menganalisis pola pembelian yang telah terjadi untuk mengetahui besar keterkaitan antar produk. Berdasarkan pola tertentu pada transaksi yang dianalisis maka dapat dihitung besar keterkaitan produk tersebut dan direkomendasikan produk lain yang berelasi sesuai dengan rumus yang berlaku pada metode *Market Basket Analysis*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka bagaimana sebuah sistem dapat menerapkan metode *Market Basket Analisis* untuk menghasilkan *rekomendasi* kepada pembeli sesuai dengan data transaksi yang ada dengan memanfaatkan metode *Market Basket Analysis*.

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini terdapat batasan-batasan masalah yang dapat dijadikan fokus utama pada penelitian, sehingga mampu mendapatkan hasil yang lebih baik. Berikut adalah batasan-batasan masalah pada penelitian ini, antara lain:

1. Analisa data dilakukan dengan menggunakan metode *Market Basket Analysis* atau yang lebih dikenal sebagai pola belanja konsumen
2. Aplikasi ini hanya menganalisa data transaksi penjualan p a d a toko online menggunakan metode *Market Basket Analysis*

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk memenuhi syarat kelulusan pada Fakultas Teknik Informatika dari Program Studi Sistem Informasi. Menerapkan dan mengembangkan pengetahuan dari Sistem Informasi telah dipelajari selama kuliah. untuk menghasilkan *rekomendasi* kepada pembeli sesuai dengan data yang ada dengan memanfaatkan metode *Market Basket Analysis*

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Sebagai Memenuhi tugas akhir sebagai syarat untuk menyelesaikan studi Teknik Informatika
2. Menambah wawasan tentang pengetahuan mengenai *metode market basket analysis*
3. Sebagai titik awal pencarian pengetahuan dari suatu transaksi data ketika kita tidak mengetahui pola spesifik apa yang kita cari.