

BAB 1. PENDAHULUAN

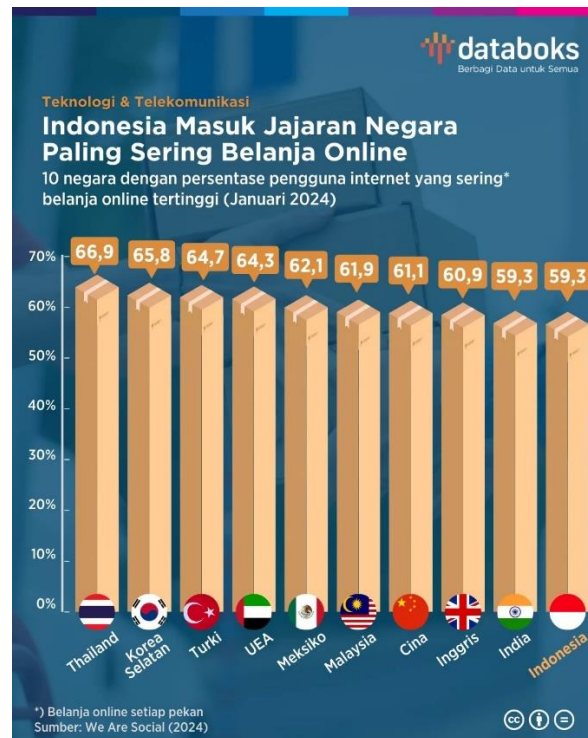
1.1 Latar Belakang

Belanja adalah salah satu aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti makanan, pakaian, peralatan rumah tangga dan kebutuhan lainnya. Kini, belanja bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan, melainkan telah menjadi trend dan kebiasaan.

Saat ini, internet telah menjadi sesuatu yang mudah diakses public. Tidak jarang banyak orang beralih menggunakan internet untuk mengakses berbagai situs, salah satunya adalah situs belanja online. Dengan adanya situs belanja online, banyak orang memilih untuk berbelanja secara online daripada belanja secara langsung di pasar, toko, pusat perbelanjaan, dan tempat lainnya.

Kelebihan dari belanja online adalah kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan pada konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan tanpa harus pergi ke toko fisik. Dengan demikian, konsumen dapat membeli barang dengan cepat dengan banyak pilihan serta dapat memesan produk dengan membandingkan harga yang lebih terjangkau.

Berdasarkan laporan We Are Social and Meltwater, 54,5% pengguna internet dengan usia di atas 16 tahun melakukan belanja online setiap pekannya pada Q1/2024. Pengguna internet di Indonesia yang melakukan belanja online setiap pekannya sebesar 59,3%, menjadikan Indonesia sebagai urutan 9 negara dengan pengguna belanja online terbanyak di dunia.



Gambar 1. 1 Grafik Negara Paling Sering Belanja Online

Mahasiswa adalah salah satu dari lapisan masyarakat yang menggunakan teknologi di kehidupan sehari-hari sehingga belanja online bukanlah hal yang asing bagi mereka. Di tengah keterbatasan waktu yang mahasiswa punya karena jadwalnya yang padat, belanja online menjadi solusi yang menghemat waktu dan tenaga. Kepraktisan belanja online memegang peranan penting mengapa hal ini menjadi daya Tarik, terutama mahasiswa.

Aktivitas belanja online yang berlebihan dapat menjadi kebiasaan yang apabila dilakukan secara berlebihan dapat mengakibatkan kecanduan. Kecanduan belanja online adalah perilaku yang mengacu pada pembelian barang secara kompulsif melalui internet tanpa mempertimbangkan konsekuensi untuk memuaskan keinginannya.

Kecanduan belanja online memiliki tingkatan berdasarkan kategori keparahannya yaitu no addiction (tidak kecanduan), mild (rendah), moderate (sedang), dan severe (tinggi). Diagnosis diperlukan untuk menentukan tingkat dari kecanduan belanja online yang dialami oleh seseorang. Seorang ahli atau pakar

diperlukan untuk mendiagnosis tingkatan dari kecanduan belanja online melalui gejala-gejala yang ada. Namun, untuk pergi konseling ke pakar memerlukan banyak biaya dan tempat yang sulit dijangkau sehingga sistem ini dibuat agar pengguna dapat melakukan deteksi dini kecanduan belanja online. Sistem pakar menjadi solusi karena memungkinkan orang awam dapat melakukan pekerjaan seorang pakar, dapat diproses secara berulang kali, dan dapat menyimpan pengetahuan dan keahlian seorang pakar.

Penelitian tentang sistem pakar deteksi kecanduan belanja online telah dilakukan oleh Intan, dkk dengan judul "Sistem Pakar Mendeteksi Tingkat Kecanduan Belanja Online Pada Wanita Berbasis Web Menggunakan Metode Certainty Factor" dengan hasil akurasi sebesar 96%.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dilakukan penelitian tentang kecanduan belanja online pada mahasiswa dengan judul "Sistem Pakar Deteksi Tingkat Kecanduan Belanja Online Berbasis Web".

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana sistem pakar dapat membantu untuk deteksi tingkat kecanduan belanja *online*?
2. Bagaimana implementasi sistem pakar untuk deteksi tingkat kecanduan belanja *online*?

1.3 Tujuan

1. Membuat aplikasi sistem pakar deteksi tingkat kecanduan belanja online
2. Memberi informasi mengenai kecanduan belanja *online* serta memberikan solusi

1.4 Manfaat

1. Sebagai wadah informasi dan penunjang untuk deteksi kecanduan belanja *online* secara mandiri.
2. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan sistem pakar dan membantu pakar untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman.