

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada perkembangan fashion saat ini sangatlah berkembang sangat luas dan pesat, fashion wanita maupun pria, mulai dari anak-anak hingga dewasa. Saat ini sangatlah memperhatikan cara berpenampilan agar terlihat menarik untuk dipandang. Berbagai fashion pada saat ini juga dapat di beli secara online maupun offline, di era sekarang banyak juga berbagai e commerce yang menjual berbagai keperluan segala fashion. Fashion itu sendiri adalah sebuah perpaduan atau kombinasi dari berbagai style atau gaya dengan desain yang sudah diminati, digemari, dan digunakan oleh konsumen atau masyarakat yang dapat memberikan rasa nyaman saat dipakai dan dapat membuatnya tampil lebih stylish.

Pada penelitian kali ini saya mengambil studi kasus El Jims Honey Semarang. Jims Honey itu sendiri bergerak di bidang Fashion. Jims Honey merupakan brand lokal terdepan di dunia belanja fashion di Indonesia yang menyediakan fashion item terbaru untuk Wanita dan Pria. Adanya produk lokal berkualitas Jims Honey berupa Tas, Dompet hingga Jam Tangan. Bahan yang digunakan adalah bahan kulit dengan kualitas terbaik dengan harga yang lebih murah dibanding dengan brand lainnya

El Jims Honey mempunyai Toko Offline dan Toko Online. Toko Offlineterletak di Jl, Griya Dempel Baru Cluster A No 16, Tlogosari, Pedurungan, Semarang dan toko online

dapat diakses melalui Instagram dan Shoope. Data transaksi pada El Jims Honey belum dapat terorganisir dengan baik karena data yang didapatkan terkadang tidak sama dengan data pembelian barang kepada konsumen. Pada El Jims Honey juga terdapat permasalahan yaitu Pembelian oleh konsumen tidak stabil atau naik turun, Stok barang model lama masih ada tetapi sudah muncul model baru yang lebih bagus sehingga stok barang model lama sudah jarang diminati lagi oleh konsumen, dan Menipisnya stok barang yang banyak diminati, dibeli oleh para konsumen sehingga membutuhkan beberapa waktu untuk menunggu barang yang siap atau ready dari pabrik. Permasalahan tersebut dapat menghambat strategi pemasaran toko tersebut.

Data Mining adalah proses yang menggunakan teknik statistik, matematika, kecerdasan buatan, *machine learning* untuk mengekstraksi dan mengidentifikasi informasi yang bermanfaat dan pengetahuan yang terkait dari berbagai database besar (Turban dkk. 2005). Terdapat beberapa istilah lain yang memiliki makna sama dengan data mining, yaitu *Knowledge discovery in databases* (KDD), ekstraksi pengetahuan (*knowledge extraction*), Analisa data/pola (*data/pattern analysis*), kec. Tugas data mining yaitu untuk menganalisis secara otomatis atau semi-otomatis dalam jumlah data yang besar untuk mengetahui pola yang menarik yang sebelumnya belum pernah di ketahui. Pada metode data mining kali ini saya menggunakan metode Association Rule. **Association Rule** sering disebut dengan **Market Basket Analysis** merupakan sebuah masalah atau problem dalam hal bisnis yang dapat menganalisa tabel transaksi penjualan atau pembelian dengan mengidentifikasi barang atau produk yang sering dibeli atau diminati secara bersamaan oleh konsumen atau pembeli, misalnya apabila konsumen membeli sepatu, biasanya juga membeli kaos kaki. Kesamaan yang ada dari

data pembelian digunakan untuk mengidentifikasi kesamaan dari barang atau produk dan kebiasaan apa yang terjadi untuk kepentingan cross-selling.

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah itu sendiri adalah bagaimana caranya untuk menganalisa pola pembelian di El Jims Honey dengan melihat pola pembelian yang telah dipilih oleh konsumen, dengan menganalisa menggunakan metode association rules dengan algoritma apriori ini guna untuk memberikan gambaran yang terkait antara jenis barang dengan data transaksi pembelian berdasarkan pola pembelian barang yang sering dibeli oleh konsumen El Jims Honey secara bersamaan

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah membuat analisa pola pembelian pada El Jims Honey dengan menggunakan metode association rules dengan algoritma apriori untuk menentukan pola pembelian pada El Jims Honey Semarang barang apa saja yang sering dibeli konsumen secara bersamaan dengan guna untuk pengembangan strategi pemasaran dalam pembelian produk jims honey pada El Jims Honey Semarang

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari pembuatann association rule analisis ini yaitu :

1. Membantu pemilih usaha dalam merancang barang apa saja yang sering dibeli oleh konsumen
2. Membantu pemilik usaha dalam menentukan strategi pembelian berdasarkan database pembelian yang terdapat pada sistem yang sudah dimiliki