

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan ketatnya persaingan dibidang usaha penjualan pakaian, para pengusaha dituntut untuk melakukan pelayanan yang optimal terhadap para konsumennya agar mendapatkan kepuasan saat membeli barang. barang yang dijual pun menjadi salah satu faktor yang harus dianalisis supaya kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi sehingga promo – promo yang di adakan menjadi tepat sasaran (Putra, Haryanto, and Dolphina, 2018). Seperti yang dilakukan oleh apotik untuk menarik minat para konsumen dilakukan dengan cara memberikan harga yang lebih murah dan terjangkau dengan produ yang ada di sekitar Bandar Lampung salah satunya parfume corner.

Parfume Corner merupakan toko penjualan parfume di wilayah Bandar Lampung. Parfum corner Rajabasa berdiri tahun 2015, dimana parfum-parfum tersebut disuplai langsung dari beberapa supplier. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada Parfume Corner telah melakukan penjualan menggunakan *marketplace* Shopee namun Parfume Corner kurang memahami kebutuhan dan kebiasaan berbelanja pelanggan. Parfume Corner telah melakukan promosi menggunakan aplikasi *marketplace* Shopee dengan demikian banyak masyarakat yang mengetahui informasi penjualan yang ada *marketplace* Shopee secara telangap tetapi terkadang pihak Parfume Corner kurang mengetahui produk apa yang sering diminati pelanggan dan produk apa saja yang harus disediakan cukup banyak. Sementara itu salah satu kebiasaan berbelanja pelanggan yang perlu diketahui adalah apa saja barang-barang yang sering dibeli bersamaan oleh pelanggan. Untuk mendapatkan barang-barang yang sering dibeli bersamaan tersebut bisa melalui penggalian informasi pada data transaksi penjualan barang (Iswandi *et al.*, 2020). Penemuan penjualan barang yang dibeli oleh pelanggan sangat penting dikarenakan dapat membantu rekomendasi promosi produk sehingga strategi penjualan menjadi lebih tepat sasaran.

Solusi dari masalah di atas maka peneliti akan menerapkan sistem penjualan menggunakan algoritma apriori untuk mengetahui produk yang harus disediakan berdasarkan barang yang diminati oleh pelanggan. Apriori merupakan algoritma yang sangat terkenal untuk menemukan penjualan frekuensi tinggi. Penjualan frekuensi tinggi adalah penjualan item didalam suatu database yang memiliki frekuensi atau support diatas ambang batas tertentu yang disebut dengan istilah minimum support Adiwiharja, Cahyati, and Hilma (2018). Dengan menggunakan *data*

mining tersebut, maka akan dapat membantu dalam mengetahui barang yang sering dibeli bersamaan oleh pelanggan. Penggalan data yang sudah lama terjadi dapat dijadikan referensi didalam manajemen Parfume Corner. Tidak hanya digunakan untuk keperluan administrasi setiap periode saja, tetapi juga dapat digunakan sebagai solusi pengambilan keputusan agar dapat memaksimalkan data penjualan yang ada pada Parfume Corner.

Aplikasi yang dibangun dapat mempermudah dalam menemukan penjualan frekuensi untuk menentukan rekomendasi promosi produk yang efektif dengan memanfaatkan data penjualan yang diolah lebih lanjut sehingga menghasilkan informasi barang yang selalu diminati oleh pelanggan untuk dapat disediakan oleh Parfume Corner.

B. Ruanglingkup Penelitian

Berdasarkan pada uraian latar belakang banyak ditemukan mengetahui informasi mengenai sistem yang, masalah yang dapat sehingga ruang lingkup penelitian ini adalah :

1. Hanya membahas data persediaan barang untuk penjualan barang dan laporan penjualan dan membangun data mining yang di beli bersamaan
2. Merancang model penjualan pada persediaan barang berdasarkan penjualan barang
3. Produk yang jarang di beli untuk dilakukan promosi produk
4. Data penjualan diperoleh dari *marketplace* Shopee dan data penjualan di Toko
5. Data yang digunakan adalah penjualan dari tahun 2021-2022

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam proposal ini adalah bagaimana implementasi sistem data penjualan dengan menggunakan algoritma apriori sesuai dengan pola penjualan di *marketpace* Shopee?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari pembuatan aplikasi ini adalah :

1. Untuk mempermudah dalam pendataan penjualan pada Parfume Corner
2. Untuk menjaga agar barang tetap stabil untuk menjaga kesetiaan pelanggan.

3. Untuk mengetahui hasil analisis data penjualan dengan menggunakan algoritma apriori.
4. Barang yang frekuensi penjualannya rendah akan dilakukan promosi

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari perancangan dan penelitian ini adalah :

1. Dapat memahami kebutuhan dan kebiasaan berbelanja yang dilakukan para pelanggan dengan algoritma apriori.
2. Dapat mengetahui hasil analisis data penjualan dengan menggunakan algoritma apriori.
3. Dapat mengetahui transaksi penjualan pada parfum corner