

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis merupakan salah satu kegiatan yang paling *popular* dalam kehidupan manusia. Manusia berperan sebagai produsen, perantara, maupun konsumen. Dengan berkembangnya zaman, pembisnis tidak cukup hanya memiliki sebatas keberanian dalam mengambil tindakan bisnis, tetapi juga dituntut dalam pengetahuan dan wawasan yang mendukung, sehingga keputusan dalam bisnis yang diambil bisa di minimalkan resikonya dan dioptimalkan keuntungannya.

TB. Menara merupakan salah satu bisnis usaha dagang yang bergerak pada bidang penjualan bahan bangunan dan alat pertukangan yang berada di punggur, lampung tengah. Usaha ini menjual berbagai bahan bangunan seperti pasir, semen, besi, kayu dan juga menjual berbagai alat pertukangan seperti sekop, palu, meteran dan lainnya. Dalam usaha ini persaingan dalam dunia bisnis masih berlangsung karena tidak hanya toko ini saja yang menjual bahan bangunan, masih ada toko lain yang membuka usaha yang sama. Kondisi tersebut menyebabkan pemilik toko ini dituntut untuk menemukan strategi yang dapat meningkatkan penjualan dan pemasaran bahan bangunan dan alat pertukangan.

Saat ini pencatatan transaksi penjualan yang ada pada TB. Menara menggunakan sistem pencatatan manual dan terkomputerisasi. Data yang di catat manual dalam buku kas akan di inputkan kembali ke dalam sistem yang terkomputerisasi. Sistem pengolahan data yang ada pada TB. Menara juga belum berjalan dengan baik karena data transaksi yang ada selain digunakan untuk menjadi arsip dan mengetahui laba/rugi data tersebut dapat dimanfaatkan dan diolah menjadi informasi yang

berguna dalam peningkatan penjualan produk, salah satunya adalah untuk mengetahui pola belanja konsumen yang terjadi pada toko.

Pola belanja konsumen tersebut dapat membantu pemilik toko dalam pengambilan keputusan terhadap apa yang berhubungan dengan persediaan barang. Pentingnya persediaan barang di TB. Menara dan barang apa yang menjadi prioritas utama yang harus disediakan untuk mengatasi kekosongan barang. Persediaan barang dalam sebuah toko dapat berpengaruh pada pelayanan konsumen dan pendapatan. Untuk mengetahui pola belanja konsumen dapat dilakukan dengan menerapkan metode *asosiasi* atau sering disebut dengan *Market Basket Analysis*.

Market Basket Analysis atau analisa keranjang pasar adalah satu metode yang bekerja mencari dan menemukan pola-pola yang berhubungan diantara produk-produk yang dipasarkan, contohnya menemukan bahwa produk A biasanya dibeli bersamaan dengan produk B (Elisa, 2018).

Menurut Ramadhan (2017) Algoritma yang paling banyak digunakan dalam proses *market basket* adalah algoritma *apriori* tetapi algoritma ini memiliki kelemahan ketika menentukan *frequent itemset* dari kandidat *itemset* dalam jumlah besar. Semakin banyak jumlah data maka akan semakin banyak dalam melakukan *iterasi* dan *scan database* setiap kali melakukan *iterasi* sehingga waktu yang dibutuhkan cukup lama. Algoritma *hash based* merupakan salah satu algoritma yang dapat digunakan untuk mengatasi kelemahan yang terjadi pada algoritma *apriori*. Proses dalam algoritma *hash-based* ini mengurangi jumlah kandidat *k-itemset* pada awal.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis ingin melakukan penelitian dengan memanfaatkan data transaksi pada toko bangunan, yang berjudul “**ANALISIS**

MARKET BASKET DENGAN ALGORITMA HASH-BASED PADA TRANSAKSI PENJUALAN (STUDI KASUS: TB. MENARA)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah uraikan, maka rumusan masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah: Bagaimana mengolah data transaksi penjualan dengan menggunakan algoritma *hash-based* dalam menghasilkan *frequent itemset* dan *association rules*?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data yang digunakan adalah data transaksi penjualan delapan bulan pada bulan Agustus 2019 – Maret 2020 yang ada pada TB. Menara.
2. Pada penelitian ini hanya sebatas pada proses untuk mencari *frequent itemset* dan menghasilkan *association rules*.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan pola belanja konsumen yang terjadi pada TB. Menara menggunakan algoritma *hash-based*.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu:

1. Membantu TB. Menara mengetahui bahan bangunan dan alat pertukangan apa saja yang banyak terjual.
2. Membantu dalam peningkatan strategi penjualan.
3. Membantu TB. Menara dalam mengendalikan persediaan barang.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini meliputi tinjauan pustaka dan uraian tentang teori dasar yang mendukung pembahasan.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode Penelitian meliputi bahan dan peralatan penelitian, prosedur penelitian dan pengumpulan data, analisis dan rancangan penelitian, teknik pengolahan data dan analisis hasil yang akan digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan tentang tahapan *evaluation* dan menjelaskan hasil dari proses *market basket analysis* dengan menggunakan algoritma *hash-based*.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari laporan yang penulis laksanakan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN