

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini *fashion* adalah yang paling diperhatikan oleh publik, seperti pakaian, *makeup*, aksesoris dan lain sebagainya. Setiap orang ingin memiliki penampilan yang sempurna agar dapat diterima di lingkungan dan sebagai pelengkap penampilannya. Banyak orang yang menggunakan produk pada tubuh, seperti produk perawatan tubuh, parfum, kosmetik dan lainnya. Parfum banyak dipilih agar tubuh wangi di tengah keramaian. Dengan menggunakan parfum bisa meningkatkan rasa percaya diri dan kenyamanan bagi orang disekitarnya. Parfum adalah salah satu produk yang dipakai dalam kehidupan sehari-hari dalam menunjang penampilan penggunanya.

Toko Evelyn Perfume adalah salah satu toko yang menjual dan mengisi ulang berbagai macam parfum. Transaksi pembelian konsumen yang terjadi hanya jadi penumpukan data transaksi yang jika diabaikan begitu saja hanya dapat menjadi arsip bagi toko. Data transaksi pembelian di toko dapat diolah menjadi sebuah analisa perilaku konsumen dalam membeli parfum. Untuk mengolah data transaksi diperlukan sebuah algoritma guna mengetahui pola hubungan antar parfum yang dibeli.

Data mining atau *Knowledge Discover in Database* yang aktivitasnya meliputi kumpulan data dan menggunakan data yang terdahulu untuk menentukan hukum, pola, atau hubungan dalam koleksi data besar. Aturan yang menyatakan hubungan antar atribut biasanya disebut dengan *association rules* adalah teknik penambangan data untuk menemukan aturan portofolio projek. *Output* dari *data mining* dapat digunakan untuk meningkatkan keputusan masa yang akan datang.

Algoritma apriori adalah salah satu algoritma yang digunakan untuk mengekstrak aturan asosiasi dalam melakukan penambangan data. Aturan asosiasi menerapkan mekanisme untuk menghitung nilai *support* dan *confidence* dari suatu data. Jika nilai *support* lebih besar dari minimum *support* dan juga nilai *confidence*

lebih besar dari minimum *confidence* maka aturan asosiasi dikatakan atraktif. Algoritma apriori diterapkan apabila terdapat hubungan antara item yang dianalisis.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah ditemukan sebelumnya, maka rumusan masalah yang menjadi acuan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana menerapkan algoritma apriori dalam suatu data transaksi?
2. Bagaimana mengetahui pola pembelian konsumen di toko?
3. Bagaimana mengimplementasikan algoritma apriori pada pemrograman web?
4. Bagaimana melakukan penambangan data transaksi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menerapkan algoritma apriori sebagai metode dalam mencari pola pembelian parfum oleh konsumen.
2. Menerapkan algoritma apriori dalam website.
3. Menentukan parfum yang banyak terjual secara bersamaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan tersebut maka manfaat dari penelitian ini antara lain :

1. Membantu pemilik toko untuk mengetahui merek parfum apa saja yang dibeli oleh konsumen.
2. Membantu pemilik toko dalam meningkatkan strategi penjualan produk parfum.
3. Membantu pemilik toko dalam persediaan parfum yang banyak terjual oleh konsumen agar tidak kehabisan stok.

1.5 Batasan Masalah

1. Data transaksi yang diolah adalah 200 data transaksi dari periode 1 Januari 2020 sampai dengan 18 Juli 2020.
2. Tidak membedakan parfum untuk laki-laki dan perempuan.
3. Hanya menggunakan 2 atribut, yaitu tanggal transaksi dan nama parfum.

4. Tidak mengetahui berapa jumlah takaran parfum yang terjual.