

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era saat ini, perkembangan kafe sudah menjadi pemandangan biasa, bisa dilihat dari keberadaan kedai kopi yang semakin banyak di berbagai wilayah Kota Malang hingga di wilayah Indonesia lainnya, dengan konsep yang beragam dan penyebutan juga berbeda seperti kedai kopi, kafe, dan coffee shop. Pada dasarnya kafe adalah tempat umum yang banyak dikunjungi oleh berbagai kalangan masyarakat mulai dari menengah ke bawah hingga menengah ke atas dan dari usia anak muda hingga orang tua untuk berbagai kegiatan. Seperti sekedar berkumpul bersama, bertukar pikiran dalam hal pekerjaan, bersantai menikmati makanan atau minuman, dan sebagainya. Oleh karena itu sekarang para pelaku bisnis berlomba-lomba untuk mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas bisnis yang mereka bangun, mulai dari strategi promosi, kualitas menu, konsep untuk kenyamanan pelanggan hingga mengelola transaksi bisnis tersebut.

Salah satunya adalah Breecaffe, merupakan kafe atau kedai kopi yang berdiri pada tahun 2018 hingga saat ini, dan berada di wilayah Kota Malang dengan letak lokasinya yang strategis mudah dijangkau banyak orang. Pastinya bergerak dalam bidang kuliner dengan menyediakan berbagai pilihan minuman dan makanan dengan menaruh harapan pada konsumen terkait dengan minat pembelian. Oleh karena itu, pelaku bisnis berusaha mengembangkan menu dengan berbagai pilihan atau memperbaiki kualitas menu agar mencapai tingkat penjualan yang akan menghasilkan keuntungan sehingga bisnis ini dapat beroperasi dengan lancar dan sukses. Tetapi pada kenyataannya, minat konsumen untuk datang ke Breecaffe dan tingkat beli konsumen terhadap menu tidak selalu stabil, sehingga terkadang menyebabkan penurunan omset dan tidak memenuhi target penjualan, dengan kata lain pelaku bisnis perlu mengevaluasi dan menganalisis apa yang sedang terjadi.

Perbaikannya dengan adanya perkembangan teknologi, dapat dimanfaatkan untuk menyederhanakan dan memaksimalkan pekerjaan sehari-hari. Bahkan dalam bisnis, riwayat transaksi yang telah terjadi bisa disimpan ke dalam komputer yang mana proses ini bisa berkembang dalam banyak cara dan metode yang berbeda sehingga bisa digunakan untuk meningkatkan penjualan produk.

Oleh karena itu, untuk mempertahankan dan bahkan meningkatkan pendapatan sebuah bisnis, perusahaan perlu melakukan suatu analisis. Analisis yang akan digunakan adalah menggunakan *Data Mining*. Menurut (Yunita, 2018) *Data mining* merupakan cara menganalisis suatu data dari berbagai macam sudut dan menyusunnya untuk membuat informasi penting yang dapat digunakan untuk meningkatkan pendapatan, menghemat dan memangkas biaya, atau mungkin melakukan keduanya. Dengan menggunakan metode pengelompokan (*clustering*) suatu metode untuk mengelompokkan atau menyusun data ke dalam beberapa kluster atau kelompok, merupakan metode pembagian data yang berguna untuk memprediksi dan menganalisis suatu permasalahan bisnis tertentu (Irwansyah, Faisal, 2015). Penggunaan metode ini membuat data yang diperoleh bisa dikelompokkan ke dalam klasster berdasarkan kesamaan karakteristik data, sehingga data dengan karakteristik yang sama bisa berkelompok menjadi satu kluster dan data dengan karakteristik berbeda akan berkelompok dalam kluster yang lainnya.

Dengan penjelasan di atas, jika hasil penjualan yang ada tidak dianalisis dengan matang, itu pasti akan menjadi masalah yang berkelanjutan atau mempengaruhi operasional kafe. Maka dari itu, perlu adanya strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan mencapai target penjualan di Breecaffe. Dengan penerapan analisis data mining menggunakan metode K-means (Clustering) guna mengklarifikasi pola distribusi global dan menemukan hubungan yang menarik antar atribut data.

1.2. Rumusan Masalah

Penulis menggunakan rumusan masalah sebagai acuan dalam melakukan penelitian, maka dari itu penulis ingin mengangkat permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengelompokkan menu berdasarkan tingkat penjualan kafe menggunakan analisis data mining dengan metode *K-means (clustering)*?
2. Apa manfaat metode *K-means (clustering)* untuk data transaksi penjualan pada Breecaffe?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui hasil pengelompokkan menu pada Breecaffe menggunakan metode *K-means (clustering)*.
2. Untuk membantu pihak Breecaffe mendalami dan melakukan analisis penjualan kafe dengan menggunakan metode *K-means (clustering)*.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini sebagai berikut;

1. Bagi Penulis
Untuk menambah pengetahuan dan pemahaman di bidang pengolahan data serta mengimplementasikan ilmu yang telah dipelajari di bangku kuliah.
2. Bagi Perusahaan
Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi landasan maupun solusi bagi pemilik bisnis guna meningkatkan produktivitas penjualan dan dapat mengembangkan usahanya.
3. Bagi Pembaca
Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman baru, pengetahuan dan bisa menjadi referensi untuk membuat karya tulis ilmiah selanjutnya.

1.5. Batasan Masalah

Pada penelitian ini penulis membatasi permasalahannya sebagai berikut:

1. Implementasi analisis penjualan Breccaffe menggunakan metode data mining *K-means (clustering)* menggunakan aplikasi Orange.
2. Penelitian dilakukan pada data penjualan selama 4 (empat) bulan pada Breccaffe yaitu November 2022 – Februari 2023.