

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Meningkatnya intensitas persaingan di dunia bisnis, para pelaku bisnis dituntut untuk mengembangkan strategi dalam menghadapi dunia persaingan. Pemanfaatan Teknologi Informasi merupakan salah satu strategi yang dapat diterapkan. Menurut Yustiani et al. (2017) Teknologi Informasi diciptakan agar pekerjaan manusia lebih mudah dan cepat serta dapat menghasilkan produk yang lebih berkualitas. Dengan kelebihan tersebut, dunia bisnis juga memanfaatkan teknologi informasi. Bisnis kafe merupakan salah satu contoh dari fenomena tersebut

Pada saat ini bisnis kafe berkembang sangat pesat di Indonesia, khususnya di Malang. Hal ini ditandai dengan meningkatnya jumlah kafe yang ada di Malang. Menurut Widiyaningsih (2022) Kafe sangat populer di kalangan kaum muda karena kafe merupakan tempat untuk menghabiskan waktu sendirian atau hanya untuk bersenang-senang, bercerita bersama-sama. Kemunculan kafe menjadi populer di masyarakat terutama kalangan pemuda-pemudi dan didukung juga dengan suasana kafe nyaman dengan fasilitas yang mendukung. Seperti *wifi* gratis kemudian menu makanan dan minuman yang beraneka ragam.

Bumi Coffee merupakan salah satu kafe yang beralamatkan di Putat Kidul Kecamatan Gondanglegi Kabupaten Malang. Bumi Coffee menjual minuman kekinian seperti es kopi banana, es kopi gula aren, matcha, taro dan lain lain. Selain menjual minuman Bumi Coffee juga menjual makanan dan snack seperti Ayam tulang lunak, nasi rolade ayam, nugget, french fries. Transaksi pembelian pada Bumi Coffee terjadi setiap hari, data transaksi hanya akan menjadi data arsip jika dibiarkan begitu saja. Berdasarkan data transaksi pembelian, dapat diubah menjadi data atau informasi yang berguna untuk meningkatkan penjualan pada Bumi Coffee. Dengan menganalisis informasi mengenai data pembelian pada Bumi Coffee, dapat mengetahui menu apa saja yang paling sering dibeli oleh pelanggan. Sehingga dapat menghasilkan strategi bisnis berdasarkan pola pembelian pelanggan dan menjaga ketersediaan stok bahan dari menu yang sering dibeli oleh pelanggan.

Dalam penelitian ini menggunakan Algoritma Apriori. Algoritma Apriori untuk menghasilkan *Association Rules*. *Association rules* dihasilkan dengan menghitung nilai *support* dan *confidence*. Jika nilai *support* lebih besar dari minimum *support* dan nilai *confidence* lebih besar dari minimum *confidence*, maka Association Rule tersebut dapat dikatakan baik Winarti et al. (2013).

Dari penelitian terdahulu pada data transaksi pembelian konsumen menghasilkan bahwa Algoritma Apriori dapat digunakan sebagai strategi pengembangan bisnis dengan mengetahui pola pembelian. Salah satu penelitian terdahulu yaitu “Implementasi Algoritma Apriori Untuk Mencari Pola Transaksi Penjualan” pada tahun 2021 oleh Ibnu Haidar bertujuan untuk mencari pola pembelian dari menu yang sering dibeli oleh pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis mengambil judul Tugas Akhir **“PENERAPAN ALGORITMA APRIORI UNTUK MENGANALISIS POLA PEMBELIAN PELANGGAN PADA BUMI COFFEE”**

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana penerapan Algoritma Apriori pada data transaksi pembelian untuk mengetahui pola pembelian pelanggan pada Bumi Coffee?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

- 1) Data transaksi yang digunakan merupakan data pada bulan Juli 2023.
- 2) Informasi yang dihasilkan adalah berupa pola pembelian menu yang dibeli bersamaan.
- 3) Kombinasi *itemset* yang digunakan adalah kombinasi 2 *itemset*.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, tujuan penelitian ini adalah mengetahui pola pembelian pelanggan sehingga dapat menghasilkan strategi pemasaran dengan mengkombinasikan menu dan menjaga stok barang melalui penerapan Algoritma Apriori

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang penulis harapkan melalui penelitian ini :

1) Bagi Bumi Coffee

Dapat mengetahui menu yang dibeli oleh pelanggan secara bersamaan. Sehingga dapat menghasilkan strategi bisnis berdasarkan pola pembelian pelanggan dan menjaga ketersediaan stok bahan dari menu yang sering dibeli oleh pelanggan.

2) Bagi Penulis

Meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan pengalaman dalam penerapan Algoritma Apriori untuk menganalisis pola pembelian pelanggan.