

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, minimarket di Indonesia tumbuh dengan sangat cepat. Perkembangan ini dipelopori oleh Indomaret, yang membawa ide cerdas berupa "supermarket mini" yang lokasinya dekat dengan kawasan perumahan. Konsepnya sederhana namun efektif: menyediakan beragam kebutuhan pokok sehari-hari yang paling sering dicari masyarakat, sehingga orang bisa belanja tanpa harus pergi jauh atau repot ke pasar besar. (Prastika dkk., 2024). Persaingan di dunia bisnis ritel yang semakin ketat menuntut setiap perusahaan untuk terus berinovasi, menciptakan strategi yang segar dan unik dalam menjalankan usahanya. Hal ini dilakukan demi mendorong peningkatan omzet, yang tercermin dari naiknya angka penjualan produk di lapangan. Tanpa pendekatan yang kreatif, sulit bagi sebuah bisnis untuk bertahan dan berkembang di tengah derasannya arus kompetitor. (Fandi dkk., 2023). Di tengah persaingan yang kian sengit, data telah menjelma menjadi aset berharga yang tak bisa diabaikan. Melalui data, perusahaan dapat menggali wawasan mendalam tentang pola perilaku konsumen mulai dari kebiasaan belanja hingga preferensi produk. Informasi ini menjadi landasan penting dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat sasaran, sehingga mampu mendorong peningkatan penjualan sekaligus membangun kepuasan pelanggan secara berkelanjutan. (Safitry dkk., 2025). Agar bisa sukses di dunia bisnis ritel, memahami bagaimana konsumen berpikir dan berbelanja adalah kunci utamanya. Mengetahui apa yang mereka

butuhkan, kapan biasanya mereka membeli, serta produk apa saja yang sering dibeli secara bersamaan, sangat penting. Wawasan seperti ini membantu bisnis menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sekaligus mengelola stok barang dengan lebih efisien, sehingga tidak ada peluang yang terlewat. (Aji dan Devi, 2023). Agar dapat bersaing secara efektif, peritel harus mengembangkan strategi yang tidak hanya bertujuan untuk menarik dan memuaskan konsumen dalam jangka pendek, tetapi juga untuk membangun loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan faktor kunci dalam kesuksesan bisnis ritel dan kemampuan toko untuk bertahan di pasar yang kompetitif (Fuadi dkk., 2024). Hal ini terutama berlaku untuk memberikan kemudahan dalam memilih di antara produk yang berbeda. Ilustrasi metode yang mempertimbangkan urutan umum pembelian barang saat menyimpan barang di rak (Hakim, 2022). Pemahaman mengenai pola belanja membuat pelaku bisnis ritel dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan tepat sasaran.

Dalam beberapa tahun belakangan, pola pembelian konsumen telah menjadi fokus perhatian yang menarik bagi banyak peneliti. Salah satu cara yang digunakan untuk menggali pemahaman tersebut adalah dengan menganalisis data transaksi penjualan, yang menyimpan jejak perilaku konsumen secara nyata dan dapat diolah menjadi informasi yang bernilai strategis. Data tersebut dapat dianalisis kembali guna mengidentifikasi pola pembelian yang dilakukan oleh pelanggan (Munanda dan Monalisa 2021). Melimpahnya data transaksi penjualan yang tersedia membuat proses analisis secara manual menjadi tidak lagi efisien dan cenderung menyulitkan. Oleh karena itu, diperlukan bantuan sistem atau teknologi untuk mengolah data tersebut secara otomatis. Hasil dari pengolahan ini akan

menghasilkan informasi berharga yang dapat digunakan untuk memahami tren transaksi dan pengambilan keputusan bisnis yang lebih tepat. (Ulfa dkk., 2023)

Perkembangan era teknologi informasi yang sangat cepat, dunia bisnis dituntut supaya lebih cerdas dalam mengelola setiap data yang dihasilkan, termasuk data transaksi penjualan. UD Top Pangan, sebagai retailer yang bergerak di bidang distribusi dan penjualan kebutuhan sehari-hari, berdasarkan karakteristik retail yang menjual kebutuhan sehari-hari dengan volume sekitar 70 hingga 100 transaksi per hari dengan variasi jumlah produk yang dijual kurang lebih 120 produk, dari pemaparan tersebut omzet penjualan UD Top Pangan diperkirakan berada di kisaran Rp 5.000.000 hingga Rp 7.000.000 per hari. UD Top Pangan menawarkan berbagai macam produk mulai dari minuman, kopi, sabun, pembalut, mie instan, bumbu dapur, *snack*, *home care*, *medicare*, detergen, rokok, hingga *body care*. Beragamnya produk ini membuat aktivitas transaksi di UD Top Pangan sangat aktif dan beragam. Saat ini, data transaksi di UD Top Pangan sudah mulai direkap dalam format digital menggunakan file spreadsheet sederhana, dengan total lebih dari 32.000 entri transaksi dalam kurun waktu 4 bulan. Setiap entri mencakup informasi seperti ID transaksi, tanggal, jam, nama produk, dan jumlah produk yang dibeli. Meskipun pencatatan sudah digital, data tersebut belum diolah lebih lanjut untuk tujuan analisis. Seluruh data hanya digunakan untuk kebutuhan dokumentasi dan pencatatan administratif harian, tanpa eksplorasi terhadap pola pembelian atau keterkaitan antar produk. Akibatnya, informasi yang terkandung dalam data transaksi ini belum dimanfaatkan untuk mendukung pengambilan keputusan strategis seperti perencanaan stok, penentuan produk bundling, atau penyusunan

promosi yang sesuai dengan kebiasaan konsumen. Potensi besar dari data transaksi yang ada masih belum tergali, yang menyebabkan perusahaan kehilangan peluang untuk meningkatkan efisiensi operasional dan penjualan.

Oleh karena itu analisis pola pembelian konsumen berdasarkan aturan asosiasi menjadi tujuan dari penelitian ini (Santosa, 2007), menggunakan data transaksi penjualan. Dengan adanya informasi yang bisa diperoleh dari analisis pola pembelian konsumen, toko diharapkan dapat mengambil keputusan dalam membuat keputusan guna meningkatkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan yaitu:

“Bagaimana menganalisis pola pembelian konsumen pada UD Top Pangan menggunakan algoritma apriori?”

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah maka permasalahan perlu dibatasi sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus pada penjualan produk yang dijual oleh UD Top Pangan secara *offline* pada toko tersebut.
2. Data yang digunakan berupa data transaksi penjualan dari UD Top Pangan dan pengamatan langsung selama bulan Maret 2025 hingga April 2025

3. Data yang digunakan berupa tanggal transaksi dan nama produk yang terbeli.

1.4 Asumsi Penelitian

Adapun asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data transaksi pembelian yang lengkap dan terstruktur dengan baik, yang mencakup informasi mengenai item yang dibeli, waktu transaksi, dan jumlah pembelian oleh konsumen.
2. Fokus analisis adalah pada kategori produk yang dijual oleh UD Top Pangan, dan hubungan antar produk dalam kategori tersebut menjadi prioritas dalam penerapan algoritma Apriori.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada permasalahan tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pola pembelian konsumen di UD Top Pangan menggunakan Algoritma Apriori.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini dalam bidang keilmuan adalah sebagai berikut :

A. Manfaat Praktis:

1. Menyediakan pemahaman untuk perusahaan mengenai pola pembelian konsumen yang ditemukan melalui aturan asosiasi, yang dapat mendukung pengambilan keputusan dan perumusan strategi penjualan.
2. Memanfaatkan analisis pola pembelian konsumen untuk mendukung pengambilan keputusan dalam merumuskan strategi pemasaran, seperti penawaran produk atau sistem bundling, yang dapat memberikan keuntungan bagi pengusaha.

B. Manfaat Teoritis:

1. Memberikan pemahaman baru mengenai cara memproses dan menganalisis data transaksi penjualan secara efektif untuk menghasilkan informasi baru, khususnya mengenai pola pembelian konsumen.
2. Penelitian ini memberikan contoh nyata implementasi algoritma Apriori untuk mendapatkan pola hubungan antar produk. Hasil penelitian ini bisa menjadi referensi dalam studi lanjut mengenai metode-metode asosiasi lain.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang pendahuluan yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan, batasan masalah, asumsi, dan sistematika penulisan penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi uraian mengenai teori-teori yang menjadi dasar dalam pelaksanaan penelitian. Teori-teori tersebut digunakan sebagai pijakan dalam memahami serta menganalisis permasalahan yang diangkat, sehingga memberikan arah dan kerangka yang jelas dalam proses penyelesaian masalah yang diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang tempat dan waktu penelitian, identifikasi variabel, langkah-langkah penyelesaian masalah, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan proses pengolahan data yang telah dikumpulkan, dengan menggunakan metode yang telah dipilih untuk menyelesaikan permasalahan penelitian..

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta saran-saran yang diberikan kepada pihak terkait.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN