

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini setiap orang di dunia sudah mengenal online shop atau sering disebut dengan *olshop*. *Olshop* sendiri banyak diminati oleh para penjual maupun pembeli karena dirasa menguntungkan. *Olshop* banyak diminati oleh para penjual karena dirasa mudah dalam memasarkan atau memperkenalkan produk, sedangkan dari sisi pembeli *olshop* dirasa menguntungkan karena pembeli tidak harus bertemu langsung dengan penjual sehingga menghemat waktu saat berbelanja.

Nessashop malang adalah salah satu *olshop* di kota Malang yang aktif menjual berbagai macam pakaian serta peralatan rumah tangga. Nessashop malang mulai merintis usahanya sejak akhir tahun 2019, namun pada awal 2020 nessashop Malang mulai berkembang dengan pesat karena banyaknya transaksi dan reseller yang masuk di setiap harinya.

Transaksi yang bisa dihasilkan di nessashop malang bisa mencapai 200 transaksi per bulan. Pemilik nessashop malang setiap hari hanya mempromosikan barang yang ia jual melalui akun sosial media (sosmed) yang ia miliki. Selain melalui sosmed yang ia miliki pemilik juga mempromosikan barang yang ia jual hanya berdasarkan apa yang ia inginkan saja, reseller yang bergabung dengan nessashop malang yaitu dari berbagai jenis kalangan dan juga beragam dalam menjual barang. Contohnya saja reseller A menjual berbagai macam pakaian, maka reseller B atau C bisa jadi menjual barang hanya fokus pada satu produk pakaian saja. Maka dari itu pemilik nessashop malang merasa kesulitan dalam menawarkan

barang yang sesuai dengan kebutuhan resellernya. Dampak dari penawaran produk yang tidak sesuai dengan keinginan reseller, maka reseller merasa kurang nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan masalah yang ada di nessashop malang, maka hal tersebut dapat diselesaikan dengan menggunakan sistem rekomendasi. Sistem rekomendasi adalah suatu sistem yang menyarankan informasi yang berguna atau menduga apa yang akan dilakukan pelanggan untuk mencapai tujuannya. Sistem rekomendasi juga sering digunakan dengan berbagai metode, salah satunya adalah metode Analisis Asosiasi atau sering disebut *Association Rule (AR)*. Analisis asosiasi adalah teknik data mining untuk menemukan aturan asosiatif antara suatu kombinasi item. Kelebihan AR dibandingkan dengan metode lain karena AR mampu menemukan pola yang sering muncul di antara banyak transaksi. (Wandi, Hendrawan, & Mukhlason, 2012)

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti mengusulkan pembuatan sistem rekomendasi dengan menggunakan pendekatan *association rule* dengan judul “sistem rekomendasi menggunakan pendekatan *association rule* untuk mengembangkan strategi marketing di nessashop malang”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah dikemukakan diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu bagaimana sistem rekomendasi dapat digunakan untuk mengembangkan strategi marketing di nessashop malang.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah bahwa sistem rekomendasi dengan pendekatan *Association Rule* dapat membantu pemilik nessashop malang untuk mengembangkan strategi marketing di *olshop* miliknya.

1.4. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang ditentukan dalam penelitian ini yaitu :

- a. Penelitian ini menggunakan data transaksi dari nessashop malang selama tiga bulan yaitu pada bulan januari sampai maret 2020 sejumlah 300 data.
- b. Metode dalam penelitian ini menggunakan *Association Rule* dengan menggunakan tiga item set, karena pola pembelian dari masing – masing reseller pada data transaksi rata - rata adalah sejumlah tiga set barang.
- c. Hasil analisis akan ditampilkan dalam bentuk website.

1.5. Kontribusi penelitian

Kontribusi dari penelitian ini adalah mempermudah pemilik nessashop malang untuk menentukan produk yang sesuai dengan kebutuhan reseller, dimana hal ini menjadi salah satu bentuk pengembangan strategi dari nessashop malang dengan cara menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan reseller.

