

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perilaku konsumen berubah dari waktu ke waktu, membuat para pelaku bisnis harus selalu berinovasi agar dapat menjamin kelangsungan bisnis mereka. Salah satu cara berinovasi adalah dengan menganalisis penjualan produk untuk menghasilkan pengetahuan baru, yang kemudian akan digunakan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran produk agar target pasar sesuai harapan. Prediksi minat penjualan akan sangat penting bagi pelaku bisnis, dimana dengan adanya prediksi minat penjualan dapat mengambil suatu keputusan dalam berinovasi yang benar dan tepat.

Branded.smi merupakan toko *online* yang menjual barang bekas di Instagram. Barang yang dijual berupa macam-macam sepatu yang berbeda. Bisnis ini didirikan pada tahun 2018 dan bertempat di kota Sukabumi. Branded.smi saat ini memiliki 9.830 pengikut. Saat ini Branded.smi banyak sekali mengeluarkan berbagai macam jenis sepatu bekas tanpa memperkirakan sepatu tersebut akan terjual atau tidak. Hal tersebut tentu akan membuat bisnis merugi jika sepatu tersebut tidak laku terjual.

Menanggulangi hal tersebut maka dibutuhkan sebuah metode untuk memprediksi sepatu mana yang biasanya laku dipasaran. Metode klasifikasi adalah proses untuk menemukan model atau fungsi yang menjelaskan atau membedakan konsep atau kelas, dengan tujuan untuk memprediksi kelas dari suatu objek yang labelnya tidak diketahui. Dalam mencapai tujuan tersebut, proses klasifikasi membentuk suatu model yang mampu membedakan data kedalam kelas-kelas yang berbeda berdasarkan aturan atau fungsi tertentu.

Algoritma *Naive Bayes* merupakan salah satu metode yang terdapat teknik klasifikasi. *Naive Bayes* adalah metode prediksi probabilitas sederhana berdasarkan penerapan teorema *Bayes*. Klasifikasi teorema *Bayes* dapat diterapkan secara praktis karena merupakan salah satu aplikasi sederhana berdasarkan teorema *Bayes* dengan hipotesis yang independen (Muharrom, 2021). Pada waktu proses klasifikasi

berlangsung data-data digolongkan dari probabilitas sederhana dan dibuat untuk digunakan menggunakan perkiraan bahwa antar satu kelas menggunakan kelas yang lain tidak saling bergantung yang membentuk sebuah solusi pada memilih minat penjualan sepatu bekas.

Tujuan dari permasalahan ini adalah bagaimana penerapan algoritma *Naive Bayes Classifier* pada penelitian ini, agar berguna bagi Branded.smi dalam mengetahui minat penjualan sepatu bekas agar dapat mengoptimalkan strategi dalam penjualan selanjutnya. Dari segi teknologi, permasalahan tersebut dapat diselesaikan dengan beberapa cara, salah satunya adalah dengan menggunakan aplikasi atau sistem yang mampu menangani permasalahan ini dalam hal klasifikasi. Dalam proses klasifikasi ini telah banyak algoritma yang berhubungan dengan klasifikasi seperti *Naive Bayes*, *Neural Network*, *Decision Tree*, dan lainnya. *Naive Bayes Classifier* bekerja sangat baik dibanding dengan model klasifikasi lainnya. *Naive Bayes* memiliki tingkat akurasi yang lebih baik dibanding model klasifikasi lainnya. Dengan ini penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Penerapan Algoritma *Naive Bayes Classifier* Untuk Prediksi Minat Penjualan Sepatu Bekas”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka permasalahan yang menjadi fokus penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Belum adanya teknik dalam membantu mengoptimalkan penjualan.
2. Penjual mengalami kesulitan dalam memprediksi sepatu mana yang laku di pasaran dan mana yang kurang.

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis mempunyai beberapa tujuan yang ingin dicapai pada penelitian tersebut, yaitu :

1. Mengetahui dampak penerapan metode *Naive Bayes Classifier*.

2. Memperoleh pengetahuan baru dari hasil analisis menggunakan metode *Naïve Bayes Classifier*.
3. Optimalkan strategi pemasaran dengan menggunakan hasil analisis.

1.4 Batasan Masalah Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis membatasi masalah dalam penelitian dengan memperhatikan batasan masalah, yaitu :

1. Menggunakan metode *Naïve Bayes Classifier*.
2. Parameter yang digunakan untuk klasifikasi adalah, kondisi, merek, dan harga.
3. Penulis menggunakan data latih untuk melakukan pengujian dalam algoritma *Naïve Bayes Classifier*.
4. Melakukan pengujian minat penjualan dengan menggunakan algoritma *Naïve Bayes Classifier*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mendukung dalam strategi pemasaran agar lebih efektif dan efisien.
2. Memperoleh pengetahuan baru untuk digunakan saat mengoptimalkan strategi pemasaran.
3. Untuk mengetahui minat penjualan terhadap produk yang tersedia.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penelitian sebagai contoh untuk memudahkan penulisan penelitian, yaitu :

1. Pada BAB I, Ada rincian cara menulis seperti latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, dan gaya penulisan lainnya yang dijelaskan dalam penelitian.

2. Pada BAB II, Penulis mencari penelitian dari sumber penelitian ilmiah, baik dalam kajian Islam maupun teori-teori terkait yang merujuk pada judul penelitian.
3. Pada BAB III, berisi rincian metode penelitian dan juga menjelaskan algoritma dan urutan fase penelitian tergantung pada metode atau teori yang digunakan. Penulis juga menjelaskan tentang analisis dan perancangan kebutuhan penerapan algoritma *Naive Bayes Classifier*.
4. Pada BAB IV, penulis menguraikan penelitian menurut metode atau teori yang terkait. Penulis juga merinci tahapan atau proses penerapan algoritma *Naive Bayes Classifier*.
5. Pada BAB V, penulis melakukan uraian hasil kesimpulan dari penelitian dan saran bagi pembaca untuk melakukan pengembangan lebih lanjut terhadap penelitian ini.