

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

E-commerce adalah salah satu istilah di dunia internet yang merupakan kepanjangan dari Electronic Commerce atau Bisnis Elektronik yang bisa diartikan sebagai kegiatan bisnis atau kegiatan jual beli yang menggunakan media elektronik. Salah satu bentuk *E-commerce* yang paling banyak ditemui adalah *website* Toko Online.

Toko Online merupakan tempat terjadinya proses jual beli yang menggunakan media internet di era modern saat ini yang memberikan kemudahan akses dan kenyamanan baik bagi penjual maupun bagi pembeli. Beberapa pengguna internet kebanyakan yang ingin membeli suatu barang melalui internet banyak melakukan aktivitas di sebuah toko online. Ada berbagai jenis toko online saat ini, namun mayoritas toko online menjual produk-produk fashion, salah satunya pakaian atau baju. Karena begitu banyaknya jenis toko online di internet, kadang beberapa kalangan menyebut sebuah toko online secara spesifik sesuai dengan barang yang diperjualbelikan, misalnya Toko Online yang menjual sebuah baju biasa disebut Toko Baju Online.

Dalam sebuah toko online ada begitu banyak barang yang diperjualbelikan, dan bagi para pengguna internet yang ingin membeli suatu barang di sebuah toko online, ketika mengakses sebuah halaman produk, para calon

pembeli dapat melihat informasi yang berkaitan dengan produk itu sendiri. Informasi produk yang ditampilkan pada umumnya adalah : gambar produk, harga, kategori, deskripsi produk, detail produk, produk yang direkomendasikan, dan lain sebagainya.

Bentuk tampilan produk yang direkomendasikan merupakan barang-barang yang banyak diminati *customer*. Dari sinilah timbul sebuah ide untuk mencari keterkaitan suatu barang dengan barang yang memiliki frekuensi *review* paling tinggi dari *customer* menggunakan metode *data mining*, dengan tujuan menawarkan barang yang direkomendasikan kepada calon pembeli.

Data mining adalah metode pengumpulan data untuk menemukan keteraturan atau pola dan hubungan dalam set data berukuran besar. Pola tersebut akan menghasilkan suatu aturan tertentu. Aturan tersebut mengarah pada bagaimana cara menampilkan barang-barang yang direkomendasikan terkait dengan suatu produk tertentu.

Data mining merupakan analisa data menggunakan *tool* untuk menemukan pola frekuensi dan aturan dalam himpunan data. Salah satu bentuk aturan yang dapat dihasilkan *data mining* adalah *association rule*.

Association rule dapat dihasilkan dengan Algoritma Apriori. Algoritma Apriori yang bertujuan untuk menemukan *frequent itemsets* dijalankan pada sekumpulan data.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, *data mining* dapat diimplementasikan pada sebuah *website* toko online untuk mencari keterkaitan suatu barang dengan barang yang memiliki frekuensi *review* dari para *customer*. Maka dapat dirumuskan masalah utama penelitian ini, yaitu: **"Bagaimana mencari keterkaitan suatu barang dengan barang yang memiliki frekuensi *review* paling tinggi dari *customer* menggunakan algoritma Apriori"**.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan kasus ini, *data mining* dirancang dengan batasan tertentu hanya untuk menampilkan barang yang direkomendasikan berdasarkan frekuensi *review* dalam suatu halaman produk *website* toko online.

Dengan batasan masalah yang ada, maka dapat disimpulkan bahwa yang dihasilkan oleh *data mining* adalah keterkaitan barang dalam suatu halaman produk menggunakan Algoritma Apriori.

1.4 Tujuan Penulisan

Tujuan pembuatan rancangan pencarian keterkaitan barang menggunakan Algoritma Apriori adalah untuk menemukan keterkaitan suatu barang dengan barang yang direkomendasikan berdasarkan frekuensi *review* dari para *customer* lalu menampilkannya dalam sebuah halaman produk menggunakan Algoritma Apriori.

1.5 Manfaat Penulisan

Manfaat penulisan skripsi ini adalah untuk mendalami ilmu komputer tentang *data mining*, salah satunya dengan menggunakan Algoritma Apriori.

1.6 Kerangka Pikiran

