

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Anime menjadi pembahasan yang hangat diglobal selama lebih dari dua dekade, terutama di Jepang. Sektor ini tetap konsisten di pasar televisi internasional sejak tahun 1970-an, dan telah menjadi elemen Jepang yang paling memengaruhi industri hiburan, budaya pemuda, dan industri kreatif dunia[1].

Action figures telah mencapai 31.7% Secara bersamaan, terdapat pengaruh sebesar 39.7% dari variabel tersebut. Dari hasil yang didapat, maka dapat ditarik kesimpulannya bahwa terdapat pengaruh dari variabel independen sebagian dan secara bersamaan, terhadap angka keputusan pembelian online[2].

E-commerce merupakan salah satu aktivitas ekonomi digital, trend pertumbuhan e-commerce terus meningkat setiap tahun. Kontribusi e-commerce terhadap PDB Indonesia diperkirakan mencapai 2.5%, Tokopedia dan Shopee masih memimpin pasar *e-commerce* di Indonesia. Tidak hanya Tokopedia dan Shopee yang bersaing untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan penjualan, tetapi perusahaan *e-commerce* lainnya juga bersaing. Orami, Blibli, Ralali, Zalora, dan JD ID. Lazada dan Bukalapak bersaing di posisi ketiga dan keempat, masing-masing[3].

Risiko pembelian yang tidak terpuaskan tanpa adanya rekomendasi yang akurat, pelanggan dapat merasa ragu-ragu atau bahkan kecewa dengan pembelian mereka jika produk yang mereka pilih tidak sesuai dengan harapan. Salah satu hambatan yang dapat diidentifikasi dalam konteks yang disebutkan adalah kesulitan untuk secara efektif menyaring dan menyarankan produk kepada pelanggan yang sesuai dengan preferensi dan minat mereka. Toko XYZ menghadapi tantangan serupa dalam memberikan rekomendasi yang tepat kepada pelanggannya.

Algoritma Collaborative Filtering dapat membantu mengatasi hambatan-hambatan ini dengan menganalisis pola pembelian pelanggan dan merekomendasikan produk yang sesuai berdasarkan preferensi dan perilaku

pembelian mereka.

## 1.2 Identifikasi Masalah

1. Bagaimana cara merancang dan mengembangkan website action figure XYZ yang mempermudah pengguna dalam memilih dan membeli produk?
2. Bagaimana metode collaborative filtering dapat diterapkan untuk memanfaatkan preferensi dan history pembelian pengguna serupa guna memberikan rekomendasi produk yang lebih akurat?
3. Bagaimana efektivitas penggunaan metode collaborative filtering dalam meningkatkan kepuasan dan pengalaman pengguna di website e-commerce action figure XYZ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Merancang dan mengembangkan website e-commerce action figure XYZ yang user-friendly, sehingga memudahkan pengguna dalam memilih dan membeli action figure.
2. Menerapkan metode collaborative filtering untuk memanfaatkan preferensi dan history pembelian pengguna serupa dalam memberikan rekomendasi produk yang relevan.
3. Menilai efektivitas metode collaborative filtering dalam meningkatkan kepuasan pengguna dan kualitas pengalaman berbelanja di website e-commerce action figure XYZ.

## 1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak melebar, maka ditentukan batasan masalah penelitian, yaitu:

1. Mengimplementasikan website menggunakan metode collaborative filtering
2. Sistem yang dibuat dengan *visual studio code*
3. Bentuk perancangan berbasis *website*
4. Bahasa pemrograman menggunakan *php, css* dan *javascript*
5. Template yang digunakan *bootstrap*
6. Database yang digunakan menggunakan *localhost/xampp*

## 1.5 Kontribusi

Penelitian ini difokuskan untuk membuat platform website XYZ *action figure* jepang. Dengan menggunakan Metode *Collaborative Filtering* memberikan informasi dan mempermudah konsumen dalam melakukan proses pembelian produk action figure berdasarkan dari opini orang lain.

