

# Bab 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang dikelola oleh orang atau badan yang memenuhi persyaratan usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam dokumen usaha mikro. Banyak pebisnis, yaitu di industri penjualan, mencari peluang untuk terus sukses dalam bisnisnya. Untuk memperjelas hal ini, lembaga pengelola harus mampu menganalisis data yang tersedia untuk digunakan sebagai dasar analisis data yang relevan. (Deny Putri Hapsari et al., 2017)

Banyak UMKM di Indonesia yang saat ini menggunakan e-commerce untuk jual beli agar dapat lebih memahami kebutuhan pelanggannya. Salah satu upaya ini hanya berdampak pada satu aspek saja, yaitu pemasaran dan penjualan, tetapi ada juga beberapa aspek lain yang perlu dikelola dengan baik dan benar seperti pengelolaan sumber daya, keuangan Dengan penggunaan teknologi informasi yang baik dan andal, diantisipasi bahwa Peserta UMKM akan dapat meluncurkan proyek mereka secara efisien dan efektif. (Wiwit Agus Triyanto, 2017)

Selain itu, untuk mendorong pertumbuhan UMKM, menjamin kualitasnya, memperluas jangkauan pasar, dan mendorong daya saing UMKM, diperlukan sistem informasi dan teknologi yang sesuai yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana utama mengkomunikasikan produk UMKM dan melakukan transaksi bisnis selama proses perdagangan barang dan/atau pemberian jasa kepada nasabah.

Data Mining adalah proses pengumpulan dan pengolahan data . Dalam aplikasi aktifitas data mining sering dipakai banyak sekali teknik atau algoritma yang bersumber dari beragam disiplin ilmu. Tujuan yang dicapai dengan kegiatan data mining ini adalah menggunakan suatu algoritma untuk mendapatkan informasi berharga atau informasi yang dapat digunakan untuk kepentingan masyarakat dan organisasi, Penggunaan algoritma Apriori bisa digunakan pada proses penjualan dengan menyediakan relasi antar data penjualan dan membantu memasarkan produk secara tepat. (Nurasiah, 2021)

## 1.2 Identifikasi Masalah

1. UMKM (Toko Sembako) memiliki beberapa kendala karena dalam merekomendasikan produk yang dijual masih dalam bentuk pencatatan manual, Hal itu menjadi keterbatasan informasi dalam hal pencatatan untuk mencapai apa yang paling diinginkan atau paling tidak diinginkan
2. Keterbatasan pemasaran dan promosi hanya mengandalkan sistem yang ada saat ini belum memakai web untuk merekomendasikan produk akhirnya menjadi acuan pada penelitian ini untuk mempertimbangkan peningkatan strategi penjualan yang lebih efektif.

## 1.3 Batasan Masalah

1. Studi ini menggunakan algoritma Apriori dalam menentukan rekomendasi produk sembako
2. Data transaksi yang ditampilkan pada penelitian ini merupakan transaksi statis

## 1.4 Tujuan Penelitian

1. peneliti berharap pembuatan sistem membantu memudahkan para pelaku UMKM dalam hal rekomendasi produk yang dijual.
2. Untuk mengetahui naik dan turunnya peningkatan penjualan, Sehingga proses pengolahandata menjadi lebih baik, cepat, dan efektif.

