

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Industri kuliner kian menggeliat di Indonesia. Data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Republik Indonesia mencatat, subsektor kuliner berkontribusi 41,4 persen dari total kontribusi perekonomian kreatif Rp 922 triliun pada 2016. Jumlah tersebut merupakan yang paling tinggi dibandingkan 16 subsektor lain di Bekraf RI. “Kuliner merupakan salah satu penopang di industri kreatif. Dari unit 8,2 juta unit industri kreatif, 68 persen bergerak di industri kuliner”.

Kuliner merupakan suatu bagian hidup yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga tahun 2003 kuliner diartikan makanan atau masakan . Setiap tempat kuliner memiliki keunikan sendiri-sendiri, mulai dari harga makanan yang beragam, lokasi sampai fasilitas yang disediakan.

Seiring dengan meningkatnya mobilitas masyarakat, jumlah penyedia jasa kuliner juga semakin berkembang. Tempat-tempat kuliner ini menjadi alternatif bagi orang-orang yang tidak punya waktu untuk makan di rumah. Setiap orang memiliki kriteria sendiri untuk memilih tempat makan, demikian juga dengan mahasiswa. Mahasiswa biasanya memilih makan di lingkungan sekitar kampus, saat jeda di siang hari. Saat menentukan tempat makan, seringkali mahasiswa mengalami kebingungan. Hal ini disebabkan karena banyaknya pilihan tempat makan yang ada. Padahal sebenarnya ada banyak tempat makan baru yang belum pernah mereka kunjungi. Mahasiswa yang kos juga mengalami kebosanan dan kesulitan dalam memilih tempat makan. Pada malam hari biasanya juga sedikit tempat makan yang masih buka, dengan menu yang kurang bervariasi. Akibatnya mahasiswa yang kos juga cukup kesulitan mencari tempat untuk makan malam, karena pilihan yang terbatas.

Sebagian orang memiliki kecenderungan mengunjungi tempat makan yang homogen (tidak bervariasi), hal tersebut bisa di sebabkan beberapa hal antara lain *budget* (anggaran belanja), jenis makanan, fasilitas, lokasi dan waktu buka. Pada

umumnya mereka memiliki keterbatasan biaya hidup, mengunjungi tempat makan yang sesuai tentu menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan, oleh karena itu hal di atas menjadi permasalahan yang perlu dicari solusinya.

Banyak penjual kuliner pada masa sekarang sedang melakukan pembaharuan dalam sistem pemasaran untuk menjual produknya. Berbagai cara dilakukan seperti melakukan kuisisioner, iklan, dan bahkan sampai memprediksi minat konsumen. Hal ini dilakukan agar produk yang dijual dapat disesuaikan dan tidak terlalu melenceng dari keinginan konsumen. Ada berbagai cara untuk memprediksi minat konsumen, salah satu contoh adalah menggunakan alat bantu berupa perangkat lunak. Menggunakan perangkat lunak adalah cara yang mudah untuk memprediksi dikarenakan sistem dari perangkat lunak tersebut yang menghitung, mengkalkulasikan dan mengklasifikasikan produk. Dimana salah satunya adalah perangkat lunak dengan menggunakan algoritma dan data mining. Algoritma tersebut akan menentukan pengambilan keputusan mengenai minat dari konsumen berdasarkan data penjualan.

Sehubungan dengan hal tersebut, fasilitasi pemasaran produk industri kreatif memerlukan perhatian khusus. Selain itu, praktik perancangan strategi pemasaran produk industri kreatif memerlukan kreatifitas tersendiri. Mengapa? Karena produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Ternyata, produk yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar berkembang dari masa ke waktu sesuai perubahan waktu dan jaman. Perkembangan selera pasar akan produk yang dikonsumsinya tidak hanya tergantung pada fungsi produk itu saja, namun tergantung dari sejumlah atribut produk. Atribut tersebut adalah kemasan, label, informasi bahan yang digunakan, cara perawatan, kandungan nutrisi, nama merek, tanda merek dagang dan berbagai macam atribut lainnya.

Perangkat lunak yang menggunakan algoritma diharapkan dapat membantu pihak penjual untuk mengambil keputusan mengenai minat pelanggan agar produk dapat sesuai dengan keinginan pasar dalam hal ini konsumen. Begitu pula dengan rumah makan dan restoran akan membutuhkan hasil prediksi mengenai minat konsumen untuk menyesuaikan menu makanan dan minuman. Maka dalam hal ini K-Means dapat digunakan untuk meng-cluster minat

konsumen. Algoritma K-Means akan digunakan pada perangkat lunak untuk menemukan minat konsumen dari data penjualan yang ada, dalam hal ini bisa dikatakan sebagai data mining dimana data tersebut akan dibuat dan diurutkan berdasarkan minat pelanggan. Algoritma K-means clustering sendiri merupakan salah satu metode data clustering non-hirarki yang mengelompokkan data dalam bentuk satu atau lebih cluster/kelompok. Data - data yang memiliki karakteristik yang sama dikelompokkan dalam satu cluster/kelompok dan data yang memiliki karakteristik yang berbeda dikelompokkan dengan cluster/kelompok yang lain sehingga data yang berada dalam satu cluster/kelompok memiliki tingkat variasi yang kecil (S. Agustina, 2012). Dan penentuan permasalahan tadi dikarenakan minat konsumen akan lebih mudah dikalkulasikan.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, rumusan masalah yang akan diselesaikan adalah bagaimana mengelompokkan data makanan untuk mendukung keputusan pedagang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan menggunakan metode K-Means Clustering.

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian yang ingin dicapai dalam tugas akhir ini adalah mengelompokkan data makanan untuk mendukung UMKM dengan menggunakan metode K-Means Clustering

I.4 Pembatasan Masalah

Agar tidak meluasnya pembahasan pada penelitian ini, maka masalah yang akan diteliti hanya pada batasan masalah berikut :

- a. Sistem rekomendasi yang dibuat hanya untuk merekomendasikan tempat kuliner yang terdapat di sekitaran kampus UPN "Veteran" Jakarta.
- b. Sistem rekomendasi ini dibuat dengan berbasis *web*.
- c. Jumlah cluster yang dihasilkan pada proses clustering sebanyak 3 berdasarkan jenis makanan, yaitu paling laku, laku, dan kurang laku.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dari tugas akhir ini adalah dapat memberikan rekomendasi jenis makanan dan tempat makan yang lebih diminati oleh mahasiswa di sekitar kampus.

I.6 Sistematika Penulisan

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini terdiri dari beberapa sub – bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dijelaskan tentang hasil penelitian yang berhubungan dengan teori-teori dasar serta hasil-hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Pada bab ini memuat tentang penelitian terdahulu dan landasan teori yang berkaitan dengan K-Means, dan Rekomendasi Sistem.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan menjelaskan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian, metode pemecahan masalah secara sistematis dari menentukan masalah, pengumpulan data, pengolahan data, menganalisis sampai menarik suatu kesimpulan dari penelitian yang dilakukan.

BAB IV : PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menampilkan tentang data-data yang telah didapatkan secara langsung serta menyajikannya dalam bentuk yang mudah dipahami, serta membahas tentang pengolahan data yang membantu dalam proses pemecahan masalah.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang menyimpulkan hasil dari penelitian yang telah didapatkan berdasarkan dari pengolahan dan analisa data penelitian yang dilakukan dan memberikan saran yang berguna bagi perusahaan.

