

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan pola konsumsi masyarakat, berbagai usaha jasa kreatif, termasuk studio foto, terus berinovasi untuk dapat bertahan dan tumbuh di tengah tingkat persaingan yang tinggi [1]. Salah satu pelaku usaha di bidang ini adalah Oreen Studio, sebuah studio fotografi dan videografi yang menawarkan berbagai paket jasa untuk kebutuhan pribadi maupun bisnis. Dalam era digital seperti saat ini, Oreen Studio tidak hanya dituntut untuk dapat menghasilkan karya visual yang berkualitas tinggi, tetapi juga perlu merumuskan strategi pemasaran yang dapat menarik perhatian konsumen dan mendorong peningkatan jumlah pemesanan. Salah satu bentuk strategi yang digunakan oleh Oreen Studio adalah penerapan diskon dan promosi khusus bagi pelanggan yang memesan paket jasa tertentu. Dengan pola bisnis yang sangat bergantung pada jumlah pemesanan, analisis mengenai efektivitas penerapan diskon dan promosi ini sangat diperlukan guna memahami pola perilaku konsumen dan meningkatkan angka penjualan secara signifikan.

Saat ini, Oreen Studio menawarkan berbagai bentuk diskon dan promosi guna menarik perhatian calon pelanggan dan membuat mereka lebih terdorong untuk memesan paket jasa yang tersedia. Diskon dan promosi semacam itu memang sudah jamak digunakan oleh berbagai pelaku usaha jasa untuk menarik minat konsumen, tetapi belum tentu semuanya dapat memberikan efek positif yang signifikan bagi peningkatan jumlah pemesanan. Oleh sebab itu, Oreen Studio perlu melakukan

evaluasi yang sistematis dan berbasis data untuk mengetahui sejauh mana diskon dan promosi yang diterapkan dapat memengaruhi pola pengambilan keputusan konsumen. Dengan memanfaatkan metode klasifikasi dalam data mining, khususnya algoritma *Naïve Bayes*, Oreen Studio dapat memprediksi dan menganalisis pola pemesanan dengan lebih akurat berdasarkan variabel-variabel terkait, termasuk nilai diskon, jenis promosi, jumlah transaksi, dan pola perilaku konsumen lainnya [2].

Namun, hingga saat ini belum terdapat sebuah sistem atau metode yang digunakan oleh Oreen Studio untuk menganalisis data-data pemesanan guna memahami pola yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis. Dalam praktik sehari-hari, pemberian diskon dan promosi sering kali dilakukan berdasarkan asumsi atau pengalaman pribadi semata, tanpa didukung oleh analisis data yang dapat menjamin efektivitas strategi tersebut. Akibatnya, Oreen Studio belum dapat memastikan dengan pasti apakah diskon dan promosi yang diberikan memang berdampak positif terhadap jumlah pemesanan atau justru mengurangi nilai rata-rata transaksi tanpa memberikan efek signifikan terhadap jumlah pesanan. Hal ini dapat berdampak pada tingkat keuntungan yang belum dapat dioptimalkan, bahkan dapat membuat bisnis berada dalam risiko jika pola promosi yang diterapkan tidak sesuai dengan kebutuhan dan perilaku konsumen.

Sejumlah penelitian terdahulu memang telah membahas mengenai pengaruh diskon dan promosi terhadap pola pembelian konsumen, tetapi belum banyak yang memanfaatkan metode klasifikasi berbasis data mining, khususnya *Naïve Bayes*, untuk menganalisis pola pemesanan di bisnis jasa kreatif semacam Oreen Studio.

Sebagian besar studi yang telah dilakukan berfokus pada konteks bisnis retail dengan produk nyata, sehingga belum dapat menjawab kebutuhan spesifik bisnis jasa yang pola konsumsi dan kebutuhan pelanggannya sangat berbeda. Gap ini perlu dijumpatani dengan penerapan metode klasifikasi yang dapat memprediksi pola pemesanan berdasarkan berbagai atribut terkait diskon dan promosi, serta dapat digunakan sebagai alat pengambilan keputusan bagi pelaku usaha jasa kreatif dalam menentukan bentuk dan nilai diskon yang paling efektif bagi bisnis mereka.

Dalam konteks kebutuhan tersebut, penerapan metode *Naïve Bayes* dapat menjadi langkah strategis untuk menganalisis pola pemesanan berdasarkan data historis yang dimiliki oleh Oreen Studio. *Naïve Bayes* merupakan salah satu algoritma klasifikasi yang dapat digunakan untuk memprediksi pola atau pola hubungan antaratribut dengan tingkat akurasi yang memadai, bahkan dengan jumlah data yang relatif terbatas [3]. Dengan memanfaatkan metode ini, Oreen Studio dapat menganalisis data transaksi dari berbagai periode untuk memahami pola konsumsi, termasuk nilai diskon dan bentuk promosi yang paling efektif dalam mendorong peningkatan jumlah pemesanan. Hasil analisis ini diharapkan dapat digunakan sebagai landasan bagi pihak manajemen Oreen Studio dalam membuat strategi promosi yang lebih tepat sasaran dan dapat memberikan dampak signifikan bagi peningkatan kinerja bisnis.

Berdasarkan berbagai pertimbangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak diskon dan promosi terhadap peningkatan jumlah pemesanan di Oreen Studio dengan menggunakan metode klasifikasi *Naïve Bayes*. Dengan pendekatan ini, pola hubungan antaratribut dapat diidentifikasi dan dievaluasi

dengan akurat guna menghasilkan pola atau aturan pengambilan keputusan yang dapat digunakan sebagai landasan bagi penerapan strategi promosi di masa mendatang. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas bagi pihak manajemen Oreen Studio mengenai bentuk dan nilai diskon yang paling efektif dalam menarik minat konsumen dan meningkatkan jumlah pemesanan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Sejauh mana penerapan diskon dan promosi dapat memengaruhi pola pemesanan di Oreen Studio?
2. Faktor-faktor apa saja dari diskon dan promosi yang paling signifikan dalam meningkatkan jumlah pemesanan di Oreen Studio?
3. Seberapa akurat metode klasifikasi *Naïve Bayes* dalam memprediksi pola pemesanan berdasarkan atribut diskon dan promosi yang digunakan oleh Oreen Studio?

1.3. Ruang Lingkup Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan rumusan masalah yang telah disampaikan, maka ruang lingkup dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Ruang Lingkup Objek Penelitian, Penelitian ini difokuskan pada data transaksi pemesanan di Oreen Studio, khususnya data yang terkait dengan penerapan diskon dan promosi. Analisis hanya dilakukan pada data

pemesanan dengan atribut nilai diskon, jenis promosi, dan jumlah pesanan yang terjadi dalam periode tertentu.

2. Ruang Lingkup Metode Analisis, Analisis pola pemesanan dilakukan dengan metode klasifikasi data mining, yaitu algoritma *Naïve Bayes*. Metode ini digunakan untuk mengukur dan memprediksi pola pemesanan berdasarkan atribut diskon dan promosi yang digunakan oleh Oreen Studio.
3. Ruang Lingkup Variabel, Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari nilai diskon, jenis promosi, jumlah pemesanan, dan atribut terkait lainnya yang dapat memengaruhi pola pemesanan di Oreen Studio. Variabel-variabel ini digunakan untuk membentuk model klasifikasi guna mengevaluasi dampak diskon dan promosi terhadap jumlah pemesanan.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai hal-hal yang ingin dicapai dalam proses penelitian ini, sebagaimana dijelaskan berikut:

1. Menganalisis sejauh mana penerapan diskon dan promosi dapat memengaruhi pola pemesanan di Oreen Studio.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor dari diskon dan promosi yang paling signifikan dalam meningkatkan jumlah pemesanan di Oreen Studio.
3. Membangun dan mengevaluasi model klasifikasi dengan metode *Naïve Bayes* untuk memprediksi pola pemesanan berdasarkan atribut diskon dan promosi yang digunakan oleh Oreen Studio.

1.4.2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis: Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang data mining, khususnya penerapan metode *Naïve Bayes* dalam menganalisis pola pemesanan berdasarkan atribut diskon dan promosi.
2. Manfaat Praktis: Memberikan rekomendasi dan acuan bagi manajemen Oreen Studio dalam merumuskan strategi diskon dan promosi yang lebih efektif guna meningkatkan jumlah pemesanan.
3. Manfaat Akademis: Menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian terkait penerapan metode klasifikasi data mining untuk menganalisis pola pemesanan maupun pola perilaku konsumen di berbagai bidang bisnis jasa lainnya.

1.5. Tinjauan Umum Objek Penelitian

Bagian ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara umum mengenai objek yang menjadi fokus dalam penelitian, termasuk latar belakang, karakteristik, dan relevansinya terhadap permasalahan yang dikaji.

Oreen Studio merupakan sebuah usaha jasa di bidang fotografi dan videografi yang berlokasi di daerah strategis dengan segmentasi pasar yang terdiri dari berbagai kalangan, mulai dari pelajar, mahasiswa, pasangan yang sedang mempersiapkan momen spesial, hingga pelaku bisnis yang membutuhkan konten visual untuk kebutuhan promosi. Beroperasi sejak beberapa tahun terakhir, Oreen

Studio terus tumbuh dan beradaptasi dengan kebutuhan pasar yang semakin beragam, khususnya dalam menyediakan paket foto dan video dengan kualitas tinggi dan harga yang kompetitif. Berbagai paket jasa yang ditawarkan Oreen Studio terdiri dari paket foto personal, foto grup, paket prewedding, dokumentasi acara, hingga paket pembuatan video promosi bisnis. Dalam operasional bisnis sehari-hari, Oreen Studio tidak hanya mengutamakan kualitas karya, tetapi juga berusaha memberikan nilai lebih bagi pelanggannya melalui penerapan berbagai bentuk diskon dan promosi guna menjangkau pangsa pasar yang lebih luas.

Seiring dengan perkembangan teknologi digital dan pola konsumsi masyarakat, Oreen Studio juga aktif memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya sebagai media promosi dan komunikasi dengan para pelanggannya. Berbagai bentuk promosi yang digunakan terdiri dari diskon khusus untuk hari tertentu, paket promosi dengan harga khusus, maupun program referral yang memberi keuntungan bagi pelanggan yang membawa calon pelanggan baru. Upaya ini memungkinkan Oreen Studio untuk menjangkau lebih banyak calon pelanggan dan memperluas basis konsumennya dari waktu ke waktu. Namun, di tengah gencarnya penerapan strategi diskon dan promosi ini, pihak Oreen Studio belum sepenuhnya dapat mengukur tingkat efektivitas dari berbagai bentuk promosi tersebut, khususnya terkait pola dan jumlah pemesanan yang dapat dihasilkan dari masing-masing bentuk diskon yang digunakan.

Saat ini, kebutuhan Oreen Studio tidak hanya terbatas pada penyediaan layanan fotografi dan videografi semata, tetapi juga meliputi kebutuhan untuk dapat membaca pola dan perilaku pelanggan dari data transaksi yang dimilikinya.

Berbagai atribut terkait pemesanan, mulai dari nilai diskon, jenis promosi, jumlah pemesanan, hingga pola waktu transaksi, dapat dijadikan bahan analisis guna memahami pola pembelian dan kebutuhan pelanggan secara lebih akurat. Dengan memanfaatkan metode klasifikasi data mining, khususnya algoritma *Naïve Bayes*, Oreen Studio dapat memetakan pola pemesanan tersebut dan merumuskan strategi promosi yang lebih terarah dan efisien. Hal ini diharapkan dapat membantu Oreen Studio untuk mengoptimalkan nilai diskon dan bentuk promosi yang digunakan guna meningkatkan jumlah pemesanan dan daya saing usaha di tengah persaingan bisnis jasa yang semakin ketat.

1.6. Sistematika Penulisan Laporan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang Penelitian, rumusan masalah, ruang lingkup masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan umum objek penelitian dan terakhir adalah sistematika penulisan laporan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang data science, *Machine Learning*, model klasifikasi, metode *Naïve Bayes*, alat bantu program/tools pendukung, dan metodologi Penelitian.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi tentang kerangka penelitian, pengumpulan data, metode yang diusulkan, eksperimen dan pengujian metode, evaluasi dan validasi hasil.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi hasil Penelitian yang telah dilakukan dan berisi juga tentang akurasi ataupun evaluasi dari metode yang digunakan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil Penelitian dan saran.