

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis *coffee shop* semakin ketat seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap budaya ngopi. Setiap *coffee shop* dituntut mampu memahami kebutuhan pelanggan, menentukan strategi pemasaran yang tepat, serta meningkatkan penjualan secara berkelanjutan. Namun, banyak *coffee shop* masih menghadapi kendala dalam menganalisis data pelanggan, memprediksi perilaku konsumen, dan menentukan strategi penjualan yang efektif.

Di era digital, *coffee shop* sebenarnya memiliki banyak data seperti jumlah kunjungan pelanggan, jenis minuman yang paling laris, waktu pembelian, metode pembayaran, serta respon pelanggan terhadap promo. Sayangnya, data tersebut sering tidak dimanfaatkan secara optimal. Tanpa analisis yang tepat, strategi penjualan dapat kurang tepat sasaran sehingga berdampak pada rendahnya omzet dan loyalitas pelanggan.

Untuk mengatasi hal tersebut, penerapan metode **data mining** menjadi penting, salah satunya adalah **metode Naive Bayes**. Naive Bayes merupakan metode klasifikasi yang sederhana, cepat, dan efektif dalam memprediksi pola atau kecenderungan berdasarkan data historis. Dalam konteks *coffee shop*, Naive Bayes dapat digunakan untuk memprediksi preferensi pelanggan,

mengelompokkan jenis pembelian, menentukan produk yang berpotensi laris, hingga memilih strategi promosi yang lebih tepat.

Dengan memanfaatkan Naive Bayes, *coffee shop* dapat membuat keputusan berbasis data (data-driven decision making), sehingga strategi penjualan menjadi lebih akurat, tepat sasaran, dan dapat meningkatkan pendapatan. Oleh karena itu, analisa menggunakan metode Naive Bayes menjadi salah satu pendekatan yang relevan untuk membantu *coffee shop* bersaing dan berkembang di tengah kompetisi industri yang semakin meningkat.

Berdasarkan uraian dari atas, maka dapat hasil penulis maksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisa Menentukan Strategi dan Penjualan di *Coffee Shop* Menggunakan Metode Naïve Bayes”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana mengolah dan menganalisis data penjualan serta perilaku pelanggan pada *coffee shop* agar dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan?
2. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi peningkatan atau penurunan penjualan di *coffee shop*?
3. Bagaimana metode Naive Bayes dapat diterapkan untuk memprediksi pola pembelian pelanggan dan kecenderungan penjualan produk di *coffee shop*?

4. Sejauh mana hasil analisis dan prediksi menggunakan *Naïve Bayes* dapat membantu menentukan strategi penjualan yang lebih efektif bagi *coffee shop*?
5. Strategi pemasaran apa yang paling tepat diterapkan berdasarkan hasil klasifikasi dan prediksi dari metode *Naïve Bayes*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pola penjualan dan perilaku pelanggan pada *coffee shop* dengan menggunakan metode Naive Bayes sebagai alat bantu prediksi.

1. Menganalisis faktor–faktor yang memengaruhi penjualan pada *coffee shop*, seperti harga, promo, jenis menu, waktu kunjungan, dan karakteristik pelanggan.
2. Model klasifikasi menggunakan metode Naive Bayes untuk memprediksi tingkat penjualan atau preferensi pelanggan berdasarkan data historis *coffee shop*.
3. Mengevaluasi akurasi dan kinerja model Naive Bayes dalam memprediksi kategori penjualan (tinggi, sedang, rendah) atau perilaku pembelian pelanggan.
4. Menentukan strategi pemasaran dan penjualan yang optimal berdasarkan hasil prediksi dan pola yang ditemukan dari model Naive Bayes.

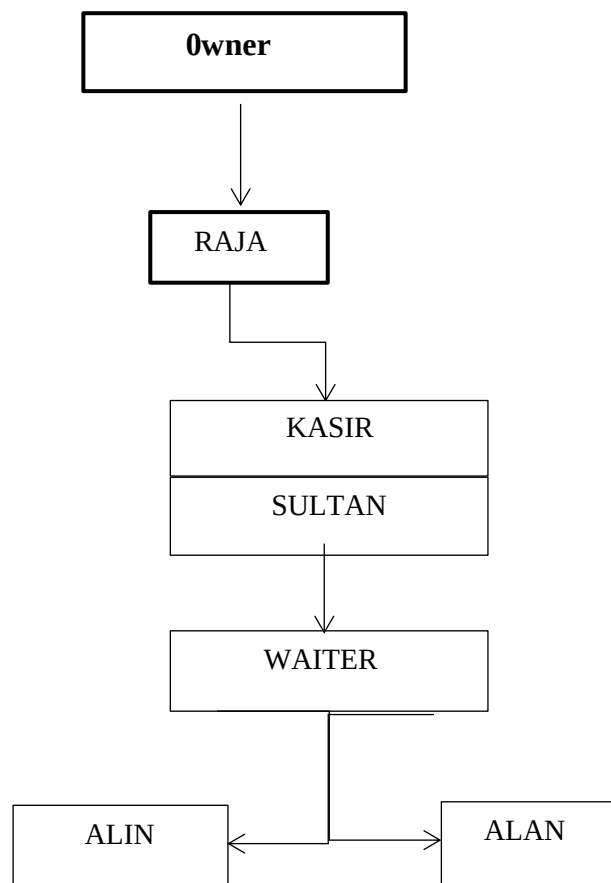
5. Memberikan rekomendasi strategi bisnis bagi *coffee shop* untuk meningkatkan penjualan, misalnya strategi menu, segmentasi pelanggan, serta waktu promosi yang efektif berdasarkan hasil analisis.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Menambah literatur mengenai penerapan data mining khususnya metode *Naïve Bayes* dalam analisis penjualan dan strategi bisnis pada industri makanan dan minuman.
2. Memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan metode klasifikasi untuk memprediksi perilaku pelanggan dan pola penjualan.
3. Menjadi referensi penelitian selanjutnya terkait penggunaan algoritma machine learning dalam sektor retail atau coffee shop.
4. Membantu pemilik coffee shop dalam mengidentifikasi faktor yang paling berpengaruh terhadap penjualan sehingga dapat menentukan strategi bisnis yang lebih tepat.
5. Memberikan alat prediktif berupa model *Naive Bayes* yang dapat digunakan untuk memprediksi tingkat penjualan atau preferensi pelanggan.
6. Mendukung pengambilan keputusan dalam strategi pemasaran, seperti penentuan menu favorit, penawaran promo, waktu operasional efektif, dan segmentasi pelanggan.
7. Meningkatkan efisiensi dan profit melalui rekomendasi strategi yang berbasis data, bukan hanya intuisi.

8. Memberikan pengalaman dalam penerapan teknik *machine learning* pada kasus nyata.
9. Menjadi dasar bagi pengembangan penelitian lanjutan, misalnya membandingkan Naive Bayes dengan algoritma lain seperti Decision Tree, Random Forest, atau SVM.

1.5 Struktur dalam organisasi penelitian



1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan tugas akhir ini disusun dengan tujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai alur penelitian dan hasil yang di capai. Setiap bab memiliki tujuan dan fokus yang berbeda, namun saling terkait dalam menyajikan topic penelitian secara komprehensif. Berikut adalah sistematika penulisan beserta penjelasan singkat untuk masing-masing bab:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan umum, struktur organisasi, dan sistematika penulisan. Dalam bab ini dijelaskan alasan pentingnya penelitian mengenai Analisa Menentukan Strategi dan penjualan di Coffee shop menggunakan metode Naive Bayes.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan teori-teori yang mendasari penelitian, seperti penjualan di coffee shop pembangunan daerah, teori *data mining*, algoritma Naive Bayes serta pengenalan perangkat lunak *orange data mining*.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber serta jenis data, tahapan analisis data, serta langkah-langkah penerapan algoritma menggunakan metode *Naive bayes*.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil analisi dan menentukan strategi penjualan di coffee shop menggunakan metode *naïve bayes*.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang dapat dijadikan masukan bagi penjual di coffee shop, akademis, maupun peneliti selanjutnya agar hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan dan dikembangkan lebih lanjut.