

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Belanja online telah menjadi fenomena yang mendominasi cara orang berbelanja pada era digital ini. Dengan munculnya platform e-commerce seperti Amazon, eBay, dan Lazada, konsumen dapat dengan mudah membeli berbagai produk dan layanan tanpa harus meninggalkan kenyamanan rumah mereka. Salah satu keunggulan utama belanja online adalah kenyamanan yang ditawarkannya. Konsumen dapat menjelajahi berbagai pilihan produk, membandingkan harga, dan membaca ulasan pelanggan dengan mudah melalui layar perangkat mereka. Selain itu, belanja online juga memberikan fleksibilitas dalam hal waktu, sehingga konsumen dapat berbelanja kapan saja, bahkan di tengah malam sekalipun.

Keberagaman produk yang tersedia secara online juga menjadi daya tarik tersendiri. Konsumen dapat menemukan berbagai macam barang mulai dari pakaian, elektronik, buku, hingga produk-produk unik dan langka. Selain itu, adanya fitur pencarian dan filter memudahkan konsumen untuk menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Selain itu, belanja online sering kali disertai dengan penawaran dan diskon yang tidak dapat ditemui di toko konvensional. Hal ini membuat konsumen dapat menghemat uang dan mendapatkan nilai lebih dari pembelian mereka.

Namun, meskipun belanja online memiliki banyak keunggulan, ada juga beberapa tantangan yang perlu diatasi. Keamanan dan privasi menjadi

perhatian utama, dan konsumen harus berhati-hati dalam memberikan informasi pribadi dan keuangan mereka. Selain itu, ketidakmungkinan untuk melihat produk secara langsung sebelum dibeli dapat menjadi kendala, meskipun kebijakan pengembalian yang ramah konsumen cenderung mengatasi masalah ini. Dengan terus berkembangnya teknologi, belanja online tetap menjadi pilihan populer bagi banyak orang, dan tantangan-tantangan ini terus diatasi untuk memberikan pengalaman belanja yang lebih baik dan lebih aman bagi konsumen.

Belanja online telah menjadi tren utama dalam cara konsumen memenuhi kebutuhan mereka, tetapi polarisasi pandangan terus ada di masyarakat. Sebagian besar individu menemukan kenyamanan dan kepraktisan dalam berbelanja online. Dengan hanya mengakses platform e-commerce melalui perangkat digital mereka, konsumen dapat menjelajahi berbagai produk, membandingkan harga, dan memperoleh barang yang diinginkan tanpa meninggalkan kenyamanan rumah. Proses ini tidak hanya simpel, tetapi juga dapat menghemat waktu, mengingat konsumen tidak perlu menghadapi kemacetan lalu lintas atau antrian panjang di kasir.

Namun, terdapat sebagian masyarakat yang enggan untuk beralih ke belanja online. Salah satu kekhawatiran utama adalah ketidakpastian terkait kualitas dan kesesuaian produk yang diterima dengan deskripsi yang ada di platform. Rasa takut akan mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan harapan dapat menjadi hambatan bagi beberapa individu. Oleh karena itu, ada upaya yang terus dilakukan oleh penyedia layanan e-commerce untuk meningkatkan transparansi

dan memberikan jaminan kualitas kepada konsumen agar kepercayaan mereka bisa tumbuh.

Meskipun perbedaan pandangan ini, belanja online terus berkembang sebagai pilihan utama bagi banyak orang yang mengutamakan kenyamanan dan efisiensi. Transformasi teknologi dan peningkatan keamanan serta kebijakan pengembalian yang lebih baik secara bertahap membantu mengatasi kekhawatiran masyarakat terhadap belanja online, menciptakan pengalaman yang semakin memuaskan bagi konsumen modern.

Oleh karena itu, penulis merencanakan untuk melakukan penelitian yang fokus pada analisis minat masyarakat terhadap belanja online dengan menerapkan algoritma C4.5. Belanja online telah menjadi tren yang signifikan dalam perilaku konsumen, dan pemahaman mendalam terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk terlibat dalam aktivitas belanja online dapat memberikan wawasan berharga bagi pelaku industri e-commerce. Melalui penerapan algoritma C4.5, penelitian ini akan memeriksa sejumlah variabel, termasuk preferensi produk, keamanan transaksi, dan pengalaman pengguna, untuk mengidentifikasi pola minat yang mungkin memotivasi masyarakat dalam melakukan belanja online. Diharapkan hasil penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat belanja online, dan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif dalam mendukung pertumbuhan sektor e-commerce.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apa saja faktor-faktor kunci yang memengaruhi minat masyarakat dalam melakukan belanja online, berdasarkan analisis menggunakan algoritma C4.5?
2. Bagaimana pola hubungan antara preferensi produk, keakuratan transaksi, dan pengalaman pengguna dalam mempengaruhi minat masyarakat terhadap belanja online, yang dapat diidentifikasi melalui penerapan algoritma C4.5?
3. Apakah terdapat segmen khusus di dalam masyarakat yang memiliki pola minat yang berbeda terhadap belanja online, dan bagaimana algoritma C4.5 dapat membantu mengidentifikasi karakteristik unik dari setiap segmen tersebut?

1.3. Ruang Lingkup Masalah

1. Ruang lingkup masalah penelitian ini melibatkan eksplorasi mendalam terhadap dinamika minat masyarakat terkait belanja online, dengan fokus utama pada penerapan algoritma C4.5 sebagai alat analisis.
2. Pertanyaan sentral dalam penelitian ini melibatkan sejauh mana algoritma C4.5 dapat menjadi solusi yang efektif untuk memprediksi dan memahami minat masyarakat terhadap belanja online. Aspek-aspek yang relevan termasuk evaluasi akurasi dan kehandalan algoritma dalam mengidentifikasi pola dan faktor yang memengaruhi keputusan belanja online.
3. Dalam konteks ini, ruang lingkup masalah mencakup pemahaman masyarakat terhadap faktor demografis yang mungkin memengaruhi minat belanja

online, serta eksplorasi respon masyarakat terhadap rekomendasi produk yang dihasilkan oleh algoritma C4.5. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi potensi faktor-faktor tambahan yang mungkin memengaruhi tingkat keberhasilan algoritma ini dalam konteks perilaku belanja online masyarakat. Dengan memahami ruang lingkup masalah ini, diharapkan penelitian dapat memberikan wawasan yang mendalam dan berLaki-Lakifaat dalam memahami minat masyarakat terhadap belanja online menggunakan pendekatan algoritma C4.5.

1.4. Tujuan dan Laki-Lakifaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk menentukan faktor-faktor yang dapat digunakan untuk melakukan klasifikasi minat masyarakat pada media sosial.
2. Untuk menentukan pola hubungan antara produksi pada masyarakat agar dapat melakukan sebuah klasifikasi minat masyarakat untuk belanja online.
3. Untuk melihat sekmen pola tertentu yang ada pada metode untuk menentukan minat masyarakat untuk belanja online.

1.4.2. Laki-Lakifaat Penelitian

Penelitian ini memiliki sejumlah Laki-Lakifaat signifikan yang dapat memberikan kontribusi berharga pada pemahaLaki-Laki kita tentang minat masyarakat terkait belanja online, khususnya dengan penerapan algoritma C4.5. Pertama, hasil penelitian diharapkan dapat meningkatkan pemahaLaki-Laki kita tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan belanja online, memberikan

wawasan mendalam tentang pola perilaku konsumen. Laki-Lakifaat ini memiliki implikasi langsung untuk praktisi bisnis dan pemasaran, memungkinkan mereka untuk merancang strategi yang lebih tepat sasaran dan efektif.

Kedua, penelitian ini juga dapat memberikan pandangan yang lebih jelas tentang efektivitas algoritma C4.5 dalam mengidentifikasi pola dan membuat prediksi terkait minat belanja online. Dengan memahami kinerja algoritma ini, kita dapat mengoptimalkan penggunaannya dalam konteks analisis perilaku konsumen, membuka peluang untuk pengembangan model yang lebih canggih dan akurat.

Selain itu, penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana faktor demografis memainkan peran dalam minat belanja online, memberikan informasi berharga kepada perusahaan e-commerce untuk menyesuaikan strategi mereka dengan kebutuhan dan preferensi kelompok konsumen tertentu. Terakhir, pemahaman yang lebih lanjut tentang respon masyarakat terhadap rekomendasi produk yang dihasilkan oleh algoritma C4.5 dapat memberikan kontribusi pada pengembangan pengalaman belanja online yang lebih personal dan memuaskan. Secara keseluruhan, Laki-Lakifaat penelitian ini tidak hanya terletak pada tingkat akademis, tetapi juga memiliki dampak praktis yang signifikan dalam mengarahkan pengambilan keputusan bisnis di era perdagangan elektronik yang terus berkembang.

1.5. Tinjauan Umum Objek Penelitian

Tinjauan umum objek penelitian ini mencakup analisis minat masyarakat terhadap belanja online dengan penerapan algoritma C4.5 sebagai metode analisis

utama. Objek penelitian ini melibatkan masyarakat sebagai subjek utama, dengan fokus pada perilaku mereka dalam konteks belanja online. Penelitian ini akan mengeksplorasi keputusan belanja, preferensi, dan pola perilaku konsumen untuk membentuk pemahaman mendalam tentang minat masyarakat terhadap platform perdagangan elektronik. Algoritma C4.5, yang dikenal sebagai algoritma pembelajaran mesin untuk pembuatan keputusan, akan menjadi instrumen utama dalam menganalisis data perilaku belanja online. Objek penelitian ini mencakup berbagai aspek, termasuk evaluasi akurasi algoritma dalam memprediksi minat belanja, identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen, serta respon masyarakat terhadap rekomendasi produk yang dihasilkan oleh algoritma. Dengan mengeksplorasi objek penelitian ini, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dan menggambarkan gambaran menyeluruh tentang minat masyarakat terhadap belanja online, membuka peluang untuk pengembangan strategi pemasaran yang lebih cermat dan pengambilan keputusan yang lebih informasional dalam lingkungan perdagangan elektronik yang terus berkembang.

1.6. Sistematika Penulisan Laporan

Pada pembahasan sistematika penulisan, penulis akan menjelaskan beberapa tahap untuk menyelesaikan proposal ini, di antaranya:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi Latar Belakang, Perumusan Masalah, Ruang Lingkup Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Tinjauan Umum Objek Penelitian dan Sistematika Penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab ini menjelaskan teori Data Mining, Algoritma C4.5 dan teori pendukung lainnya yang berkaitan tentang Data Mining.

BAB III ANALISA DAN PERANCANGAN

Pada bab ini beris tentang kerangka Penelitian dan metode yang digunakan pada Penelitian ini.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini menjelaskan tentang hasil klasifikasi yang dilakukan pada data mining dan menjelaskan akurasi dari metode yang digunakan.

BAB V KESIMPULAN

Pada Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari penelitian yang dilakukan.