

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Menurut [1] di dalam jurnalnya yang berjudul peran perkembangan teknologi digital pada strategi pemasaran dan jalur distribusi umkm di indonesia selama 10 tahun terakhir, Indonesia telah mengalami kemajuan positif dalam aspek ekonominya. Kecuali pada tahun 2009, perkembangan ekonomi Indonesia telah tetap stabil di level di atas 4,5% [2]. Walaupun situasi ekonomi global selama tiga hingga empat tahun terakhir tidak menguntungkan, perekonomian Indonesia tetap berhasil menjaga pertumbuhannya yang stabil di atas angka 5%. Sinyal ini juga tercermin pada indikator ekonomi lain, seperti Produk Domestik Bruto (PDB) per penduduk. Dalam dekade terakhir, pertumbuhan PDB per penduduk Indonesia telah berada pada rata-rata di atas 5%, dengan PDB per kapita pada akhir tahun 2017 mencapai 47,96 juta Rupiah.

Pada saat ini, masyarakat Indonesia khususnya di Kota Bandung sudah banyak membuka usaha rumah tangga atau yang biasa kita sebut usaha kecil dan menengah . Usaha kecil dan menengah merupakan tempat bisnis untuk produksi barang atau usaha perusahaan yang berskala kecil sering diidentifikasi sebagai bisnis skala kecil karena jenis kegiatan ekonominya dijalankan di lingkungan rumah. [3]. Departemen Perindustrian (DP) telah melakukan pengelompokan terhadap sektor industri di Indonesia menjadi tiga kelompok utama. Salah satu di antaranya adalah industri skala kecil yang mencakup sektor-sektor seperti sektor makanan, sektor pakaian dan kulit, serta sektor kimia dan material konstruksi. Menurut open data Jawa Barat tahun 2021 jumlah unit industri kecil, menengah, dan besar di Kota Bandung sebanyak 11.157 unit.

Salah satu contoh usaha usaha kecil dan menengah di Kota Bandung yaitu Syaqiq Store. Syaqiq Store adalah usaha di bidang pakaian olahraga dan sudah berdiri sejak tahun 2019. Karyawan yang bekerja di Syaqiq Store ini merupakan masyarakat sekitar yang tinggal di lingkungan tersebut. Sejak berdirinya Syaqiq Store, sudah banyak mengalami dinamika persaingan bisnis yang ada.

Perkembangan pesat dan terus meningkatnya teknologi informasi di seluruh dunia telah memberikan pengaruh signifikan terhadap cara bisnis bersaing. Perubahan ini dirasakan oleh banyak orang, dari lingkungan yang sederhana hingga yang modern, yang mendorong evolusi perilaku informasi di berbagai sektor. Salah satunya adalah dalam dunia bisnis dan komunikasi, di mana batasan ruang dan waktu telah dihapuskan oleh perkembangan ini. Kebutuhan akan akses informasi yang cepat dan terjangkau mendorong pelaku informasi untuk memanfaatkan *platform* daring, di mana informasi dapat disampaikan dengan cepat dan mudah kepada konsumen. Penggunaan internet telah menjadi sarana utama untuk mencapai hal ini. [4].

Syaqiq Store menjual produknya dengan cara menjual di *e-commerce* atau dengan pemasaran online. Secara prinsipal, pemasaran daring merujuk pada rangkaian aktivitas komunikasi pemasaran yang memanfaatkan media internet. Seiring dengan perkembangannya, pemasaran daring tidak hanya bergantung pada situs web saja, melainkan juga melibatkan penggunaan email dan berbagai aplikasi yang beroperasi melalui protokol internet. Bagi para pedagang, mengadopsi pendekatan seperti ini berarti mengurangi biaya yang sebelumnya dibutuhkan dalam model bisnis tradisional. Contohnya, ketika di masa sebelumnya diperlukan pembukaan cabang baru untuk memperluas jangkauan bisnis, hal tersebut tidak relevan dalam model pemasaran daring. Dengan pendekatan ini, penjual dapat memperkenalkan produk mereka melalui situs web atau aplikasi tertentu. Dalam lingkup dunia usaha, keberadaan situs web dalam bentuk *e-commerce* telah menjadi suatu kebutuhan yang tak terelakkan bagi bisnis yang ingin memajukan diri di era ini, berkat beragam keuntungan yang dimilikinya. Misalnya, pelanggan tak perlu mengunjungi toko fisik untuk memilih barang yang hendak dibeli, sementara perusahaan mampu menjalankan transaksi sepanjang waktu, selama 24 jam. Manfaat lainnya terletak pada sisi finansial, di mana konsumen dapat berhemat dalam pengeluaran yang diperlukan dan para pengusaha dapat mengurangi pengeluaran untuk keperluan promosi. Jika toko berlokasi jauh, konsumen pun bisa menghindari biaya perjalanan dengan memilih opsi pengiriman yang lebih

ekonomis, yang juga membantu pengusaha dalam mengenalkan toko mereka ke wilayah yang lebih luas. [4].

Seiring dengan perkembangan bisnis global saat ini, pemanfaatan *e-commerce* menjadi suatu kebutuhan mendasar untuk meningkatkan dan mengatasi persaingan serta meningkatkan volume penjualan produk. Dalam implementasi *e-commerce*, proses jual-beli dan strategi pemasaran menjadi lebih efisien, menunjukkan kenyamanan dalam bertransaksi, mengurangi biaya operasional, dan mempercepat kelancaran transaksi. Mutu transfer data juga mengalami peningkatan bila dibandingkan dengan pendekatan manual, menghindarkan potensi kesalahan manusia yang dapat timbul akibat penginputan data berulang. [4].

Syaqiq Store maupun penjual yang lain, sangat perlu untuk memperhatikan ketersediaan stok barang. Persediaan adalah sejumlah barang yang dijaga untuk memenuhi permintaan yang berasal dari konsumen. Dalam konteks perusahaan perdagangan, terdapat satu jenis persediaan yang memiliki karakteristik perputaran yang serupa, dikenal dengan istilah *merchandise inventory* (persediaan barang dagangan). Jenis persediaan ini terus mengalami sirkulasi, terus dibeli dan dijual, dan tidak mengalami modifikasi di dalam perusahaan yang menyebabkan perubahan bentuk dari produk tersebut.[3]. Maka dari itu penjual perlu mempersiapkan dan memprediksi stok barang yang akan terjual. Prediksi merupakan suatu metode sistematis untuk memproyeksikan peristiwa yang kemungkinan besar terjadi di masa mendatang, berdasarkan data dari masa lalu dan saat ini, dengan tujuan untuk mengurangi kesalahan (perbedaan antara hasil aktual dan perkiraan) sebanyak mungkin. [5].

Salah satu masalah yang dialami oleh Syaqiq Store ini yaitu mengenai stok barang yang tidak terkontrol. Sehingga hal ini berpengaruh pada penjualan kedepannya. Untuk menentukan stok barang, peneliti berencana untuk membantu penjual dalam memanfaatkan kemajuan teknologi. Perkembangan teknologi telah mendorong adopsi teknologi tidak hanya dalam otomatisasi pengolahan informasi. Peranan teknologi juga telah memengaruhi struktur bisnis perusahaan. Sesuai dengan evolusi bisnis global yang tak lagi terbatas oleh batasan geografis dan

temporal, serta mobilitas tinggi manusia, industri bisnis perlu mampu menyediakan produk dan layanan secara instan sesuai kebutuhan konsumen.

Berdasarkan situasi yang dijelaskan, para peneliti merasa tertarik untuk menciptakan suatu sistem yang bisa digunakan oleh Syaqiq Store dalam menentukan stok barang dengan memprediksi penjualan di waktu yang akan datang.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Masalah yang akan diidentifikasi pada penelitian ini adalah :

1. Sering terjadi naik turun penjualan sehingga stock barang tidak terprediksi.
2. Keterbatasan pengetahuan dan pengalaman dalam bidang teknologi dan informasi menyebabkan kesulitan dalam memprediksi penjualan yang berakibat pada sulitnya menentukan stok barang.
3. Barang yang diproduksi konveksi tidak teratur sehingga mengakibatkan terdapat barang yang kelebihan atau kekurangan stok.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Dengan mempertimbangkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini dapat diringkas sebagai berikut :

1. Bagaimana membangun sistem yang bisa memprediksi penjualan sehingga bisa mengontrol produksi barang ?
2. Bagaimana mengimplementasikan metode linear regression ke dalam sistem yang dibangun?
3. Bagaimana menguji sistem yang dibangun sehingga sistem tersebut bisa dipakai di Syaqiq Store?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Dengan merujuk pada rumusan masalah sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk membangun sistem prediksi sehingga bisa membantu Syaqiq Store dalam mengontrol produksi barang.
2. Untuk mengimplementasikan metode linear regression ke sistem yang dibangun.
3. Untuk menguji signifikansi dari data preprocessing sehingga sistem tersebut bisa di pakai di Syaqiq Store.

### **1.5 Kontribusi**

Hasil penelitian ini diharapkan berkontribusi untuk perusahaan manufaktur atau penjualan retail, dalam mengontrol produksi ataupun prediksi penjualan.

### **1.6 Ruang Lingkup**

Untuk memudahkan dalam pelaksanaan penelitian agar tujuan penelitian dapat tercapai dengan baik, maka perlu adanya ruang lingkup penelitian yaitu :

- a. Metode yang digunakan adalah *linear regression*.
- b. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari toko Syaqiq Store.
- c. Tempat pada penelitian ini yaitu salah satu usaha kecil dan menengah usaha pakaian olahraga yang bernama “Syaqiq Store”.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Struktur penulisan merupakan rangka dan panduan dalam menyusun skripsi. Tujuannya adalah untuk memudahkan dalam memahami dan mengidentifikasi seluruh isi pembahasan dalam skripsi ini. Berikut adalah urutan penulisan yang digunakan dalam skripsi ini:

- a. BAB I. Pendahuluan, berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan, kontribusi, ruang lingkup, sistematika penulisan dan rencana publikasi.
- b. BAB II. Tinjauan Pustaka, berisi tentang teori-teori yang menjadi dasar pengetahuan yang akan digunakan dalam menyusun skripsi yang berjudul Signifikansi Data *Preprocessing* Terhadap Hasil Prediksi Untuk Menentukan Stok Barang Dengan Metode *Linear Regression*.

- c. BAB III. Metode Penelitian, pada bab ini diuraikan mengenai metode yang akan digunakan, kemudian tahapan dan teknik pengumpulan data di dalam penyusunan skripsi.
- d. BAB IV. Hasil dan Pembahasan, bab ini berisi tentang pembahasan hasil penelitian di dalam skripsi ini.
- e. BAB V. Pengujian, bab ini berisi tentang pengujian mengenai penelitian ini
- f. BAB VI. Penutup, berisikan tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian skripsi yang telah disusun.

### **1.8 Rencana Publikasi**

Rencana publikasi penelitian skripsi ini akan melalui Konferensi SoBAT.

### **1.9 Tempat dan Waktu Pelaksanaan**

Tempat yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah. salah satu usaha kecil dan menengah pakaian olahraga bernama Syaqiq Store yang berada di Kota Bandung, Jawa Barat. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari – Juli 2023.

