

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Apotek merupakan salah satu pelaku usaha yang bergerak di bidang retail dan termasuk ke dalam kategori *specialty store*, yaitu toko khusus yang hanya menjual sedikit ragam barang. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), apotek merupakan toko yang menjual dan meramu obat berdasarkan resep dokter serta memperdagangkan barang-barang medis. Selain sebagai pelaku usaha, apotek juga berperan dalam memberikan pelayanan kesehatan yang mudah dijangkau oleh masyarakat.

Saat ini, jumlah apotek yang tersebar di Indonesia berdasarkan situs resmi Kementerian Kesehatan RI Farmalkes adalah sebanyak 26.658 unit apotek. Perkembangan apotek di Indonesia dapat dikatakan berkembang secara pesat. Berdasarkan artikel berita pada situs www.market.bisnis.com, salah satu perusahaan yang bergerak di sektor industri farmasi, PT. Kimia Farma Persero (Tbk), pada tahun 2018 akan menambah gerai apotek sebanyak 200 unit di seluruh Indonesia (Pratomo, 2018). Sehingga jumlah apotek di Indonesia akan terus bertambah sepanjang tahun 2018.

Perkembangan apotek di Indonesia kurang dibarengi dengan pesebarannya. Seperti yang terjadi di Kabupaten Gunung Kidul, jumlah apotek yang tersebar pada tahun 2018 menurut situs www.binfar.kemkes.go.id hanya sebanyak 34 unit. Padahal, jumlah penduduk di Kabupaten Gunung Kidul pada tahun 2016 berdasarkan situs www.kependudukan.jogjaprovo.go.id adalah sebanyak 756.024 jiwa. Idealnya, rasio jumlah apotek terhadap jumlah penduduk di suatu wilayah ialah 1:10.000, sehingga jumlah apotek di Kabupaten Gunung Kidul dapat dikatakan masih belum memenuhi rasio.

Apotek X merupakan salah satu apotek yang terdapat di Kabupaten Gunung Kidul. Kondisi pesebaran apotek yang kurang merata tersebut menuntut Apotek X untuk terus meningkatkan pelayanannya kepada masyarakat. Salah satu bentuk pelayanan apotek terhadap masyarakat adalah dengan selalu tersedianya obat maupun alat kesehatan yang sesuai dengan kebutuhan. Hal ini akan menuntut Apotek X untuk mengetahui informasi dan memahami kebutuhan masyarakat di Kabupaten Gunung Kidul akan obat-obatan maupun alat

kesehatan, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan.

Dalam menjalankan perannya sebagai pelaku usaha sekaligus sebagai unit pelayanan kesehatan, aktivitas yang melibatkan masyarakat yang menjadi konsumen di Apotek X dicatat di dalam data transaksi. Di dalam data transaksi pada umumnya tercantum informasi waktu pada saat transaksi dilakukan, nama barang yang dibeli, kuantitas barang yang dibeli, harga barang, dan total harga. Selama ini data transaksi hanya dimanfaatkan oleh Apotek X sebagai dasar keputusan untuk pemesanan jumlah obat dan sediaan farmasi lain kepada *supplier*-nya yang disebut Pedagang Besar Farmasi (PBF) dan juga dimanfaatkan sebagai dasar pelaporan penjualan. Padahal dengan memanfaatkan informasi yang tercantum dalam data transaksi tersebut, Apotek X dapat menggali informasi akan obat-obatan maupun alat kesehatan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, yaitu dengan menganalisis pola belanja konsumen, sehingga obat-obatan maupun alat kesehatan yang dibutuhkan oleh masyarakat dapat selalu tersedia.

Menganalisis pola belanja konsumen dapat dilakukan dengan *data mining* menggunakan *market basket analysis*. *Data mining* adalah pencarian informasi baru dari sejumlah data yang sangat besar berdasarkan pola atau aturan-aturan tertentu (Davies, 2004). *Data mining* juga dapat diartikan sebagai serangkaian proses yang dilakukan untuk mendapatkan pengetahuan yang sebelumnya tidak diketahui secara manual dari suatu kumpulan data. Sedangkan *market basket analysis* (MBA) merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui kebiasaan berbelanja dari konsumen (Steinbach dkk, 2006). Triyanto (2014), menyatakan bahwa MBA merupakan salah satu metode dari *data mining* yang fokus pada penemuan pola pembelian dari konsumen dengan memanfaatkan hubungan dari data penjualan.

Data mining menggunakan *market basket analysis* dilakukan dengan salah satu teknik dari *data mining*, yaitu *association rules*. *Association rules* merupakan sebuah prosedur yang digunakan untuk mencari hubungan antar barang dari sebuah kelompok data yang telah ditentukan (Han dan Kamber, 2006). Dengan demikian, penerapan MBA dengan teknik *association rules* dapat digunakan untuk menemukan informasi barang-barang yang saling berhubungan dalam bentuk sebuah aturan (Anggraeni dkk, 2015).

Data mining menggunakan *market basket analysis* dan *association rules* diharapkan dapat membantu Apotek X untuk mendapatkan informasi barang apa saja yang memiliki keterkaitan untuk dibeli konsumen secara bersamaan, sehingga Apotek X mampu memahami kebutuhan masyarakat akan obat-obatan dan alat kesehatan di Kabupaten Gunung Kidul dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan dalam menjalankan perannya sebagai pelaku usaha sekaligus sebagai unit pelayanan kesehatan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, adapun permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini ialah data transaksi yang terdapat di Apotek X belum dapat dimanfaatkan secara lebih maksimal untuk mengetahui pola belanja konsumen sebagai upaya Apotek X untuk memahami kebutuhan masyarakat akan obat-obatan dan alat kesehatan.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui informasi pola belanja konsumen yang didapatkan dari data transaksi.
2. Membantu Apotek X dalam memahami kebutuhan konsumen akan obat-obatan dan alat kesehatan sehingga dapat dijadikan dasar usulan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan.

1.4. Batasan Masalah

Hal-hal yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Data yang digunakan adalah data transaksi penjualan di Apotek X selama bulan Juli sampai dengan Desember 2017.
2. Data transaksi yang berisi satu jenis *item* tidak diikutsertakan dalam *data mining*.
3. Menggunakan program dalam pengolahan data.