

Judul : ANALISIS DATA PENJUALAN PRODUK PADA OPTIK MOZA
Pengarang : Nurul Izzati 18172
Kode DOI :
Keywords : Optics, Sales Data
Item Type : Karya Tulis Ilmiah
Tahun : 2021

ABSTRACT

Data mining is a series of processes to explore the added value of a data set in the form of knowledge that has not been known manually from a set of data. Data Mining is also often referred to as Knowledge Discovery in database (KDD). KDD is an activity that includes the collection, use of data, history to find regularities, patterns of relationships in large sets.

The increasing number of competition in the corporate world, especially in companies that focus on selling goods, requires developers to find a strategy that can increase sales and marketing of products sold, one of which is by utilizing product sales data. Focus on the application of the Apriori Algorithm to find the most purchased eyewear products by customers. As well as to find out the highest sales of eyewear products during the period 2020. And find out the lowest sales of eyewear products during the period 2020. To find out the influence of the highest sales of eyewear products with customers.

By using descriptive quantitative method, it is used to analyze the data by describing or describing the data that has been collected as it is. Descriptive quantitative research uses a correlational approach. Correlation research is research conducted to find out whether there is a relationship and if there is, how close the relationship is and whether or not the relationship is meaningful. Correlation research studies two or more variables, namely the extent to which variations in one variable are related to variations in other variables.

The results of this study will provide information and help Moza Optics find out the best selling products.

Keywords: *Optics, Sales Data*

ABSTRAK

Data mining ini merupakan serangkaian proses untuk menggali nilai tambah dari suatu kumpulan data berupa pengetahuan yang selama ini tidak diketahui secara manual dari suatu sekumpulan data. Data Mining juga sering disebut juga sebagai Knowledge Discovery in database (KDD). KDD adalah kegiatan yang meliputi pengumpulan, pemakaian data, histori untuk menemukan keteraturan, pola hubungan dalam set berukuran besar.

Semakin Banyaknya persaingan dalam dunia Perusahaan khususnya dalam Perusahaan yang memfokuskan pada penjualan Barang menuntut para pengembang untuk menemukan suatu strategi yang dapat meningkatkan penjualan dan pemasaran produk yang dijual, salah satunya adalah dengan pemanfaatan data penjualan produk. Fokus kepada penerapan Algoritma Apriori untuk mencari produk kacamata yang paling banyak di beli oleh pelanggan.serta untuk mengetahui penjualan produk kacamata tertinggi selama kurun waktu 2020. Dan mengetahui penjualan produk kacamata terendah selama kurun waktu 2020. Hingga mengetahui Pengaruh penjualan Produk kacamata tertinggi dengan pelanggan.

Dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif, digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Penelitian kuantitatif deskriptif menggunakan pendekatan korelasi (correlational research). Penelitian korelasi adalah penelitian yang dilakukan untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa eratnya hubungan serta berarti atau tidak hubungan itu. Penelitian korelasi memperlajari dua variabel atau lebih yakni sejauh mana variasi dalam satu variabel berhubungan dengan variasi dalam variabel lain.

Hasil penelitian ini akan memberikan informasi dan membantu Optik Moza mengetahui Produk Terlaris.

Kata Kunci : Optik, Data Penjualan

DAFTAR ISI

HALAMAN

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	11
1.2 Identifikasi Masalah.....	12
1.3 Batasan Masalah Masalah	12
1.4 Rumusan Masalah Penelitian	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	13
1.6 Manfaat Penelitian	13
1.7 Sistematika Penulisan	14

BAB II. TINJUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Analisis	15
2.2. Pengertian Data	16
2.3. Pengertian Penjualan	16
2.4. Pengertian Bisnis	17
2.5. Pengertian Produk	18
2.6. Pengertian Optik	18
2.7. Pengertian Algoritma Apriori	20
2.8. Penelitian Terdahulu	23
2.9. Kerangka Berfikir	24

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Jenis Penelitian	26
3.3 Variabel Penelitian, Definisi Oprasional, Hipotesis	23
3.3.1 Variabel Penelitian	27
3.3.2 Definisi Operasional	27
3.3.3 Hipotesis	27
3.4 Populasi & Sampling	27
3.4.1 Populasi Penelitian	27
3.4.2 Teknis Sampling	27
3.5 Cara Pengumpulan Data	28
3.5.1 Interview / Wawancara	28
3.5.2 Kuesioner	28
3.6 Cara Mengumpulkan Data	28
3.7 Analisis Data	29
3.7.1 Persiapan Penelitian	29
3.7.2 Pelaksanaan Penelitian	29
3.7.3 Teknik Pengolahan Data	29

BAB IV HASIL & PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data	30
4.2 Deskripsi Penjualan Produk Optik Mozza.....	30
4.3 Deskripsi Item Set Penjualan	31
4.4 Deskripsi Persentase Produk	32
4.5 Deskripsi Pemetaan Algoritma Apriori	33

BAB V KESIMPULAN & REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan	38
5.2. Rekomendasi	38

REFERENSI
LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Moza Optical merupakan salah satu optik yang ada di Bandar Lampung yang telah berdiri sejak 2010, Pada kegiatannya Moza Optical ini melakukan proses jual beli Kacamata dengan berbagai merk, Banyaknya Transaksi Penjualan sehari-hari maka data penjualan pun semakin lama akan bertambah semakin banyak. Jika dibiarkan saja, maka data-data transaksi penjualan tersebut hanya menjadi sampah yang tidak berarti. Dengan adanya dukungan perkembangan teknologi, semakin berkembang pula kemampuan dalam mengumpulkan dan mengolah data. Pemanfaatan informasi dan pengetahuan yang terkandung di dalam banyaknya data tersebut, pada saat ini disebut dengan data mining.

Data mining ini merupakan serangkaian proses untuk menggali nilai tambah dari suatu kumpulan data berupa pengetahuan yang selama ini tidak diketahui secara manual dari suatu sekumpulan data. Data Mining juga sering disebut juga sebagai Knowledge Discovery in database (KDD). KDD adalah kegiatan yang meliputi pengumpulan, pemakaian data, histori untuk menemukan keteraturan, pola hubungan dalam set berukuran besar.

Semakin Banyaknya persaingan dalam dunia Perusahaan khususnya dalam Perusahaan yang memfokuskan pada penjualan Barang menuntut para pengembang untuk menemukan suatu strategi yang dapat meningkatkan penjualan dan pemasaran produk yang dijual, salah satunya adalah dengan pemanfaatan data penjualan produk. Dengan adanya kegiatan penjualan setiap hari, data semakin lama akan semakin bertambah banyak. Data tersebut tidak hanya berfungsi sebagai arsip bagi perusahaan, data tersebut dapat dimanfaatkan dan diolah menjadi informasi yang berguna untuk peningkatan penjualan dan promosi produk.

Untuk mendapatkan informasi tentang hasil produk yang paling banyak di jual dan diminati di perusahaan Moza Optical dari suatu database transaksi, penulis menggunakan algoritma apriori, sehingga nanti hasilnya dapat digunakan untuk pengembangan peningkatan penjualan dan pemasaran produk kacamata.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis membahas judul “**Analisis Data Penjualan Produk Pada Optik Moza**”.

References :

- Badrul, Mohammad. "Algoritma asosiasi dengan algoritma apriori untuk analisa data penjualan." *Jurnal Pilar Nusa Mandiri* 12.2 (2016): 121-129.
- Chin, Jimmy Tandarto, Zakaria Efendi, and Ferry Doringin. "PEMILIHAN BINGKAI KACAMATA YANG TEPAT UNTUK KONSUMEN DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN PRIMA DI OPTIK MAHAKAM." *Jurnal Mata Optik* 1.1 (2020): 52-62.
- Kusumah, Darma, Murni Marlina Simarmata, and Ferry Doringin. "FITTING IDEAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP KESTABILAN LENS KONTAK LUNAK TORIK." *Jurnal Mata Optik* 1.2 (2020): 1-8.
- Metisen, Benri Melpa, and Herlina Latipa Sari. "Analisis clustering menggunakan metode K-Means dalam pengelompokkan penjualan produk pada Swalayan Fadhila." *Jurnal media infotama* 11.2 (2015).
- Yanuar, Masnia Mahardi, Nurul Qomariyah, and Budi Santosa. "Dampak kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Optik Marlin cabang Jember." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* 3.1 (2017).
- Denny Haryanto, Yetli Oslan dan Djoni Dwiwana. (2011). Implementasi Analisis Keranjang Belanja Dengan Aturan Asosiasi Menggunakan Algoritma Apriori Pada Penjualan Suku Cadang Motor. *Jurnal Buana Informatika Volume 2, Nomor 2, Juli 2011*, 81-94.
- Handoko, Suryadi. (2010). *Pengantar Data Mining*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hapsari Dita Anggraeni, Ragil Saputra, S.Si,M.Cs, Beta Noranita, S.Si, M.Kom. (2013). APLIKASI DATA MINING ANALISIS DATA TRANSAKSI PENJUALAN OBAT MENGGUNAKAN ALGORITMA . *journal of Informatics and Technology, Vol 2, No 2, Tahun 2013, p 22-28, 22-28*.
- Nugroho Wandu, R. A. (2012). Pengembangan Sistem Rekomendasi Penelusuran Buku dengan Penggalan Association Rule Menggunakan Algoritma Apriori (Studi Kasus Badan Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Jawa Timur). *JURNAL TEKNIK ITS Vol. 1 (Sept, 2012) ISSN: 2301-9271*.
- Pane, D. K. (2013). IMPLEMENTASI DATA MINING PADA PENJUALAN PRODUK ELEKTRONIK DENGAN ALGORITMA APRIORI (STUDI KASUS : KREDITPLUS). *Pelita Informatika Budi Darma*.