

**Judul** : Analisis Data Penjualan Frame Dan Sunglass Pada Optik Moza  
**Pengarang** : Nurul Izzati 18.172  
**Kode DOI** :  
**Keywords** : Optik, Data Penjualan, Analisis, Penjualan, Frame dan Sunglass, Pengembangan  
**Item Type** : Karya Tulis Ilmiah  
**Tahun** : 2023

### **ABSTRAK**

Optik Moza merupakan optik di Bandar Lampung yang mengedepankan penjualan frame dan sunglass yang terupdate. Menerapkan Data mining merupakan proses untuk menggali nilai tambah dari kumpulan data berupa pengetahuan yang selama ini tidak diketahui secara manual dari sekumpulan data.

Data Mining sering disebut juga sebagai Knowledge Discovery in database. Penjualan Produk frame terbanyak belum dipetakan secara baik sehingga diperlukan penelitian dan menggunakan metode Algoritma Apriori. Membantu proses pengolahan data Penjualan pada Optik Moza Proses peningkatan penjualan yang dilakukan dengan menggunakan perangkat teknologi sesuai perkembangan zaman sehingga diperlukannya sebuah penelitian. Fokus kepada penerapan Algoritma Apriori untuk mencari produkacamata yang paling banyak di beli pelanggan. Serta untuk mengetahui penjualan produk frameacamata tertinggi dan terendah selama kurun waktu 2020. Hingga mengetahui Pengaruh penjualan frameacamata tertinggi. Dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif, untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Penelitian kuantitatif deskriptif menggunakan pendekatan korelasi (correlational research). Penelitian korelasi dilakukan untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa eratnya hubungan serta berarti atau tidak hubungan itu. Penelitian korelasi mempelajari dua variabel atau lebih yakni 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, Analisis, Penjualan, Frame dan Sunglass, Pengembangan.

### **ABSTRACT**

*Moza Optics is an optician in Bandar Lampung that prioritizes updated sales of frame and sunglass . Applying data mining is a processes to extract added value from a data in the form of knowledge that has so far not been known manually from a data. Data Mining is often referred to as Knowledge Discovery in database.*

*Most sales of eyewear products have not been mapped properly, so research is needed and the Apriori Algoitm method is needed. Helping the sales data processing process at Optics Moza The process of increasing sales is carried out using technological devices according to the times so that research is needed regarding the matters mentioned above. Focus on applying the Apriori Algorithm to find the most purchased eyewear products by customers. As well as to find out the highest and the lowest sales of eyeglass products during the 2020 period. In order to find out the effect of the highest sales of eyeglass products.*

*By using a descriptive quantitative method, it is used to analyze data by describing or describing the data that has been collected as it is. Descriptive quantitative research uses a correlational research approach. Correlation research is conducted to find 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 research will provide information and help Optics Moza find out the best-selling products.*

*Keywords: Optics, Sales Data, Analysis, Sale, Frame and Sunglass, Development.*

*Keywords: experiences, perceptions, satisfation, comfort, progressive lenses, bifocal lenses.*

## DAFTAR ISI

### HALAMAN

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	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 Frame Optik Mozza.....	30
4.3	Deskripsi Item Set Penjualan .....	31
4.4	Deskripsi Persentase Frame.....	32
4.5	Deskripsi Pemetaan Algoritma Apriori.....	33

#### **BAB V KESIMPULAN & REKOMENDASI**

1.1.	Kesimpulan.....	38
1.2.	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 Frame dan Sunglass dengan berbagai merk, Banyak nya 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.

## REFERENSI

- Al Anwar, A. A., Doringin, F., & Simarmata, M. M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Derajat Miopia Anak Usia Sekolah Pada Pasien Optik Riz-Q. *Jurnal Mata Optik*, 2(2), 10-18.
- 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).
- Handoko, Suryadi. (2010). *Pengantar Data Mining*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tandarto, R., Doringin, F., & Efendi, Z. (2020). Penglihatan Anak dan Efektivitas