

ABSTRAK

Ihlas Wijaya(11190132), Analisis Terhadap Data Penjualan Daging Sapi Menggunakan Algoritma Apriori Pada PT. Pusma Raya Utama

Setiap Perusahaan memiliki strategi pemasaran masing-masing. Dengan data penjualan yang dimiliki maka dapat dimanfaatkan untuk menentukan strategi penjualan. Data mining dapat digunakan untuk memanipulasi data menjadi informasi yang lebih berharga yang diperoleh dengan cara mengekstraksi dan mengenal pola yang penting dari data yang terdapat dalam sebuah basis. PT. Pusma Raya Utama merupakan perusahaan yang menjual berbagai macam Daging Sapi. Dengan banyaknya data transaksi yang terjadi setiap harinya, PT. Pusma Raya Utama belum dikatakan tertata rapi dalam pengolahan data penjualannya. Salah satu metode data mining yang paling cocok untuk menentukan strategi penjualan yaitu dengan menggunakan algoritma apriori. Dari penelitian menggunakan Algoritma Apriori ditemukan hasil produk daging sapi yang banyak terjual adalah Us shortrib, New Zealand striploin, Australia Minced beef dan Australia striploin. Dengan masing-masing produk memiliki presentase adalah Us shortrib dengan support 33,33% dan confidence 100%, New Zealand striploin dengan support 50% dan confidence 100%, Australia Minced beef dengan support 100% dan confidence 100% dan Australia striploin dengan support 83,33% dan confidence 100%.

Kata Kunci: Penjualan, Data Mining, Algoritma Apriori

ABSTRACT

Ihlas Wijaya(11190132),Analysis of Beef Sales Data Using Apriori Algorithm at PT. Pusema Raya Utama

Each company has their own marketing strategy. With sales data that is owned, it can be used to determine sales strategies. Data mining can be used to manipulate data into more valuable information obtained by extracting and recognizing important patterns of data contained in a base. PT. Pusema Raya Utama is a company that sells a variety of Beef. With so many data transactions that occur every day, PT. Pusema Raya Utama has not been said to be neatly arranged in the processing of sales data. One of the most suitable data mining methods to determine sales strategies is to use a priori algorithms. From the research using the Apriori Algorithm, it was found that the results of beef products that were sold were Us shortrib, New Zealand striploin, Australia Minced beef and Australia striploin. Each product has a percentage of Us shortrib with support 33,33% and confidence 100%, New Zealand striploin with support 50% and confidence 100%, Australia Minced beef with support 100% and confidence 100% and Australia striploin with support 83,33% and confidence 100%.

Key Word: Sales, Data Mining, Apriori Algorithms

