

ABSTRAK

Dio Arief Syahputra (11150776), “Penerapan Data Mining Penjualan Helm Pada Toko Felicia Helm dengan Metode Algoritma Apriori”

Dalam rangka menghadapi persaingan bisnis yang dapat meningkatkan penjualan dan pemasaran produk yang di pasarkan, salah satunya adalah dengan pemanfaatan data penjualan produk helm. Adanya beberapa permasalahan yang selalu muncul mengenai penjualan helm yaitu perusahaan sulit mendapatkan informasi yang terupdate seperti tingkat penjualan perperiode. Ketersediaan data penjualan yang besar di Toko Felicia Helm tidak digunakan secara maksimal karena belum adanya sistem pendukung keputusan dan metode yang dapat digunakan untuk merancang sebuah strategi bisnis dalam meningkatkan penjualan helm. Tujuan dari penelitian tersebut adalah mencari merk helm yang paling banyak terjual. Dengan dilakukan analisa masalah menggunakan data mining dengan metode algoritma apriori untuk mendapatkan hasil sebagai tujuan yang akan dicapai yang kemudian dapat dijadikan pihak Toko Felicia Helm sebagai pengetahuan dalam meningkatkan penjualan helm. Berdasarkan dari hasil penelitian ini merk helm yang paling banyak terjual adalah KYT dan BMC dengan diketahui merk yang paling banyak terjual tersebut, sehingga pihak Toko dapat meneliti apa kelebihan merk tersebut terhadap peningkatan penjualan. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan aplikasi Tanagra 1.4 dari 6 merk helm yang dijual di Toko Felicia Helm penjualan helm yang paling banyak di minati adalah KYT (75%), dan BMC (58%), Hasil support dan confidence yang diperoleh dari penelitian ini dengan minimum support 30% dan minimum confidence 60% yaitu KYT-BMC dengan support 50% dan confidence 66,7% dan BMC-KYT dengan support 50% dan confidence 85,7%.

Kata Kunci : Helm, Data Mining, Algoritma Apriori, Tanagra 1.4

ABSTRACT

Dio Arief Syahputra (11150776), "Application of Mining Data on the Sale of Helmets in Felicia Helm Stores with the Apriori Algorithm Method"

In order to face business competition that can increase sales and marketing of products marketed, one of them is by utilizing helmet product sales data. There are some problems that always arise regarding helmet sales, namely that it is difficult for companies to get updated information, such as the period of sales. The availability of large sales data at the Felicia Helm Shop is not used to its full potential due to the absence of a decision support system and methods that can be used to design a business strategy to increase helmet sales. The aim of the research is to find the most sold helmet brands. By analyzing the problem using data mining with a priori algorithm method to get results as a goal to be achieved which can then be used as the Felicia Helm Shop as knowledge in increasing helmet sales. Based on the results of this study the most sold helmet brands are KYT and BMC with the most sold brands known, so that the Stores can examine what strengths these brands have on increasing sales. Based on the test results using the Tanagra 1.4 application out of 6 brands of helmets sold in Felicia Helm Shop, the most interested helmets sales are KYT (75%), and BMC (58%). The support and confidence results obtained from this study with minimum support 30% and 60% minimum confidence, namely KYT-BMC with 50% support and 66.7% confidence and BMC-KYT with 50% support and 85.7% confidence.

Keywords : Helm, Data Mining, Algorithm Apriori, Tanagra 1.4