

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Belakangan ini data *mining* telah di implementasikan keberbagai bidang, diantaranya dalam bidang bisnis atau perdagangan dan telekomunikasi. Data *mining* diartikan sebagai menambang data atau upaya untuk menggali informasi yang berharga dan berguna pada *database* yang sangat besar.

Data *mining* dalam bidang bisnis dianggap penting, karena sistem penjualan produk terhadap pelanggan menjadi prioritas utama yang harus diketahui, sehingga merketing penjualan perlu mengetahui pelanggan mana yang akan kembali membeli di bulan berikutnya.

Adanya aktivitas transaksi penjualan sehari-hari pada PT.Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Hatchery Wonorejo yaitu penjualan bibit ayam, akan menghasilkan tumpukan data yang semakin lama semakin besar, sehingga dapat menimbulkan masalah baru. Jika ini dibiarkan, maka data-data transaksi tersebut akan menjadi tumpukan sampah yang merugikan karena membutuhkan media penyimpanan atau *database* yang sangat besar. Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat maka berkembang pula kemampuan dalam mengumpulkan, menganalisis dan mengolah data pada *database*, sehingga diperlukan suatu cara untuk memilah dan memilih data penting dari *database*.

Data penjualan ayam yang diperoleh perusahaan setiap hari mengalami perubahan, karena perubahan yang terjadi maka perusahaan sulit dalam mengelompokkan perilaku pelanggan terhadap penjualan bibit ayam . Maka salah satu cara untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan menggunakan metode *Multinomial Naive Bayes*. Hal tersebut

dilakukan karna metode tersebut terbukti mampu menyelesaikan beberapa masalah oleh berapa peneliti.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas yang telah diuraikan maka identifikasi permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan data mining pada *database* transaksi penjualan anak ayam ke pelanggan?
2. Kurang optimalnya perusahaan dalam mengelolah data penjualan.
3. Belum adanya analisa data yang dapat membantu dalam mengoptimasi penjualan pada perusahaan terebut.
4. Bagaimana menganalisis prediksi penjualan dengan metode *Multinomial Naive Bayes* dalam perilaku pelanggan terhadap penjualan.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui :

1. Penerapan data mining pada *database* transaksi penjualan bibit ayam kepada pelanggan.
2. Penerapan Metode algoritma *Multinomila Naive bayes* dalam memprediksi penjualan bibit ayam dan perilaku pelanggan terhadap penjualan bibit ayam.
3. Membuat pengetahuan baru dari hasil analisa menggunakan metode algoritma *Multinomial Naive bayes*
4. Menggunakan hasil anlisa untuk optimasi strategi penjualan

1.4 Manfaat Penelitian.

1. Manfaat penelitian ini dapat diaplikasikan untuk memprediksi penjualan terhadap pelanggan di bulan berikutnya , sehingga perusahaan dapat mengoptimasi

produksinya agar produksi yang dihasilkan sesuai dengan perilaku pelanggan yang akan di jual di bulan berikutnya.

2. Mengembangkan wawasan keilmuan mengenai metode imputasi dan penerapannya.