

BAB I

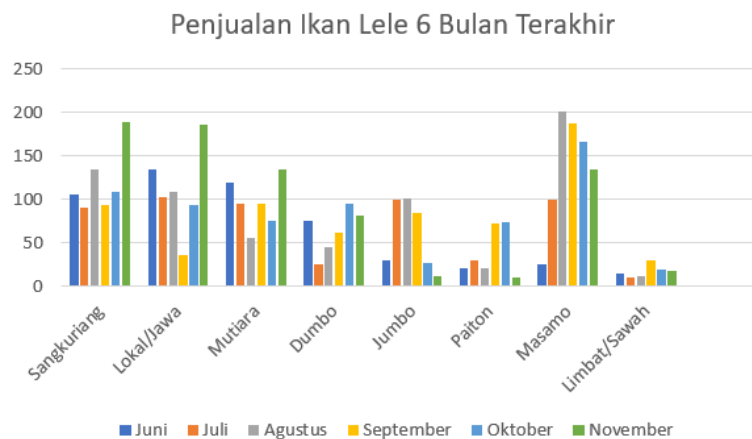
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemancingan Jatimulya merupakan salah satu tempat kolam pancing yang juga menjual ikan lele. Ikan lele adalah salah satu jenis ikan air tawar yang memiliki permintaan tinggi di pasar serta banyak dikonsumsi dan dijual dengan harga yang terjangkau. Banyak pemancingan, termasuk Pemancingan Jatimulya, menjual ikan lele sebagai produk unggulan untuk menarik minat para pembeli.

Perkembangan bisnis penjualan ikan lele di Pemancingan Jatimulya telah menyebabkan persaingan semakin ketat. Setiap pemancingan berusaha menciptakan strategi yang unik untuk merebut pangsa pasar dan memenangkan persaingan. Persaingan ini memerlukan keistimewaan yang sesuai dengan selera konsumen, mulai dari jenis ikan lele yang ditawarkan, pemberian nama yang menarik, hingga penetapan harga yang kompetitif. Dengan demikian, konsumen akan tertarik untuk membeli ikan lele dan menjadi konsumen yang loyal.

Untuk mendukung strategi penjualan yang lebih efektif, analisis tren penjualan ikan lele selama 6 bulan terakhir menjadi sangat penting. Grafik penjualan ini akan memberikan gambaran visual tentang fluktuasi dan tren penjualan ikan lele dalam periode waktu yang relevan.



Gambar 1.1 Diagram Data Penjualan Juni – November

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Pada gambar 1.1 Diagram Data Penjualan Juni - November menunjukkan data penjualan Ikan Lele dalam 6 bulan terakhir. Yaitu pada bulan Juni hingga November. Berdasarkan data tersebut, terlihat variasi angka penjualan pada masing-masing ikan lele yang tidak menentu tiap bulannya, pada bulan Juni hasil penjualan ikan lele Sangkuriang yaitu kurang lebih 106 ekor, pada bulan Juli hasil penjualan 90 ekor, bulan Agustus hasil penjualan 135 ekor, bulan September hasil penjualan 94 ekor, bulan Oktober hasil penjualan 108 ekor dan bulan November hasil penjualan 189 ekor. Lalu pada bulan Juni hasil penjualan ikan lele Lokal/Jawa yaitu kurang lebih 134 ekor, bulan Juli hasil penjualan 102 ekor, bulan Agustus hasil penjualan 108 ekor, bulan September hasil penjualan 36 ekor, bulan Oktober hasil penjualan 93 ekor, dan bulan November hasil penjualan 189 ekor. Lalu pada bulan Juni hasil penjualan ikan lele Mutiara yaitu kurang lebih 119 ekor, bulan Juli hasil penjualan 95 ekor, bulan Agustus hasil penjualan 56 ekor, bulan September hasil penjualan 94 ekor, bulan Oktober hasil penjualan 108 ekor, dan bulan November hasil penjualan 186 ekor. Lalu pada bulan Juni hasil penjualan ikan lele

Dumbo yaitu kurang lebih 75 ekor, bulan Juli hasil penjualan 26 ekor, bulan Agustus hasil penjualan 45 ekor, bulan September hasil penjualan 62 ekor, bulan Oktober hasil penjualan 95 ekor, dan bulan November hasil penjualan 82 ekor. Lalu pada bulan Juni hasil penjualan ikan lele Jumbo yaitu kurang lebih 30 ekor, bulan Juli hasil penjualan 99 ekor, bulan Agustus hasil penjualan 101 ekor, bulan September hasil penjualan 85 ekor, bulan Oktober hasil penjualan 27 ekor, dan bulan November hasil penjualan 11 ekor. Lalu pada bulan Juni hasil penjualan ikan lele Paiton yaitu kurang lebih 21 ekor, bulan Juli hasil penjualan 30 ekor, bulan Agustus hasil penjualan 21 ekor, bulan September hasil penjualan 73 ekor, bulan Oktober hasil penjualan 74 ekor, dan bulan November hasil penjualan 10 ekor. Lalu pada bulan Juni hasil penjualan ikan lele Masamo yaitu kurang lebih 25 ekor, bulan Juli hasil penjualan 100 ekor, bulan Agustus hasil penjualan 201 ekor, bulan September hasil penjualan 187 ekor, bulan Oktober hasil penjualan 166 ekor, dan bulan November hasil penjualan 135 ekor. Kemudian pada bulan Juni hasil penjualan ikan lele Limbat/Sawah yaitu kurang lebih 15 ekor, bulan Juli hasil penjualan 10 ekor, bulan Agustus hasil penjualan 12 ekor, bulan September hasil penjualan 30 ekor, bulan Oktober hasil penjualan 20 ekor, dan bulan November hasil penjualan 18 ekor.[1]

Dalam konteks persaingan yang semakin ketat ini, beberapa faktor kunci menjadi perhatian utama dalam menjalankan bisnis penjualan ikan lele di Pemancingan Jatimulya. Salah satunya adalah Segmentasi Pelanggan. Dalam bisnis ini, terdapat beragam jenis pelanggan dengan preferensi dan kebiasaan pembelian yang berbeda. Dengan menggunakan klasifikasi, data penjualan dapat dianalisis untuk mengidentifikasi kelompok pelanggan dengan karakteristik serupa. Hal ini

memungkinkan Pemancingan Jatimulya untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan menyediakan layanan yang lebih disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selain itu, pengelolaan stok yang efisien juga menjadi kunci dalam bisnis ini. Fluktuasi permintaan ikan lele dapat menyebabkan ketidakseimbangan stok, yang pada gilirannya dapat berdampak pada efisiensi operasional pemancingan. Dengan menerapkan klasifikasi pada data penjualan, pemilik dan manajemen pemancingan dapat memprediksi permintaan ikan lele di masa depan dan mengoptimalkan pengelolaan stok agar tidak terjadi kekurangan atau kelebihan pasokan. Dengan mengelola stok dengan lebih baik, serta dapat mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi operasional.

Oleh karena itu, peneliti memilih untuk menerapkan metode data mining sebagai pendekatan yang tepat untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di Pemancingan Jatimulya. Metode data mining ini diharapkan dapat menghasilkan keputusan yang lebih tepat dalam melakukan klasifikasi penjualan ikan lele, yang sesuai dengan minat konsumen dan membantu pengelolaan persediaan stok untuk masing-masing jenis ikan lele.

Dengan menggunakan algoritma C4.5, yang merupakan salah satu algoritma data mining yang efektif untuk pembangunan model pohon keputusan, penelitian ini akan mampu mengolah data penjualan ikan lele yang ada. Analisis dari algoritma ini akan membantu dalam mengidentifikasi pola penjualan yang relevan dengan preferensi dan permintaan pelanggan. Selanjutnya, dengan memanfaatkan informasi dari hasil klasifikasi, pemancingan dapat menyesuaikan

strategi pemasaran dan penyediaan stok ikan lele agar lebih responsif terhadap perubahan permintaan pasar.[2]

Adapun tujuan penelitian ini adalah peneliti mencoba untuk menerapkan data mining metode *decision tree* Algoritma C4.5 di Pemancingan Jatimulya dan diharapkan dapat membantu memberikan informasi terkait jenis ikan lele yang paling laris dan kurang laris. Sehingga kedepannya penjual dapat menganalisa dan mengikuti peminatan dari konsumen. Berdasarkan latar belakang permasalahan berikut dan penelitian berikut maka peneliti berkeinginan untuk menyusun tugas akhir dengan judul **“Klasifikasi Penjualan Ikan Lele Di Pemancingan Jatimulya Bekasi Berbasis Web Dengan Algoritma C4.5”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan dalam tugas akhir ini sebagai berikut:

1. Belum adanya metode klasifikasi yang dapat membantu Pemancingan Jatimulya Bekasi dalam merencanakan persediaan ikan lele secara efektif dan efisien.
2. Belum adanya suatu akurasi yang tepat dalam melihat penentuan suatu klasifikasi penjualan ikan lele di Pemancingan Jatimulya Bekasi.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan dalam tugas akhir ini sebagai berikut:

1. Bagaimana cara mengimplementasikan metode klasifikasi tersebut ke dalam perencanaan persediaan ikan lele di Pemancingan Jatimulya Bekasi?

2. Bagaimana tingkat akurasi yang dapat membantu penjual dalam mengambil keputusan untuk memprediksi jenis ikan lele yang diminati konsumen?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui klasifikasi penjualan ikan lele yang akan dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan algoritma C4.5 dan seberapa akurat klasifikasi penjualan ikan lele dengan algoritma tersebut.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan penelitian tersebut, maka diharapkan akan bermanfaat bagi semua pihak, bagi Pemancingan Jatimulya Bekasi maupun bagi peneliti. Manfaat dari peneliti ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Menambah wawasan dan pengetahuan peneliti tentang algoritma C4.5 untuk mengklasifikasi tingkat penjualan ikan lele dan mendapatkan ilmu yang telah didapat selama perkuliahan.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat menjadi acuan dan referensi bagi penelitian berikutnya. Hasil penelitian dapat menjadi acuan dan referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya dalam bidang yang sama. Hal ini dapat memperkaya literatur ilmiah dan memicu kemajuan penelitian di bidang yang sama. Serta dapat melengkapi referensi pustaka akademik.

3. Bagi Perusahaan

Meningkatkan kualitas ikan lele dan layanan. Dengan memanfaatkan hasil penjualan, perusahaan dapat meningkatkan kualitas ikan lele dan layanan

yang ditawarkan, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan lebih baik.

1.6 Batasan Masalah

Batasan-batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Hanya membahas tentang klasifikasi penjualan ikan lele yang ada di Pemancingan Jatimulya Bekasi dengan jumlah data sebanyak 150 data penjualan.
2. Metode yang digunakan dalam perancangan sistem ini adalah Algoritma C4.5.

1.7 Sistematika Tugas Akhir

Penulisan saat ini akan ditulis dalam lima bagian, dengan deskripsi gambar masing-masing bagian di bawahnya.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, terdapat penjelasan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini dijelaskan mengenai teori yang berhubungan dengan pokok pembahasan dalam penelitian dan secara garis besar berisi tentang klasifikasi penjualan yang menjadi acuan penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini, membahas mengenai objek penelitian, kerangka penelitian, metode pengumpulan data, dan tahapan yang dilakukan untuk memprediksi penjualan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, membahas mengenai hasil dari berbagai perhitungan-perhitungan dan juga pembahasan dan analisa perhitungan dijelaskan pada bab ini.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini, berisi mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan juga saran untuk penelitian selanjutnya yang akan dilakukan.

