

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang cepat terutama di bidang bisnis retail. PT Cartenz Indonesia adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang bisnis retail perlengkapan alat gunung. Perusahaan ini terbentuk awal tahun 2000 dengan nama CV. *Cartenz Outdoor Equipment*. Pada tahun tersebut Cartenz adalah toko kecil yang menawarkan dan menjual perlengkapan *outdoor*. Seiring dengan berjalannya waktu Cartenz terus berkembang dan pada 12 November 2004 berganti nama menjadi PT Cartenz Indonesia.

PT Cartenz Indonesia memiliki misi, yaitu memiliki jaringan *outlet* di seluruh Indonesia, mewujudkan kualitas kehidupan *stakeholder* yang lebih baik, menyediakan dan mengembangkan produk dan layanan *adventure* yang inovatif dan aman untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan. (Yuniarti, 2012). Saat ini sudah banyak produk yang dijual oleh PT Cartenz Indonesia seperti jaket gunung, sandal gunung, celana gunung, tas gunung, dan perlengkapan lainnya.

Pada penelitian ini penulis akan melakukan pengelompokan penjualan produk jaket PT Cartenz Indonesia untuk mengelompokkan barang laku atau tidak di pasaran. Pada penelitian (Metisen & Sari, 2015) membahas

pengelompokan penjualan produk dengan menggunakan algoritma K-Means. Pengelompokan produk yang laku dan tidak laku berdasarkan jenis, warna, warna kombinasi, dan *size*. Atribut tersebut merupakan data non- numerik. Oleh karena itu, pada penelitian tersebut digunakan *Hamming Distance* untuk memperoleh jarak kemiripannya.

Pada penelitian (Lutvi & Putro, 2013) membahas mengenai perekomendasi lagu yang dilakukan dengan menggunakan metode *Minhash* dan *Binary Hamming Distance*. Kedua metode ini digunakan untuk melakukan pencarian lagu terbaru yang mirip dengan lagu pilihan *user* penggunanya. Sistem akan mencari lagu terbaru untuk direkomendasikan berdasarkan lagu yang sudah diputar oleh *user*.

Berdasarkan penelitian tersebut penulis akan menggunakan metode K-Means *Clustering* dan *Hamming Distance* untuk menentukan produksi barang di PT Cartenz Indonesia area Jawa Tengah. Dengan penerapan metode K-Means *Clustering* dan metode *Hamming Distance* diharapkan dapat menentukan barang laku atau tidak di pasaran sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini rumusan masalah yang dibahas adalah Penentuan Barang Laku dan Tidak Laku PT Cartenz Indonesia Area Jawa Tengah. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode K-Means *Clustering* dan metode *Hamming Distance*

sebagai metode penyelesaian. Indikator penilaian yang akan digunakan untuk menentukan produksi jaket adalah berdasarkan ukuran, warna, warna kombinasi dan jenis jaket.

### **1.3 Batasan Masalah**

Agar pembahasan lebih terarah , maka dalam penelitian ini memiliki batasan masalah sebagai berikut :

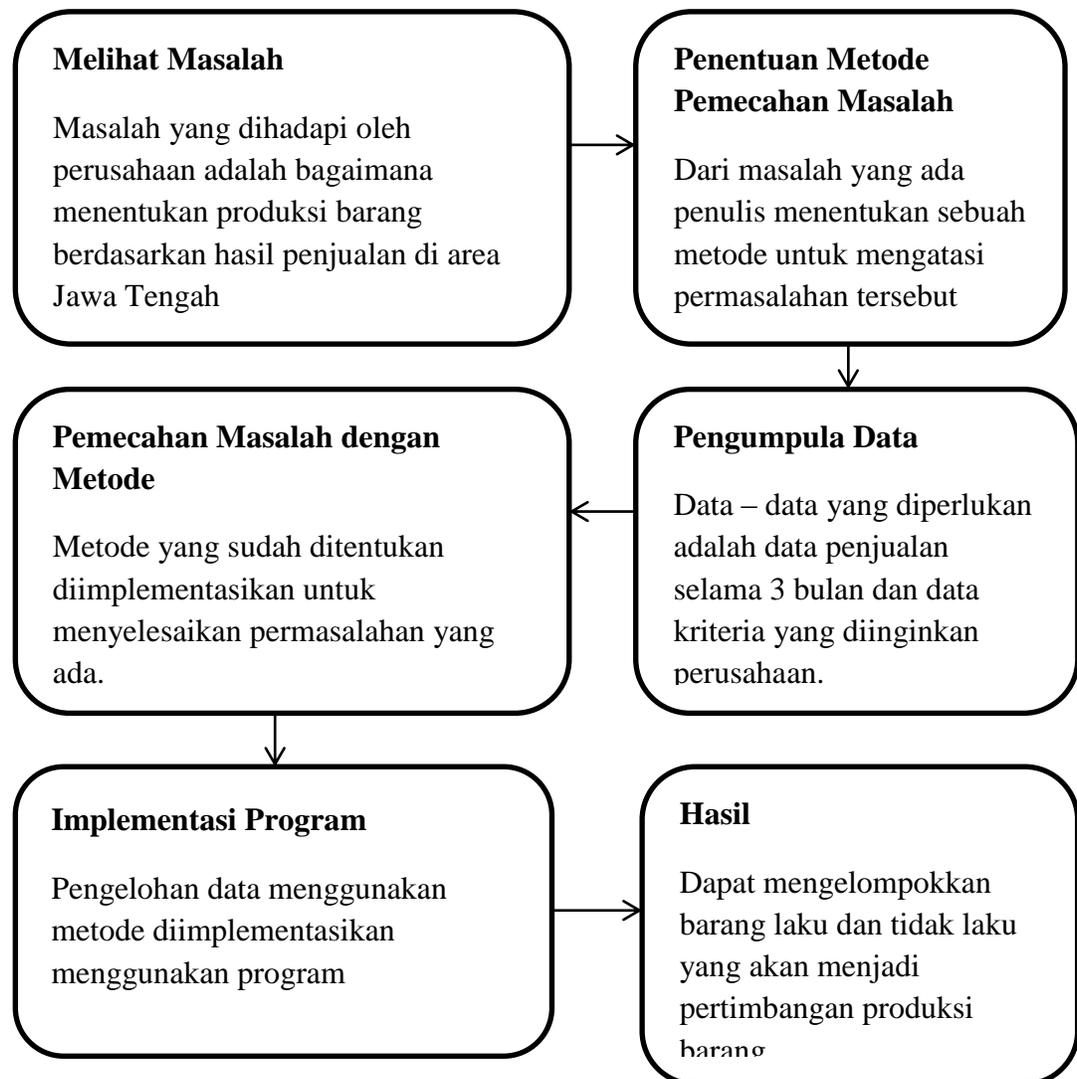
1. Data yang diolah adalah data penjualan jaket seluruh cabang area Jawa Tengah dalam 3 bulan yang diproduksi oleh PT Cartenz Indonesia
2. Penelitian ini menggunakan metode K-Means *Clustering* dan *Hamming Distance*.
3. Indikator yang digunakan untuk menguji data berdasarkan ukuran, warna, warna kombinasi dan jenis jaket.
4. Hasil akhir yang ingin didapat adalah barang laku akan di produksi kembali dan barang tidak laku akan ditindak lanjuti oleh perusahaan.

### **1.4 Tujuan**

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam tugas akhir ini adalah menentukan barang laku dan tidak laku berdasarkan hasil penjualan dengan metode K-Means *Clustering* dan metode *Hamming Distance*.

## 1.5 Kerangka Pikir

Kerangka pikir/alur penelitian yang akan dilakukan oleh penulis diawali dengan mempelajari permasalahan yang ada di PT Cartenz Indonesia. Penulis mengambil beberapa permasalahan untuk diteliti dan diselesaikan. Kemudian dari permasalahan yang sudah di dapatkan penulis menentukan metode penyelesaian dilanjutkan dengan pengolahan data sehingga didapatkan hasil yang diharapkan. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 1.1



Gambar 1.1 Kerangka Pikir

## **1.6 Sitematika Penulisan**

Agar mudah dipahami, laporan ini dibuat dalam suatu sistematika penulisan yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam keterkaitan antar bab yang ada dalam laporan, dengan uraian sebagai berikut :

### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Bab Pendahuluan berisi tentang gambaran umum perusahaan, penelitian yang membahas metode yang sama atau kasus yang sama, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, kerangka pikir, dan sistematika penulisan.

### **BAB 2 : LANDASAN TEORI**

Bab Landasan Teori memuat penjelasan tentang dasar teori yang digunakan sebagai bahan pembahasan dari penelitian.

### **BAB 3 : METODE PENELITIAN**

Bab Metode Penelitian berisi tentang metode atau langkah-langkah yang akan dilakukan untuk memecahkan masalah.

### **BAB 4 : GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN**

Bab Gambaran Umum Obyek Penelitian menyajikan tentang gambaran umum sebuah perusahaan yang diteliti. Objek perusahaan dapat berupa sejarah berdirinya sebuah perusahaan/instansi, kegiatan atau produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan/instansi.

## BAB 5 : PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI SISTEM

Bab Pembahasan memuat tentang pembahasan yang telah dirumuskan dengan menggunakan landasan teori yang mendukung. Teori tersebut harus mengacu pada pustaka yang digunakan.

## BAB 6 : PENUTUP

Bab Penutup berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisi rumusan jawaban terhadap pertanyaan perumusan masalah dan hasil pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan. Saran merupakan suatu yang belum ditempuh dan layak untuk dilaksanakan pada penelitian selanjutnya.