

## **Aplikasi Prediksi Harga Ayam Dengan Metode Naives Bayes Pada Supplier Ayam Potong**

**Renaldy<sup>1</sup>, Dicky Surya Dwi Putra<sup>2</sup>**

Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Buddhi Dharma

Jalan Imam Bonjol No. 41, Tangerang, Indonesia

Email: [1reynaldy18.dion@gmail.com](mailto:1reynaldy18.dion@gmail.com) , [2dicky.putra@ubd.ac.id](mailto:2dicky.putra@ubd.ac.id)

### **Abstrak**

Di masa yang mutakhir ini, segala sesuatunya tidak lepas dari bantuan inovasi dan inovasi data yang saat ini juga jauh berkembang dari sebelumnya sehingga banyak orang yang menggunakannya dalam rutinitas sehari-hari, serta banyak visioner bisnis yang menggunakan inovasi data. dan tetap up to date dengan semua putaran acara. waktu yang akhirnya mendorong bekerja pada bisnisnya. Dalam review kali ini saya mengambil isu dari para visioner bisnis ayam dimana permasalahan yang mereka hadapi adalah dalam menentukan harga jual ayam, terkadang mereka tidak dapat menentukan harga jual yang tepat untuk ayam tersebut, sehingga membuat mereka mengalami pengalaman yang luas. kemalangan, maka dari itu saya melakukan eksplorasi untuk membuat sebuah aplikasi yang dapat digunakan oleh para visioner bisnis ayam panggong dalam menentukan harga jual ayam. Teknik yang saya gunakan dalam pemeriksaan ini adalah strategi Naives Bayes, Selain itu, teknik pengujian yang digunakan adalah strategi BlackBox Testing dan Questionnaire. Aplikasi ini diharapkan dapat mempermudah para visioner bisnis ayam untuk menentukan harga jual ayam.

### **Kata Kunci**

*Prediksi, Data Mining, Harga Ayam, Algoritma Naives Bayes*

### **Latar Belakang**

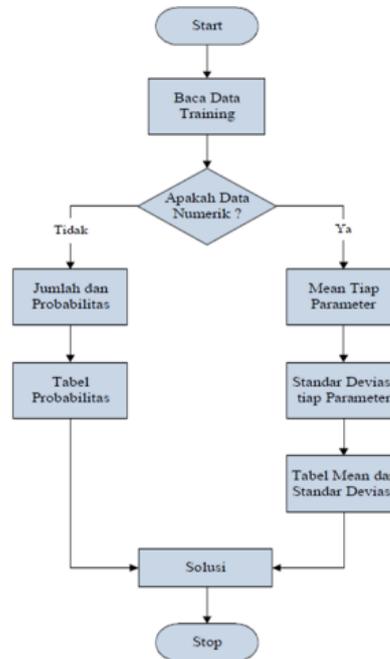
Di kehidupan yang serba canggih ini, inovasi dibuat agar cepat sebagai perantara untuk bekerja dengan pekerjaan manusia. Inovasi juga mempengaruhi bidang pemasaran, peningkatan mekanis ini juga disertai dengan perbaikan web yang saling membantu sehingga dapat menghasilkan ide dalam perancangan data. Dampak dari kemajuan inovasi dan informasi semakin berbeda dalam berbagai bidang kehidupan. Semua latihan pasar dapat diselesaikan oleh sebuah program, dan jelas program tersebut masih di bawah kendali manusia. Saat melakukan bisnis promosi, tentu ada beberapa metodologi pemasaran yang harus dilakukan agar bisnis show kepada seorang business visioner bisa mendapatkan banyak keuntungan.

Seperti Ketika ingin mengecek untuk harga barang yang ingin kita beli atau jual , Teknologi dapat dengan mudah melakukan proses pengecekan terhadap barang yang ingin kita beli atau jual secara cepat dan dapat dilakukan secara otomatis juga. Disini saya melakukan peneilitian yang bertujuan untuk dapat memprediksi harga jual ayam pada supplier ayam potong, harga jual ayam sendiri bisa mengalami kenaikan / penurunan harga setiap harinya dikarenakan factor yang mempengaruhi harga jual ayam ,terkadang penjual ayam memiliki kendala untuk menentukan harga jual nya sehingga terkadang penjual bukannya mendapatkan keuntungan malah mendapatkan kerugian. Fluktuasi harga jual ayam dipengaruhi oleh banyak factor seperti berat ayam , harga bibit ayam , kondisi perkenomian , hari raya besar , serta masih banyak lagi . Di penelitian ini saya menggunakan algoritma Naives Bayes. Algoritma Naives Bayes dapat menghasilkan sebuah klasifikasi yang digunakan untuk memperkirakan peluang di masa depan. Dengan memanfaatkan Algoritma Naives Bayes dapat diperoleh perkiraan harga jual ayam yang dapat membantu dealer dalam menentukan harga jual ayam. Selanjutnya, perhitungan Naives

Bayes dipandang sebagai teknik yang mungkin layak untuk memesan informasi daripada strategi karakterisasi lainnya mengenai presisi dan perhitungan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang diatas, maka peneliti tertarik dalam membuat sistem penjualan berbasis website, dengan judul penelitian “APLIKASI PREDIKSI HARGA AYAM DENGAN METODE NAIVES BAYES PADA SUPPLIER AYAM POTONG “.

### Metode Penelitian



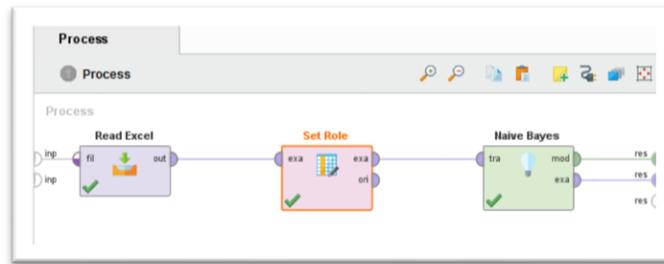
Gambar 2.1 Alur Metode Naives Bayes

### Data Set

Tabel 2.1 Data Set Supplier Ayam Potong

<i>Berat</i>	<i>Umur</i>	<i>Harga BIBIT</i>	<i>Merek Pangan</i>	<i>Event</i>	<i>Jenis Ayam</i>
1	30 Hari -	3000	Malindo	Hari Biasa	Hidup
1,5	30 Hari -	3000	Malindo	Hari Biasa	Hidup
2	30 Hari -	3000	Malindo	Hari Biasa	Hidup
2,5	30 Hari -	3000	Malindo	Hari Biasa	Hidup
.....	.....	.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....	.....	.....
2	30 Hari	3500	Malindo	Hari Biasa	Hidup

## Modeling



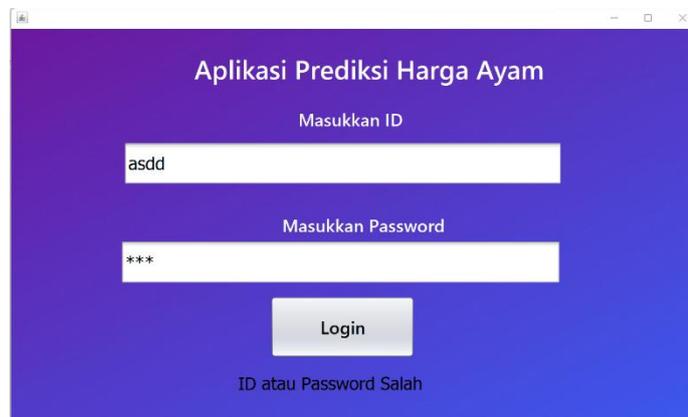
Gambar 2.2 Proses *Modeling* di Rapid Miner

### Hasil Penelitian

Berikut merupakan tampilan hasil dari perancangan aplikasi prediksi harga ayam dengan metode *Naives Bayes* pada supplier ayam potong :

#### 1. Tampilan Halaman Login

Halaman login berisi form username dan password serta button login untuk melanjutkan ke halaman dashboard. Apabila admin atau karyawan salah memasukkan username atau password maka akan ada alert bahwa username atau password yang anda masukkan salah.



Gambar 3.1 Tampilan Halaman Login

#### 2. Tampilan Menu Dashboard Admin

Setelah admin login dari halaman login maka akan masuk ke halaman dashboard. Halaman dashboard admin ini berisi( menu,model,tambah data,perhitungan,log out )



Gambar 3.2 Tampilan Dashboard Admin

#### 3. Tampilan Menu Deskripsi Aplikasi

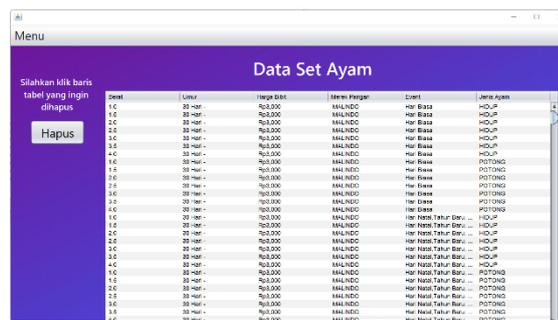
Halaman ini berisi deskripsi aplikasi yang di buat ini



Gambar 3.3 Tampilan Dekscripsi Aplikasi

#### 4. Tampilan Menu *Data Set*

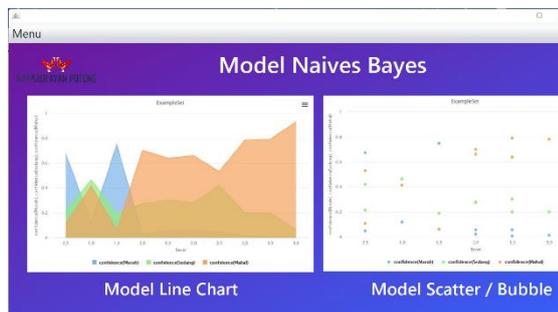
Halaman ini berisi Data Set yang akan di Kelola.



Gambar 3.4 Tampilan Menu *Data Set*

#### 5. Tampilan Menu Model *Naives Bayes*

Halaman ini berisi tampilan dari model *Naives Bayes* yang digunakan.



Gambar 3.5 Tampilan Menu Model *Naives Bayes*

#### 6. Tampilan Menu Input Data

Halaman ini berfungsi untuk menambahkan Data.



**Gambar 3.6 Tampilan Menu Input Data**

## 7. Tampilan Menu Perhitungan

Halaman ini berfungsi untuk menginput data yang ingin kita prediksi.



**Gambar 3.7 Tampilan Menu Perhitungan**

## 8. Tampilan Hasil Menu Perhitungan

Halaman ini menampilkan hasil dari data yang sudah di input / data yang ingin di prediksi.



**Gambar 3.8 Tampilan Set Potongan Gaji**

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah saya lakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Atribut berat, umur, harga bibit, merek pangan, event, dan jenis ayam dapat digunakan untuk melakukan prediksi harga ayam.
2. Hasil prediksi berhasil di dapatkan dengan menggunakan nilai akhir dari probabilitas label murah, sedang dan mahal. Apabila nilai probabilitas prediksi harga ayam menghasilkan label "murah" maka menghasilkan perkiraan harga dengan kisaran Rp 28.000 – Rp 33.000 , selanjutnya apabila nilai probabilitas prediksi harga ayam menghasilkan label "sedang"

maka menghasilkan perkiraan harga dengan kisaran Rp 34.000 – Rp 37.000 dan yang terakhir selanjutnya apabila nilai probabilitas prediksi harga ayam menghasilkan label “mahal” maka menghasilkan perkiraan harga dengan kisaran Rp 38.000 – Rp 42.000. HRD juga dapat mengelola detail karyawan, posisi, tunjangan, pemotongan, slip gaji, dan melihat laporan kehadiran dan slip gaji untuk setiap karyawan. Karyawan hanya dapat melihat informasi pribadi dan slip gaji bulanan mereka.

### **Ucapan Terima Kasih**

Dengan terselesaikannya penelitian ini, penulis mengucapkan Terima Kasih kepada Pak Dicky Surya Dwi Putra S.Kom, M.Kom Sebagai Dosen Pembimbing serta Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Buddhi Dharma dalam menyelesaikan studi sarjana saya.

### **Referensi :**

- [1]. Sutarman.2012.”Buku Pengantar Teknologi Informasi”Jakarta:Bumi Aksara.
- [2]. Hutahaean, J., 2014.”Konsep Sistem Informasi”Yogyakarta: Deepublish.
- [3]. Korada, N. K., Kumar, N. S. P., & Deekshitulu, Y. V. N. H. (2012). Implementation of NBian Classifier and Ada-Boost Algorithm Using Maize Expert System. International Journal of Information Sciences and Techniques, 2, 63–75.
- [4]. Larose,Daniel.2015” Data mining and predictive analytics”New Jersey:John Wiley & Sons,inc
- [5]. Dewa, B. P., & Setyohadi, D. B. (2017). Analisis Dampak Faktor Customer Relationship Management Dalam Melihat Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Pada Pelanggan Marketplace Di Indonesia. Telematika, 14(1), 33–38.