

**CLUSTERING MESIN GERGAJI DENGAN MENGGUNAKAN
METODE ALGORITMA K-MEANS**

(Studi Kasus : PT. Indokita Makmur)

SKRIPSI

Program Studi Teknik Informatika



OLEH :

NAMA : GEARY GUNTUR BROMANTYO

NIM : 011401503125022

**FAKULTAS TEKNIK INFORMATIKA
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

JAKARTA

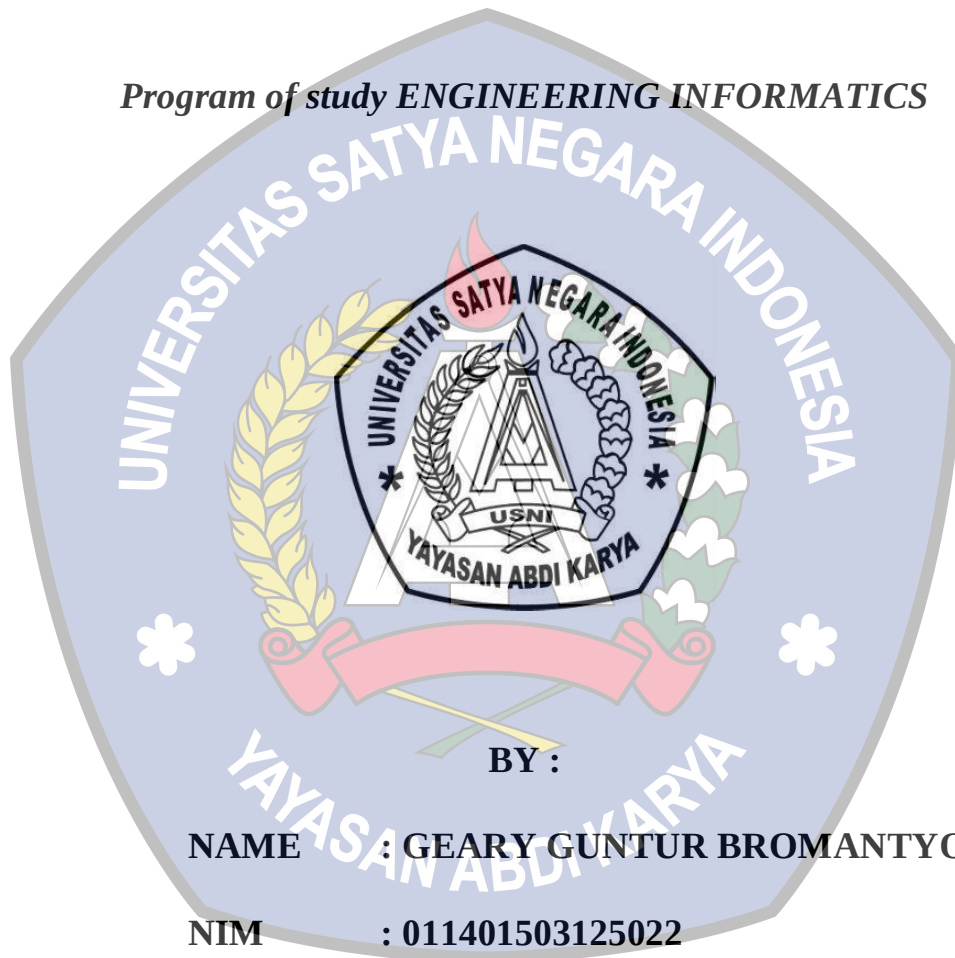
2019

**CLUSTERING SAWING MACHINES USING THE ALGORITHM
K-MEANS METHOD**

(Case Study : PT. Indokita Makmur)

THESIS

Program of study ENGINEERING INFORMATICS



NAME : GEARY GUNTUR BROMANTYO

NIM : 011401503125022

**FACULTY OF ENGINEERING
UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA**

JAKARTA

2019

**CLUSTERING MESIN GERGAJI DENGAN MENGGUNAKAN
METODE ALGORITMA K-MEANS**

(Studi Kasus : PT. Indokita Makmur)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA KOMPUTER

Program Studi Teknik Informatika



OLEH :

NAMA : GEARY GUNTUR BROMANTYO

NIM : 011401503125022

FAKULTAS TEKNIK INFORMATIKA

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2019

ABSTRAK

Pada transaksi penjualan PT. indokita makmur akan menghasilkan sebuah data yang berlimpah berupa profil barang yang terjual, hal ini menjadi kesulitan untuk melakukan identifikasi terhadap barang yang dipromosikan calon pembeli. Penelitian ini membahas tentang penerapan Data Mining, menggunakan algoritma K-Means Clustering untuk menghasilkan profil yang memiliki kemiripan atribut yang sama, Informasi yang didapatkan dapat membantu pihak perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi promosi barang yang meraka jual.

Penelitian ini bertujuan untuk mengelompokan profil penjualan selama beberapa bulan belakangan kedalam sebuah cluster dengan menggunakan metode data mining K-means Clustering, data barang yang terjual oleh pembeli dikelompokan berdasarkan kemiripan data yang ada dalam atribut yang sama, atribut yang digunakan adalah Harga dan juga Unit (Jumlah).

Cluster yang terbagi setelah proses Clustering menjadi tiga cluster, cluster pertama berjumlah 12 pelanggan dengan 3 tipe mesin, cluster dua berjumlah 22 pelanggan dengan 3 tipe mesin, dan cluster tiga berjumlah 6 pelanggan dengan 2 tipe mesin, Cluster dengan rata rata harga dan unit adalah cluster kedua, Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan strategi promosi di PT. Indokita Makmur.

Kata kunci : K-Means, Clustering, Promosi

ABSTRACT

On the sales transaction PT. Indokita Makmur will produce an abundance of data on the profile of goods sold, it is difficult to identify the goods promoted by prospective buyers. This research discusses the application of Data Mining, using the algorithm K-Means Clustering to generate profiles that have similar attributes, information obtained can assist the company as a material consideration in Determine the promotional strategy of goods that are selling.

This research aims to group the sales profile over the past few months into a cluster using the data mining method K-means Clustering, the data of goods sold by the purchaser grouped by the data resemblance That are in the same attribute, the attributes used are type, price and also Unit (amount).

Clusters that are split after the Clustering process into three clusters, the first cluster totaled 12 customers with 3 type machines, two clusters of 22 customers with 3 type machines and three clusters amounting to 6 customers with 2 type machines, the Cluster with a flat average price and unit count is the third cluster, the research result This can be used as the basis of decision making promotion strategy in PT. Indokita Makmur.

Keyword : K-Means, Clustering, Promotion