

ABSTRAK

CLUSTERING DATA PENJUALAN PRODUK PADA RESTORAN CEPAT SAJI MENGUNAKAN METODE ALGORITMA *K-MEANS* (Studi Kasus: PT. *Fast Food* Indonesia Tbk)

Oleh

Miseadila Fanny Kazte

fannykazte@gmail.com

Permasalahan yang sering terjadi pada restoran yaitu meningkatkan jumlah peminat terhadap produk yang tersedia dan semakin menurunnya konsumen yang membeli produk PT. *Fast Food* Indonesia khususnya KFC Kedaton Lampung. Hal ini disebabkan oleh persaingan yang dilakukan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang sejenis. Agar konsumen atau pelanggan yang ada tidak beralih kepada perusahaan lain dengan produk sejenis, maka perusahaan dituntut untuk lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan konsumen, maka dari itu PT. *Fast Food* Indonesia perlu melakukan analisa untuk mengetahui kekurangan atau kebutuhan konsumen terhadap produk yang tersedia dengan cara menganalisa data penjualan dengan menggunakan *data mining* sehingga keputusan yang akan diambil akan lebih tepat. Penerapan pengolahan data *clustering* penjualan produk menggunakan metode Algoritma *K-Means* pada PT. *Fast Food* Indonesia dengan cara menggunakan teknik *Euclidean* yang melalui tahap iterasi secara berkala sehingga pengujian memberikan hasil terbaik yang dapat digunakan sebagai pengolahan pengelompokan jenis produk untuk tahun-tahun berikutnya.

Kata Kunci: Data *Clustering*, Algoritma *K-Means*.

ABSTRACT

CLUSTERING PRODUCT SALES DATA ON A FAST FOOD RESTAURANT USING K-MEANS ALGORITHM METHOD (Case Study: PT. *Fast Food Indonesia Tbk*)

By

Miseadila Fanny Kazte

fannykazte@gmail.com

The problems that often occur in restaurants are increasing the number of enthusiasts for the available products and the decreasing number of consumers who buy PT. Fast Food Indonesia, especially KFC Kedaton Lampung. This is due to the competition carried out by companies engaged in similar fields. So that existing consumers or customers do not switch to other companies with similar products, the company is required to better understand all the needs and desires of consumers, therefore PT. Fast Food Indonesia needs to analyze to find out the shortcomings or needs of consumers for available products by analyzing sales data using data mining so that the decisions that will be taken will be more precise. The application of product sales clustering data processing using the K-Means Algorithm method at PT. Fast Food Indonesia by using the Euclidean technique which goes through the iteration stage periodically so that the test gives the best results that can be used as processing product type grouping for the following years.

Keywords: Data Clustering, K-Means Algorithm.