

ABSTRAK

Nama : Fiastara Seikha Arthanev
NIM : 41819010074
Nama : Raehan Munandi
NIM : 41819010008
Nama : Rafi Febryanto Alintuka
NIM : 41819010016
Pembimbing TA : Ifan Prihandi, S.Kom., M.Kom
Judul : IMPLEMENTASI ALGORITMA K-MEANS
CLASSIFIER UNTUK PEMETAAN WILAYAH
PADA DEMAND PRODUK PADA STUDI KASUS
TOKO HIJE DI SHOPEE MENGGUNAKAN
ORANGE

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan pelanggan toko hijab menurut wilayah di Indonesia menggunakan pendekatan K-Means dan menentukan kluster pembelian produk hijab yang terbentuk. Metode yang digunakan adalah pendekatan unsupervised learning dengan algoritma K-Means. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tingkat penjualan hijab di tiap wilayah yang signifikan antar berbagai jenis produk tertentu di Indonesia. Berdasarkan hasil klustering menggunakan algoritma K-Means, terdapat empat kluster yang dibentuk, yaitu kluster 1, kluster 2, kluster 3, dan kluster 4. Selain itu, penelitian ini juga membahas kelebihan dan kekurangan algoritma K-Means dalam literatur data mining. Studi kasus toko Hije digunakan untuk mengidentifikasi produk hijab yang laris per wilayah dengan menggunakan metode K-Means clustering pada data penjualan dari Maret hingga Mei. Tahapan penelitian meliputi identifikasi masalah, pengumpulan data, preprocessing data, dan K-Means modeling. Penelitian ini dapat membantu toko Hije dalam mengoptimalkan strategi penjualan hijab di berbagai wilayah.

Kata kunci:

K-Means, Orange, kluster, produk hijab, toko Hije.

ABSTRACT

Name : Fiastara Seikha Arthanev
Student Number : 41819010074
Name : Raehan Munandi
Student Number : 41819010008
Name : Rafi Febryanto Alintuka
Student Number : 41819010016
Counsellor : Ifan Prihandi, S.Kom., M.Kom
Title : IMPLEMENTATION OF K-MEANS CLASSIFIER
ALGORITHM FOR MAPPING AREAS ON
PRODUCT DEMAND IN THE CASE STUDY OF
HIJE STORE AT SHOPEE USING ORANGE

This study aims to map hijab store customers by region in Indonesia using the K-Means approach and determine the hijab product purchase clusters formed. The method used is an unsupervised learning approach with the K-Means algorithm. The results showed that there are significant differences in the level of hijab sales in each region between certain types of products in Indonesia. Based on the results of clustering using the K-Means algorithm, four clusters were formed, namely cluster 1, cluster 2, cluster 3, and cluster 4. In addition, this study also discusses the advantages and disadvantages of the K-Means algorithm in the data mining literature. Hije store case studies were used to identify hijab products that were selling well per region using the K-Means clustering method on sales data from March to May. The stages of research include problem identification, data collection, data preprocessing, and K-Means modeling. This research can help Hije stores optimize hijab sales strategies in various regions.

Keywords:

K-Means, Orange, cluster, hijab products, Hije store.