

ABSTRACT

Title : OPTIMIZING CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT BY SEGMENTING PRODUCT SALES USING THE K-MEANS ALGORITHM AT HARMONY SHOP

Name : ZALFA KHAIRUNNISA

NIM : 19101152630247

Major : Information Technology

Faculty : Computer Science

Mentor : 1. ABULWAFI MUHAMMAD, S.Kom, M.Kom

1. TERI ADE PUTRA, S.Kom, M.Kom

In product sales transactions, there is a lot of data that can provide important information for a company but is not maximally utilized, resulting in the data just being left unused. Utilization of sales data in store transaction data analysis is very important which is useful for generating information from sales data. Customer Relationship Management (CRM) is one of the strategies in establishing relationships with consumers using the K-Means algorithm data clustering method so that data with different characteristics are divided into other groups. The K-Means algorithm is used in this study to perform the classification process to determine the best-selling and not best-selling products. With this website can help shop owners increase revenue and organize business management at the store, this built system continues to be developed more broadly according to the needs of users who will continue to follow technological developments according to company needs.

Keywords : CRM, K-Means Algorithm, Sales Segmentation, Toko Harmony

ABSTRAK

Judul : **OPTIMALISASI COSTUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DENGAN MELAKUKAN SEGMENTASI PENJUALAN PRODUK MENGGUNAKAN ALGORITMA K-MEANS PADA TOKO HARMONY**

Nama : **ZALFA KHAIRUNNISA**

NIM : **19101152630247**

Jurusan : **Teknik Informatika**

Fakultas : **Ilmu Komputer**

Pembimbing : **1. ABULWafa MUHAMMAD, S.Kom, M.Kom**
2. TERI ADE PUTRA, S.Kom, M.Kom

Dalam transaksi penjualan produk, terdapat banyak data yang dapat memberikan informasi penting bagi suatu perusahaan namun tidak dimanfaatkan secara maksimal sehingga mengakibatkan data tersebut hanya dibiarkan tidak terpakai. Pemanfaatan data penjualan dalam analisis data transaksi toko sangat penting yang berguna untuk menghasilkan informasi dari data penjualan. *Customer Relationship Management (CRM)* merupakan salah satu strategi dalam menjalin hubungan dengan konsumen menggunakan algoritma K-Means metode pengelompokan data sehingga data dengan karakteristik yang berbeda dibagi kedalam kelompok lain. Algoritma K-Means digunakan pada penelitian ini untuk melakukan proses klasifikasi dilakukan untuk mengetahui produk terlaris maupun tidak terlaris. Dengan website ini dapat membantu pemilik toko meningkatkan pendapatan dan mengatur manajemen bisnis pada toko, sistem yang dibangun ini terus dikembangkan lebih luas lagi sesuai dengan kebutuhan pengguna yang akan terus mengikuti perkembangan teknologi sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Kata Kunci : **CRM, Algoritma K-Means, Segmentasi Penjualan, Toko Harmony**