

ABSTRAK

DIAH TRIASEH, PENGELOMPOKAN PENJUALAN HIJAB DALAM MENUNJANG (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) PADA KONVEKSI HIJAB PARAWITAN DENGAN ALGORITMA K-MEANS

Transaksi penjualan pada konveksi hijab parawitan di catat pada buku harian, sehingga tidak dapat langsung diketahui jenis produk yang laris atau tidak laris . Untuk mengatasi masalah tersebut dilakukan analisa data penjualan dengan menggunakan Algoritma K-Means. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis produk yang laris dan tidak laris. Data yang digunakan pada analisa ini sebanyak 35 sample data dengan 2 Cluster yang di bentuk Yaitu barang laku (Cluster 1) dan barang kurang laku (Cluster 2). Dengan analisa Algoritma K-Means menghasilkan sebanyak 5 data barang yang laku (Cluster 1), sedangkan data barang yang kurang laku sebanyak 30 data barang (Cluster 2). Dengan hasil analisa Algoritma K-Means dikembangkanlah aplikasi penjualan untuk konveksi hijab parawitan yang dikelola dengan Algoritma K-Means. Penerapan Customer Relationship Management (CRM), diharapkan mampu membuat pelanggan menjadi setia dan membantu meningkatkan penjualan, mempromosikan dan memasarkan produk pada Konveksi Jilbab Parawitan secara luas serta memudahkan konsumen memesan atau membeli barang dan mengetahui persediaan barang pada Konveksi Jilbab Parawitan.

Kata Kunci : Data Mining; Customer Relationship Management.