

Abstraksi

E-Commerce merupakan sebuah sistem baru dalam jual beli, pembeli dan penjual dapat melakukan transaksi dengan mudah pada aplikasi. Kini banyak penjual lebih memilih beralih ke sistem *E-Commerce*, dengan banyaknya penjual tentu saja persaingan pun semakin tinggi. Penjual harus memahami strategi penjualan pada *E-Commerce*, salah satu diantaranya adalah mengetahui tren produk dan tingkat persaingan produk yang dijual. Namun dikarenakan banyaknya penjual, mendapatkan tren produk dan menganalisis persaingan produk sangat sulit dan tidak mudah bahkan memakan banyak waktu, dengan menggunakan *data mining* menganalisis hal ini dapat dilakukan dengan mudah dibandingkan dengan menganalisis manual.

Pada penerapannya algoritma *data mining* yang digunakan terutama pada pengelompokan atau *clustering* yaitu *k-Means*, yaitu teknik di mana nilai K-Nya ditentukan terlebih dahulu, dan mengidentifikasi kelompok K objek berdasarkan dekatnya objek tersebut dengan pusat kelompok. Untuk kumpulan datanya diambil dari salah satu *E-Commerce* di mana datanya dari ulasan pembeli menggunakan *web scrapping*.

Untuk implementasinya akan berbasis *website*, pengguna akan memasukkan sebuah kata kunci pencarian produk seperti nama produk, kategori produk dan rentang tanggal. Sistem akan memvisualisasikan grafik tren dan menunjukkan total penjualan.

Kata Kunci : *E-Commerce, Data Mining, K-Means, Web, Analisis Produk.*