

Segmentasi Produk Berdasarkan Data Transaksi Penjualan Menggunakan Agglomerative Hierarchical Clustering dan Model FMC (Studi Kasus: Perusahaan XYZ)

Crisnandra Rahmita Mardiantien¹, Imelda Atastina², Ibnu Asror³

^{1,2,3}Fakultas Informatika, Universitas Telkom, Bandung

¹crisnandarm@students.telkomuniversity.ac.id, ²imelda@telkomuniversity.ac.id,

³iasror@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Ketersediaan data dalam jumlah besar dan dimensi data yang terus berkembang menjadi tantangan bagi perusahaan untuk menciptakan peluang bisnis dengan memanfaatkan data tersebut. Jumlah data yang banyak menyebabkan perusahaan mencari informasi dari data tersebut sehingga informasi tersebut dapat digunakan untuk mengembangkan bisnis mereka. Pengetahuan atau informasi dari data dapat ditemukan dengan menggunakan salah satu teknik dalam *data mining* yaitu analisis kluster. Analisis kluster memungkinkan perusahaan mendapatkan informasi tentang objek segmen pada data yang dimiliki perusahaan. Pada penelitian ini dilakukan analisis kluster untuk segmen produk obat pada data transaksi Perusahaan XYZ menggunakan model pendekatan bisnis FMC (*Frequency, Monetary, and Customer Variety*) dan algoritma *Agglomerative Hierarchical Clustering*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam data transaksi obat Perusahaan XYZ terdapat delapan segmen produk yang dapat memberikan informasi kepada Perusahaan XYZ. Oleh karena itu, dengan adanya segmentasi produk tersebut, Perusahaan XYZ dapat mengetahui produk yang membutuhkan perhatian lebih dan menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk produk tersebut.

Kata kunci: Penambangan data, segmentasi produk, analisis kluster, model FMC
