

**Penggunaan Algoritma K-Means Untuk Menganalisis Pelanggan Potensial Pada Dealer SPS  
Motor Honda Lombok Timur Nusa Tenggara Barat**

**Yahya<sup>1</sup>, Mahpuz<sup>2</sup>**

Fakultas Teknik Universitas Hamzanwadi  
ayhay7078@gmail.com, puzuma@gmail.com

**Abstrak**

Dilihat dari sisi konsumen, ada berbagai aspek yang mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu kendaraan bermotor. Hal ini karena masing-masing orang memiliki minat dan kebutuhan yang berbeda. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kelompok umur dan profesi apa saja yang menjadi pelanggan potensial di SPS Motor Honda Lombok Timur. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analitik deskriptif, dimana peneliti mengambil data-data penjualan sepeda motor dari SPS Motor Honda Lombok Timur, yang selanjutnya diolah dan dianalisis menggunakan software Rapidminer 5. Hasil analisis data tersebut selanjutnya dideskripsikan dengan detail mengenai kelompok pelanggan potensial. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa kelompok yang termasuk dalam pelanggan potensial dari SPS Motor Honda Lombok Timur adalah kelompok dengan kriteria umur berkisar 33-46 tahun yang berprofesi sebagai wiraswasta dan petani, Hal ini disebabkan karena, pelanggan tersebut memiliki penghasilan dengan usia produktif. Sedangkan kelompok pelanggan yang tidak potensial ada 2 irisan yaitu yang pertama apabila kategori usia produktif tapi tidak memiliki penghasilan dengan rentang umur 17-32 tahun dengan profesi pelajar dan wiraswasta. Kedua yaitu, apabila kategori usia tidak produktif dengan rentang usia 47-73 tahun dan tidak memiliki penghasilan dengan profesi petani dan wiraswasta.

Kata kunci : K-Means, SPS Motor, Rapidminer

**Abstract**

In terms of consumers, there are various aspects that affect consumers to buy a motorized vehicle. This is because each person has different interests and needs. Therefore, the purpose of this study is to find out what age groups and professions are potential customers at SPS Motor Honda East Lombok. The research method used is descriptive analytical method, where the researchers took motorcycle sales data from SPS East Lombok Motor Honda, which were then processed and analyzed using Rapidminer 5 software. The results of the data analysis are then described in detail about groups of potential customers. Based on the analysis that has been done, it can be concluded that the group included in the potential customers of East Lombok SPS Motor Honda is a group with age criteria ranging from 33-46 years who work as entrepreneurs and farmers, This is because, these customers have income with age productive. Whereas the potential customer group is 2 slices namely the first if the productive age category but does not have income ranging in age from 17-32 years with the profession of students and entrepreneurs. Second, if the unproductive age category ranges from 47-73 years old and does not have income with the profession of farmers and entrepreneurs.

Keywords: K-Means, SPS Motor, Rapidminer

## **1. Pendahuluan**

SPS Motor merupakan salah satu perusahaan perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan otomotif roda dua, spesifiknya sepeda motor merek honda. SPS Motor memiliki nama PT. Sumber Purnama Sakti. Cabang perusahaan ini sudah ada diberbagai kota, kabupaten dan provinsi, termasuk wilayah Lombok Timur terletak di Paok Motong, Kec. Masbagik, Kabupaten Lombok Timur Nusa Tenggara Barat. Dari tahun ke tahun, penjualan sepeda motor di SPS Motor Honda Lombok Timur terus meningkat. Pada tahun 2018, total penjualan SPS Motor Honda Lombok Timur mencapai 4.320 unit sepeda motor honda, dengan rata-rata mencapai sekitar 350 unit perbulan atau sekitar 12 unit perhari. Tingginya angka penjualan ini tentu saja disebabkan oleh tingkat kebutuhan masyarakat terhadap kendaraan bermotor yang tinggi dan diiringi oleh strategi promosi yang baik. Bukan hanya itu, dalam penjualannya, SPS Motor juga menerapkan beberapa kebijakan yang mempermudah konsumen dalam proses pembelian, misalnya dalam kemudahan proses kredit, angsuran, servis, dll.

Dilihat dari sisi konsumen, ada berbagai aspek yang mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu kendaraan bermotor. Hal ini karena masing-masing orang memiliki minat dan kebutuhan yang berbeda. Minat dan kebutuhan ini pun dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti : usia, profesi dan lain-lain.

Pada perusahaan SPS Motor Honda Lombok Timur terdapat permasalahan yang ditemukan yaitu data yang digunakan dalam pembelian motor itu masih dihitung secara manual, sehingga perusahaan tersebut kualahan dalam mengelompokkan data yang akan menjadi pelanggan potensialnya. Oleh karena itu dalam penelitian ini, akan dilakukan sebuah metode untuk membantu dalam mengelompokkan data yang akan menjadi pelanggan potensialnya yaitu metode klustering (Pengelompokan) dengan menggunakan algoritma K-Means, dimana metode ini dapat membantu mengelompokkan data dengan cara komputerisasi agar dapat diketahui secara cepat data penjualan motor yang mempunyai data yang sangat banyak sehingga mempermudah dalam mengelompokkan pelanggan berdasarkan umur dan profesinya, khususnya untuk SPS Motor Honda Lombok Timur Nusa Tenggara Barat.

Berdasarkan pemaparan tersebut di atas, maka penelitian difokuskan untuk melakukan pengkajian tentang : konsumen atau pembeli yang potensial pada dealer SPS Motor Honda Lombok Timur Nusa Tenggara Barat.

## **2. Tinjauan Pustaka**

### **2.1. Landasan Teori**

#### **1. Pengertian Analisis**

Analisis merupakan sebuah kegiatan untuk meneliti suatu objek tertentu secara sistematis, guna mendapatkan informasi mengenai objek tersebut, sebagai contoh dalam dunia bisnis,

pihak manajemen dalam sebuah perusahaan melakukan analisis untuk mendapatkan informasi mengenai target pasar, produk yang akan dibuat, strategi pemasaran dan lain sebagainya.

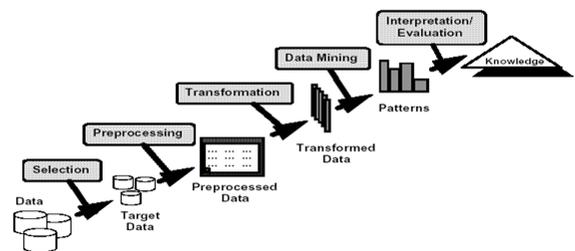
Menurut Komaruddin (2001), dalam jurnalnya yang berjudul analisis dan perancangan sistem informasi penjualan air minum pada CV. Air Putih menyatakan bahwa analisa atau analisis adalah suatu kegiatan atau proses berfikir untuk membagi dan menguraikan sesuatu secara keseluruhan menjadi bagian dari komponen yang berbeda sehingga tanda-tanda dan ciri dari setiap komponen bisa dikenal, dan dihubungkan satu sama lainnya. Masing-masing komponen memiliki fungsi yang berbeda dan jika disatukan menjadi satu keseluruhan yang saling terpadu.[1]

## 2. Data Mining

Data mining telah menarik banyak perhatian dalam dunia sistem informasi dan dalam masyarakat secara keseluruhan dalam beberapa tahun terakhir, karena ketersediaan luas dalam jumlah besar data dan kebutuhan segera untuk mengubah data tersebut menjadi informasi yang berguna dan pengetahuan. Data mining adalah untuk mengekstrasikan atau “menambang” pengetahuan dari kumpulan banyak data. Data mining, sering juga disebut knowledge discovery in database (KDD), adalah kegiatan yang meliputi pengumpulan, pemakain data historis untuk menentukan pola keteraturan, pola hubungan dalam set data berukuran besar[2]. Berdasarkan tugasnya, data mining

dikelompokkan menjadi 6 yaitu deskripsi, estimasi, prediksi, klasifikasi, clustering, dan asosiasi [3]

Istilah data mining dan knowledge discovery in databases (KDD) sering kali digunakan secara bergantian untuk menjelaskan proses penggalian informasi tersembunyi dalam suatu basis data yang besar. Sebenarnya kedua istilah tersebut memiliki konsep yang berbeda, tetapi berkaitan satu sama lainnya. Salah satu tahapan dalam keseluruhan proses KDD adalah data mining.



Gambar 1. Tahapan Data Mining

## 3. Data Selection

Pemilihan (seleksi) data dari sekumpulan data operasional perlu dilakukan sebelum tahap penggalian informasi dalam KDD dimulai. Data hasil seleksi yang digunakan untuk proses data mining disimpan dalam suatu berkas terpisah dari basis data operasional.

### Pre-processing/Cleaning

Sebelum proses data mining dapat dilaksanakan, perlu dilakukan proses cleaning pada data yang menjadi fokus KDD. Proses cleaning mencakup antara lain membuang duplikasi data, memeriksa data yang inkonsisten, dan memperbaiki kesalahan pada data.

### Transformation

Coding adalah proses transformasi pada data yang telah dipilih, sehingga data tersebut sesuai untuk proses data mining. Proses coding dalam KDD merupakan proses kreatif dan sangat tergantung pada jenis atau pola informasi yang akan dicari dalam basis data.

#### Data Mining

Data Mining adalah proses mencari pola atau informasi menarik dalam data terpilih dengan menggunakan teknik atau metode tertentu. Teknik, metode, atau algoritma dalam data mining sangat bervariasi. Pemilihan metode atau algoritma yang tepat sangat bergantung pada tujuan dan proses KDD.

#### Interpretation/evaluation

Pola informasi yang dihasilkan dari proses data mining perlu ditampilkan dalam bentuk yang mudah dimengerti oleh pihak yang berkepentingan. Tahap ini merupakan bagian dari proses KDD yang disebut interpretation. Tahap ini mencakup pemeriksaan apakah pola atau informasi yang ditemukan bertentangan dengan fakta atau hipotesis yang ada sebelumnya

#### **4. Metode Clustering**

Clustering adalah data mentah yang sangat besar sulit untuk dianalisis dan dipahami, oleh karena itu perlu adanya pengelompokan/clustering. Dalam hal ini pengelompokan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman terhadap data, untuk menilai kualitas dari data tersebut. K-Means algoritma

clustering adalah alat pengelompokan yang paling populer digunakan dalam aplikasi ilmiah dan industri. K mewakili masing-masing cluster oleh mean (atau rata-rata tertimbang) dari poinnya, yang disebut massa. Pusat massa dari cluster adalah titik koordinat rata-rata dari koordinat semua titik dalam cluster

Clustering merupakan salah satu teknik dari salah satu fungsionalitas data mining, algoritma cluster yang merupakan algoritma pengelompokan sejumlah data menjadi kelompok-kelompok data tertentu (cluster ). Objek data yang terletak di dalam satu cluster harus mempunyai kemiripan. Sedangkan yang tidak berada didalam satu cluster tidak mempunyai kemiripan. Setiap cluster memiliki centroid yang merupakan suatu besaran yang dihitung dari rata-rata nilai tiap items dari suatu cluster dan juga memiliki medoid yang merupakan item yang letaknya paling tengah. Sementara jarak antar cluster didefinisikan dengan menggunakan beberapa metode-metode untuk menentukan cluster mana yang berdekatan.

#### **5. Algoritma K-Means**

Algoritma K-Means merupakan model centroid. Model centroid adalah model yang menggunakan centroid untuk membuat cluster. Centroid adalah "titik tengah" suatu cluster, centroid berupa nilai. Centroid digunakan untuk menghitung jarak suatu objek data terhadap centroid. Suatu objek data termasuk dalam suatu cluster jika memiliki

jarak terpendek terhadap centroid cluster tersebut.

Algoritma K-Means adalah algoritma yang mempartisi data ke dalam cluster – cluster sehingga data yang memiliki kemiripan berada pada satu cluster yang sama dan data yang memiliki ketidaksamaan berada pada cluster yang lain. Di bawah ini adalah proses pemodelan algoritma K-Means: [4]

Menentukan banyaknya cluster (k).

Menentukan centroid berupa nilai random untuk pusat cluster awal (centroid) sebanyak k.

Menghitung jarak setiap data input terhadap masing–masing centroid menggunakan rumus jarak Euclidean (Euclidean Distance) hingga ditemukan jarak yang paling dekat dari setiap data dengan centroid.

Berikut adalah persamaan euclidian distance:

$$d(x_j, c_j) = \sqrt{\sum_{j=1}^n (x_j - c_j)^2}$$

Dimana :

d = jarak

x<sub>j</sub> = Data ke-j

c<sub>j</sub> = centroid ke-j

Mengklasifikasikan setiap data berdasarkan kedekatannya dengan centroid (jarak terkecil).

Apakah centroid-nya berubah?

## 6. Definisi Dataset

Dataset adalah suatu database didalam memori (in-memory). Dataset memiliki semua karakteristik, fitur dan fungsi dari database biasa. Dataset dapat memiliki banyak tabel, dan tabel-

tabel dapat memiliki hubungan (relationship). Tabel-tabel pada suatu dataset dapat memiliki foreign key dan integritas referensial.

Dataset adalah objek yang merepresentasikan data dan relasinya di memory. Strukturnya mirip dengan data yang ada di database. Dataset berisi koleksi dari data tabel dan data.

Jenis dataset ada dua macam yaitu :

Private Dataset

Private dataset yaitu dataset yang dapat diambil dari organisasi yang kita jadikan tempat atau objek penelitian. Adapun contoh-contohnya seperti instansi, rumah sakit, pabrik, perusahaan jasa, etc.

Public Dataset

Public dataset yaitu dataset yang dapat diambil dari repository public yang telah disepakati oleh para peneliti. Adapun contoh-contohnya seperti: UCI.

## 7. RapidMiner

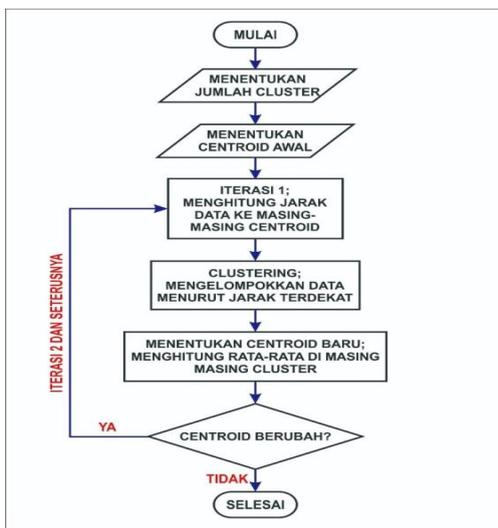
RapidMiner merupakan software/perangkat lunak untuk pengolahan data, dengan menggunakan prinsip dan algoritma data mining, Rapidminer mengekstrak pola-pola dari dataset yang besar dengan mengkombinasikan metode statistika, kecerdasan buatan dan database. Rapidminer memudahkan penggunaanya dalam melakukan perhitungan data yang sangat banyak dengan menggunakan operator-operator. Operator ini berfungsi untuk memodifikasi data. Data dihubungkan dengan node-node pada operator kemudian pengguna hanya tinggal

menghubungkannya ke node hasil untuk melihat hasilnya. Hasil yang diperlihatkan RapidMiner dapat ditampilkan secara visual dengan grafik menjadikan RapidMiner adalah salah satu software pilihan untuk melakukan ekstraksi data dengan metode-metode data mining.[4]

### 8. Diagram Alur Proses (Flowchart)

Menurut Jogiyanto HM (2000 : 662) dalam jurnalnya yang berjudul perancangan sistem informasi penyebaran penduduk menggunakan PHP MY SQL pada kecamatan Binjai Selatan menyatakan bahwa "bagian alir program (Flowchart) adalah bagian yang menggambarkan arus logika dari data yang akan diproses dalam suatu program dari awal sampai akhir". [5]

Adapun alur flowchart dari metode klastering menggunakan algoritma K-Means adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Alur skema K-Means

Penjelasan :

Menyiapkan data yang akan diolah

Menentukan jumlah cluster

Menentukan centroid awal secara acak (Random)

Melakukan perhitungan jarak data ke masing-masing centroid. Perhitungan ini menggunakan rumus jarak euclidean. Perhitungan pertama ini selanjutnya disebut iterasi 1 dan menghasilkan perhitungan nilai cluster.

Setelah mengetahui nilai cluster, langkah selanjutnya adalah mengelompokkan data berdasarkan jarak terdekat dari titik centroid.

Langkah selanjutnya adalah menentukan centroid baru atau pusat baru menggunakan hasil dari setiap anggota pada masing-masing cluster, dengan cara mencari nilai rata-rata dari data. Nilai rata-rata inilah yang selanjutnya menjadi titik centroid baru.

Jika tidak ditemukan lagi perubahan posisi pada data dan perubahan titik pusat centroid, maka proses selesai. Tapi jika posisi pada datanya berubah dan titik centroid berubah, maka akan dilakukan iterasi atau perulangan selanjutnya.

### 3. Metode Penelitian

Untuk mencapai tujuan yang diinginkan dalam penelitian, dilakukan beberapa tahapan metode penelitian antara lain :

#### Observasi

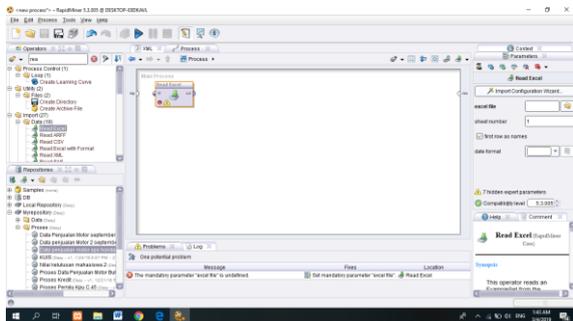
Pengumpulan data yang penulis peroleh dalam pengamatan langsung terhadap kelompok yang ditelitinya yaitu lokasi penelitian yaitu SPS Motor Honda Lombok Timur.

**Studi Pustaka**

Membaca atau mempelajari beberapa buku, elektronik dan sumber-sumber lainnya sebagai referensi yang menyangkut tentang analisis pelanggan potensial menggunakan algoritma K-Means di SPS Motor Honda Lombok Timur.

**Tahapan Penelitian**

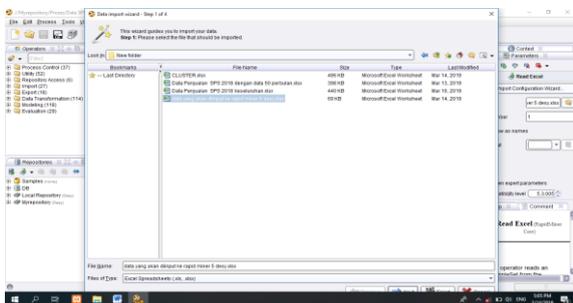
Proses pemilihan operator view



Gambar 3. Operator View

Tahapan ini menjelaskan suatu proses yang dilakukan pada RapidMiner 5 untuk penginputan data yang digunakan dan memproses dataset yang sudah ada, dimana penulis menggunakan Read Excel untuk Operator View. Setelah itu mengklik Import Configuration Wizard pada sebelah kanan untuk proses selanjutnya.

**Penginputan Dataset**



Gambar 4. Proses penginputan dataset

Tahapan di samping adalah suatu penginputan dataset yang akan diproses pada RapidMiner 5 dan kemudian dicari dataset yang akan

diklasteringkan untuk proses selanjutnya, akan tetapi format data yang jelas supaya dataset tersebut diterima oleh aplikasi tersebut. Sebagai contoh read excel yang digunakan harus sesuai dengan data yang akan diinputkan.

**Pemilihan Data Yang Akan Menjadi Hasil**

No	Nama	Kecamatan	Gender	Kode Profesi	Umur	Tipe
1	MUH ZAINUI	SAKRA BAR.	LAKI-LAKI	5	35	SUPRA X 12
2	MUHAMMAD	TERARA	LAKI-LAKI	5	32	NEW VARIO
3	LALU BENI I	SELAPARAN	LAKI-LAKI	5	44	REVO X
4	NENI YULIAI	MASBAGIK	LAKI-LAKI	7	32	NEW VARIO
5	AMAQ FAUZ	SIKUR	LAKI-LAKI	2	63	BEAT SPOR
6	SAHMI	SIKUR	LAKI-LAKI	5	36	BEAT STREI
7	TILKA NULIF	SEMBALUN	LAKI-LAKI	5	36	NEW VARIO
8	AZIZATUN E	SAKRA	PEREMPUAI	6	28	NEW VARIO
9	NUR APRIAI	SAKRA BAR.	PEREMPUAI	5	30	VARIO 110 C
10	MISNAH	SUELA	PEREMPUAI	6	45	VARIO 110 C

Gambar 5. Proses pemilihan atribut

Tahapan ini menjelaskan proses pemilihan tentang atribut yang akan menjadi kunci jawaban yang akan tampil saat metodenya dijalankan.

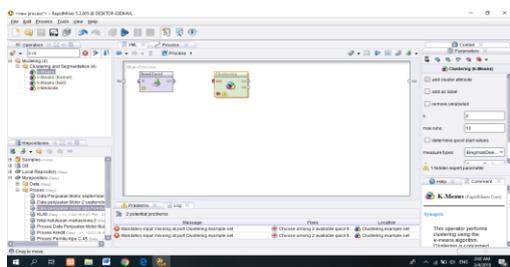
**Teknik Data Mining dan Algoritma**

Penelitian ini adalah kajian tentang pengelompokan atau pembentukan kelompok konsumen berdasarkan 2 atribut yaitu, profesi dan usia. Kelompok dengan jumlah anggota terbanyak selanjutnya akan disebut sebagai pelanggan potensial, karena kriteria dari kelompok merekalah yang paling banyak melakukan pembelian sepeda motor itu sendiri.

Untuk melakukan analisis data menggunakan data mining, terdapat 5 metode yang digunakan, yaitu prediksi, klasifikasi, asosiasi, clustering dan estimasi. Dari kelima metode ini, metode yang mendekati untuk melakukan pengelompokan data adalah metode clustering. Perbedaan clustering dan classification adalah pada kriteria di masing-masing kelompok, dimana pada

clustering, kriteria di masing-masing kelompok tidak ditentukan, artinya, data-data tersebut membentuk kelompok baru dengan masing-masing data mengelompokkan diri ke data yang paling mirip dengan atributnya. Sedangkan pada classification, kriteria data sudah di tentukan sejak awal.

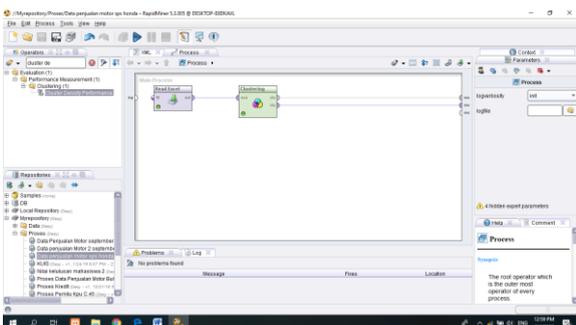
Pada penelitian ini, kriteria di masing-masing kelompok belum ditentukan di awal analisa, jadi metode yang lebih tepat untuk menganalisis data ini adalah metode clustering. Sementara, algoritma yang digunakan adalah algoritma K-Means.



Gambar 6. Proses pemilihan algoritma yang diterapkan

Tahapan di samping adalah proses pemilihan algoritma yang akan digunakan untuk pemrosesan dataset yang akan dijadikan sebuah hasil yang diinginkan oleh penulis baik itu berupa text view dan lainnya jika proses output read excel sudah selesai dilakukan.

**Relasi Antar Operator**



Gambar 7. Proses relasi antar operator  
 Tahapan ini menjelaskan tentang hubungan/relasi antar operator supaya bisa dijalankan dan ketemu hasil yang diinginkan, akan tetapi kita harus melihat apakah ada kesalahan atau tidak, jika terjadi kesalahan maka akan ada tanda seru di operator view, tetapi jika tidak mengalami kesalahan maka akan berwarna hijau, dan jika berwarna hijau di semua operator view tersebut maka aplikasi dapat dijalankan untuk melihat hasilnya.

**Dataset Setelah Diolah Pada RapidMiner**

Row No.	id	cluster	Kode Profesi	Umur
1	1	cluster_2	5	35
2	2	cluster_0	5	32
3	3	cluster_2	5	44
4	4	cluster_0	7	32
5	5	cluster_1	2	63
6	6	cluster_2	5	36
7	7	cluster_2	5	36
8	8	cluster_0	6	28
9	9	cluster_0	5	30
10	10	cluster_2	6	45
11	11	cluster_2	5	43
12	12	cluster_2	5	34

Gambar 8. Tampilan data view

Tahapan di atas merupakan proses tampilan dari dataset setelah aplikasi dijalankan dimana kunci jawaban yang telah ditentukan, maka terlihat jelas pembagian kelompok anggotanya dari cluster 0, cluster 1, dan cluster 2.

**4. Hasil Analisis Data dan Pembahasan**

**Centroid**

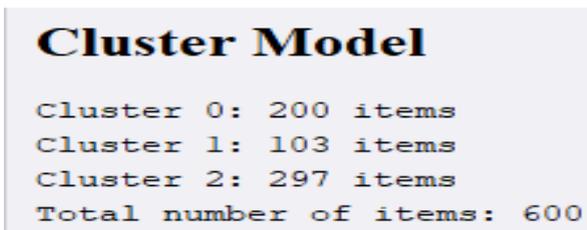
Centroid merupakan titik atau tolak ukur dalam menentukan anggota kelompok, karena proses clustering merupakan proses pembentukan kelompok berdasarkan jarak dari masing-masing dataset.

Attribute	cluster_0	cluster_1	cluster_2
Kode Profes	4.030	3.194	3.832
Umur	25.255	53.117	39.310

Gambar 9. Tampilan centroid tabel  
Centroid tabel ini adalah titik pusat klaster, jadi untuk cluster 0 titik pusat profesi 4.030 dan umur 25.255, cluster 1 titik pusat profesinnya 3.194 dan untuk titik pusat umur 53.117, selanjutnya untuk cluster 2 titik pusat pada profesi yaitu 3.832 dan umur 39.310.

#### Cluster Model (Clustering)

Cluster Model merupakan inti dari hasil proses clustering, dimana hasil ini masih dalam bentuk model yang umum, artinya, belum dijelaskan secara detail tentang hasil clustering itu sendiri. Berikut ini merupakan cluster model yang dihasilkan setelah software RapidMiner dijalankan.



```
Cluster Model  
Cluster 0: 200 items  
Cluster 1: 103 items  
Cluster 2: 297 items  
Total number of items: 600
```

Gambar 10. Cluster Model

Gambar di atas menjelaskan bahwa masing-masing cluster sudah memiliki anggota, yaitu cluster 0 beranggotakan 200 items, cluster 1 beranggotakan 103 items, dan cluster 2 beranggotakan 297 items. Istilah cluster 0, 1 dan 2 ini adalah istilah yang digunakan dalam software RapidMiner, namun untuk memudahkan pembahasan, maka penulis selanjutnya mengganti istilah tersebut, yaitu:

Cluster 0 → Kelompok 1

Cluster 2 → Kelompok 2

Cluster 3 → Kelompok 3

Pelanggan potensial

Pelanggan potensial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kriteria pelanggan yang paling memungkinkan untuk menjadi pembeli sepeda motor di SPS Motor Honda Lombok Timur. Artinya, tidak harus pelanggan yang sama yang akan membeli sepeda motor, namun dengan kriteria yang sama untuk menjadi pembeli selanjutnya. Sehingga dengan mengetahui kriteria pelanggan potensial ini, maka pihak perusahaan akan dapat lebih mudah menentukan strategi pasar untuk menggaet pelanggan-pelanggan baru nantinya.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, pelanggan potensial dapat dilihat pada cluster model di RapidMiner dimana Cluster 0 (Kelompok 1) dengan anggota 200 items, cluster 1 (Kelompok 2) dengan anggota 103 items dan cluster 2 (Kelompok 3) dengan anggota 297 items. Jadi, berdasarkan data tersebut, kelompok dengan anggota terbanyak adalah pada kelompok 3 dengan jumlah anggota 297 items.

Jadi untuk kelompok 3 ini adalah data pelanggan potensial penjualan motor di SPS Motor Honda Lombok Timur, dimana kelompok pelanggan inilah yang melakukan pembelian motor paling banyak. Kriteria kelompok ini adalah pelanggan dengan umur berkisar 33-46 tahun yang berprofesi sebagai wiraswasta dan petani.

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan

Kriteria pelanggan yang menjadi pelanggan potensial di SPS Motor Honda Lombok Timur adalah pelanggan dengan umur berkisar antara 33-46 tahun dengan profesi sebagai wiraswasta dan petani. Hal ini disebabkan karena, pelanggan tersebut memiliki penghasilan dengan usia produktif.

Kelompok pelanggan yang tidak potensial ada 2 irisan yaitu yang pertama apabila kategori usia produktif tapi tidak memiliki penghasilan dengan rentang umur 17-32 tahun dengan profesi Pelajar dan wiraswasta. Kedua yaitu, apabila kategori usia tidak produktif dengan rentang usia 47-73 tahun dan tidak memiliki penghasilan dengan profesi petani dan wiraswasta.

## 6. Daftar Pustaka

- [1] A. Mahaseptiviana, "Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Air Minum Pada CV.Air Putih," *J. Sist. Inf.*, vol. 3, no. 2, pp. 1–2, 2014.
- [2] T. Edition, *Data Mining, Concepts and techniques* .
- [3] F. Rahmawati and N. Merlina, "Metode Data Mining Terhadap Data Penjualan Sparepart Mesin Fotocopy Menggunakan Algoritma Apriori," *Penelit. Ilmu Komputer, Syst. Embed. Log.*, vol. 6, no. 1, pp. 9–20, 2018.
- [4] N. Rohmawati, "Implementasi Algoritma K-Means Dalam Pengklasteran Mahasiswa Pelamar Beasiswa," *Ilm. Teknol. Inf. Terap.*, vol. 1, no. 2, pp. 62–68, 2015.
- [5] Issn, "Analisis Clustering Menggunakan Algoritma K-Means Terhadap Penjualan Produk Pada PT BATAMAS Niaga Jaya," *CBIS*, vol. 6, no. 2, pp. 20–35, 2018.
- [6] M. K. Drs.Katen Lumbanbatu, "Perancangan Sistem Informasi Penyebaran Penduduk Menggunakan PHP MY SQL Pada Kecamatan Binjai Selatan," *J. Kaputama*, vol. 7, no. 1, pp. 19–24, 2013.