

SISTEM REKOMENDASI KULINER DENGAN MENGUNAKAN METODE K-MEANS UNTUK MENDUKUNG STRATEGI PENJUALAN MAKANAN

Ageng Wiyanto

Abstrak

Industri kuliner kian menggeliat di Indonesia. Kuliner merupakan salah satu penopang di industri kreatif. Kuliner juga merupakan suatu bagian hidup yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari. Penelitian ini dilatar belakangi hasil pengamatan dan pengalaman peneliti, bahwa banyaknya pedagang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) harus mampu bersaing dengan pedagang lainnya. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi diharapkan mampu menghasilkan suatu sistem rekomendasi yang siap digunakan untuk membantu dalam mengambil keputusan strategi penjualan makanan. Pada penelitian kali ini akan di terapkan metode *K-Means* dengan analisis *clustering* untuk mengidentifikasi keinginan konsumen terhadap makanan di sekitar kampus UPN “Veteran” Jakarta. Hasil penelitian menghasilkan nama-nama makanan yang paling diminati oleh konsumen. Berdasarkan perhitungan *K-Means Clustering* di dapatkan *cluster* 1 adalah 6 anggota makanan dengan label “paling laku” yaitu ayam geprek, nasi goreng, mie instan, fire chicken, ayam goreng, dan ayam penyet, *cluster* 2 adalah 9 anggota makanan dengan label “laku” yaitu mie ayam, roti bakar, burger blenger, bubur ayam, nasi bebek madura, burger mcd, ayam bakar, siomay, dan serabi, *cluster* 3 adalah 11 anggota makanan dengan label “kurang laku” yaitu bakso malang karapitan, nasi gila, simple set teriyaki, ati ampela, nasi pecel warung boma, nasi ayam telur asin, sop durian, cilok, soto ayam, dan telur balado.

Kata Kunci: Sistem rekomendasi, *K-Means Clustering*, Strategi penjualan makanan.

CULINARY RECOMMENDATION SYSTEM USING K-MEANS METHOD TO SUPPORT FOOD SALES STRATEGY

Ageng Wiyanto

Abstract

The culinary industry is increasingly stretching in Indonesia. Culinary is one of the pillars in the creative industry. Culinary is also a part of life that is closely related to daily food consumption. This research is motivated by observations and experiences of researchers, that many traders of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) must be able to compete with other traders. By utilizing technological advancements it is expected to be able to produce a recommendation system that is ready to be used to assist in making food sales strategy decisions. In this study, the K-Means method will be applied with clustering analysis to identify consumer desires for food around the UPN "Veteran" campus in Jakarta. Research results produce the names of the foods that are most in demand by consumers. Based on the calculation of K-Means Clustering in getting cluster 1 are 6 members of food with the label "best selling" namely chicken geprek, fried rice, instant noodles, fire chicken, fried chicken, and chicken penyet, cluster 2 is 9 members of food with a label "sellable" namely chicken noodles, toast, burger blenger, chicken porridge, madura duck rice, mcd burger, grilled chicken, siomay, and serabi, cluster 3 are 11 food labels labeled "less salable" namely poor karapitan meatballs, crazy rice, simple teriyaki set, ati ampela, rice pecel warung boma, salted chicken rice, durian soup, cilok, soto ayam, and balado eggs.

Keywords: Recommendation system, K-Means Clustering, Food sales strategy.