

## ANALISIS CLUSTER SUSU FORMULA

Lena Megawati dan Yuliani Setia Dewi  
Jurusan Matematika FMIPA Universitas Jember

**Abstact:** Susu formula dengan komposisi gizi pada berbagai merk yang ada di pasaran menarik untuk diteliti agar diketahui komposisi gizi yang mendekati standar komposisi gizi yang cocok diberikan pada balita dengan harga yang terjangkau. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data riil yang diambil dari toko Slamet P & D Kabupaten Jember, yakni data harga jual dan komposisi gizi susu balita. Peneliti mengambil data pada satu periode waktu yaitu pada tanggal 14 Februari 2006. Analisis yang digunakan adalah analisis *Cluster* yang terdiri dari dua metode pengelompokan, yaitu metode berhirarki (*Hierarchical Methods*) dan metode tidak berhirarki (*Nonhierarchical Methods*). Metode berhirarki terbagi menjadi dua, yaitu metode *agglomerative* (penggabungan) dan metode *divisive* (pemecahan). Pada metode berhirarki pemisahan objek ke dalam kelompok-kelompok dilakukan dengan menggunakan tiga metode, yaitu metode pautan tunggal (*Single Linkage Method*), metode pautan lengkap (*Complete Linkage Method*) dan metode rata-rata kelompok (*Average Linkage Method*). Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini yaitu kelompok susu formula yang terbentuk berdasarkan komposisi gizi dan memiliki harga dibawah rata-rata yaitu: **Cluster 1** adalah susu Frisian Flag Tahap 2, Sobee Plus, Bebelac 1, Lactogen 1, Bimbi 1, Vitalac 1 dan Dancow 1+. **Cluster 2** adalah susu Chil-school, Sustagen Kid 3+, NL-33, Wyeth Promil 2, SGM 1, Vitapulus, Grow 3+, Indomilk Biokids dan Frisian Flag 123.

**Keywords:** Susu formula, Komposisi gizi, Cluster, Berhirarki, Tidak berhirarki.

### I. PENDAHULUAN

Analisis *Cluster* tergolong dalam analisis eksplorasi data variabel ganda (*Exploratory Multivariate Data Analysis*), merupakan analisis yang bertujuan untuk mengelompokkan objek-objek berdasarkan kesamaan karakteristik di antara objek-objek tersebut. Objek bisa berupa produk (barang dan jasa), benda (tumbuhan atau lainnya) serta orang (responden, konsumen atau yang lainnya). Objek tersebut akan diklasifikasikan ke dalam satu atau lebih *cluster* (kelompok) sehingga objek-objek yang berada dalam satu *cluster* akan mempunyai kemiripan satu dengan yang lain (Santoso, 2002).

Pada analisis *Cluster* terdapat dua metode pengelompokan, yaitu metode berhirarki (*Hierarchical Methods*) dan metode tidak berhirarki (*Nonhierarchical Methods*). Metode berhirarki terbagi menjadi dua, yaitu metode *agglomerative*