

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan data penjualan selama November 2024 – Februari 2025, pola pembelian dapat diidentifikasi dengan melihat jumlah produk yang terjual, harga, dan periode waktu penjualan. Sistem klasifikasi ini memberikan manfaat strategis bagi pemilik usaha, khususnya dalam hal pengelolaan stok, strategi pemasaran, serta evaluasi performa produk.
2. Metode Naïve Bayes digunakan untuk mengklasifikasikan produk ke dalam kategori “Laris” dan “Tidak Laris” dengan memperhatikan variabel: jumlah barang terjual, harga barang, dan jumlah harga. Hasil pengujian dengan aplikasi Orange menunjukkan akurasi 80%, F1-score 81,8%, dan AUC 90%, sehingga metode ini cukup efektif dalam memprediksi produk terlaris.
3. Faktor utama yang memengaruhi penjualan adalah jumlah barang terjual, harga produk, dan total pendapatan per produk. Hasil analisis ini dapat mendukung strategi pemasaran toko dengan cara memaksimalkan produksi dan promosi pada produk terlaris serta mencari strategi baru bagi produk yang kurang diminati.

5.2 Saran

1. Dianjurkan untuk menambahkan variabel eksternal dalam analisis di masa depan. Misalnya, momen hari besar, kondisi cuaca, atau strategi promosi tertentu yang mungkin berdampak terhadap peningkatan atau penurunan penjualan.
2. Pencatatan data penjualan perlu dilakukan secara digital dan terorganisir. Hal ini bertujuan untuk mempermudah proses integrasi data ke dalam aplikasi analisis dan mendukung kelancaran pembuatan model klasifikasi.
3. Penelitian lanjutan dapat mencoba membandingkan algoritma Naive Bayes dengan metode klasifikasi lain.

Hal ini berguna untuk mengetahui apakah terdapat metode lain yang memberikan hasil lebih baik dalam konteks pengelompokan produk berdasarkan penjualan.