

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap data transaksi penjualan di Bolen Bulan Bunda Ibra menggunakan algoritma *apriori*, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pola pembelian yang terjadi pada data transaksi penjualan Bolen Bunda Ibra, ditemukan bahwa terdapat beberapa pola pembelian yang signifikan dalam transaksi penjualan Bolen. Dari proses pembentukan 1 itemset hingga 2 itemset, diperoleh bahwa beberapa item seperti varian Tape, Pisang Cokelat, Keju Cokelat, dan Mix, merupakan produk yang paling sering muncul dalam transaksi. Selanjutnya, Pembentukan aturan asosiasi menunjukkan adanya hubungan yang kuat antar item, seperti pada aturan Tape → Pisang Cokelat dengan nilai *confidence* 0,8(80%), Mix → Pisang Cokelat dengan nilai *confidence* 0,8 (80%), Keju Cokelat → Pisang Cokelat dengan nilai *confidence* 0,8 (80%). Dengan pola pembelian ini bisa di prediksi penjualan bolen mana yang paling banyak terjual sehingga dapat dimanfaatkan untuk strategi pemasaran, pengelolaan stok, dan promosi bundling agar lebih meningkatkan penjualan.
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa algoritma *Apriori* dapat digunakan dengan baik untuk menganalisis data transaksi penjualan di Bolen Bunda Ibra. Dengan menggunakan hasil analisis ini, Bolen Bunda Ibra dapat

membuat keputusan bisnis yang lebih berbasis data untuk meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan.

3. Implementasi *RapidMiner* sebagai alat bantu pengolahan data dinilai efektif dan mempermudah dalam proses analisis.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian ini ada beberapa saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Pengembangan dataset sangat disarankan dengan memperluas periode transaksi agar pola yang dihasilkan lebih akurat dan *representative* terhadap perilaku belanja pelanggan.
2. Dengan memahami pola pembelian pelanggan, Bolen Bunda Ibra dapat memprediksi jumlah stok bahan baku untuk produk yang dibeli secara bersamaan, sehingga dapat mengurangi kemungkinan kekurangan dan kelebihan stok yang dapat berdampak pada efisiensi operasional toko.
3. Untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan dengan membandingkan metode lain selain *Apriori* atau *FP – Growth* untuk mengetahui metode mana yang lebih optimal dalam menganalisis data penjualan.