

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, metode *K-Means Clustering* berhasil diterapkan untuk mengelompokkan data menu di Warkop Buk Riski berdasarkan atribut harga, jumlah penjualan selama tiga bulan, dan stok. Proses pengelompokan menghasilkan tiga *Cluster* yang memiliki karakteristik berbeda, yaitu *Cluster* 1 (C1) sebanyak 10 menu, *Cluster* 2 (C2) sebanyak 12 menu, dan *Cluster* 3 (C3) sebanyak 8 menu. Hasil tersebut menunjukkan bahwa metode *K-Means* mampu mengidentifikasi kesamaan karakteristik antar menu sehingga membentuk kelompok yang lebih terstruktur.
2. Hasil pengelompokan memberikan informasi mengenai karakteristik setiap kelompok menu. *Cluster* 1 didominasi oleh menu dengan tingkat penjualan yang tinggi dan stok yang relatif besar, *Cluster* 2 terdiri dari menu dengan tingkat penjualan yang lebih rendah sehingga memerlukan perhatian dalam strategi pemasaran, sedangkan *Cluster* 3 berisi menu yang memiliki tingkat penjualan cukup baik dengan variasi harga yang lebih beragam. Informasi tersebut dapat membantu pemilik Warkop Buk Riski dalam memahami pola penjualan setiap menu serta menentukan prioritas dalam pengelolaan persediaan.

3. Penerapan metode *K-Means Clustering* pada penelitian ini memberikan hasil pengelompokan yang cukup baik dan didukung oleh visualisasi menggunakan aplikasi Orange. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemilik Warkop Buk Riski dalam mengambil keputusan terkait pengelolaan menu, penyediaan stok, serta penyusunan strategi penjualan agar operasional usaha dapat berjalan lebih efektif dan efisien.

5.2. Saran

1. Bagi pemilik Warkop Buk Riski, hasil pengelompokan menu yang diperoleh melalui metode *K-Means Clustering* dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi pengelolaan menu. Menu yang berada pada kelompok dengan tingkat penjualan tinggi dapat diprioritaskan dalam penyediaan stok, sedangkan menu yang memiliki tingkat penjualan lebih rendah dapat dievaluasi melalui peningkatan kualitas, penyesuaian harga, atau pemberian promosi agar lebih diminati oleh pelanggan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menggunakan jumlah data yang lebih banyak dengan periode pengamatan yang lebih panjang sehingga hasil pengelompokan dapat menggambarkan pola penjualan secara lebih akurat. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain, seperti tingkat keuntungan, biaya operasional, atau frekuensi pemesanan, sehingga hasil *Clustering* yang diperoleh menjadi lebih komprehensif.
3. Pengembangan penelitian juga dapat dilakukan dengan membandingkan metode *K-Means Clustering* dengan metode *Clustering* lainnya, seperti

Hierarchical *Clustering*, DBSCAN, atau Fuzzy C-Means, untuk mengetahui metode yang memberikan hasil pengelompokan terbaik. Dengan adanya pengembangan tersebut, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih optimal dan menjadi referensi dalam pengambilan keputusan pada pengelolaan usaha kuliner, khususnya di Warkop Buk Riski.