

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan menggunakan algoritma Apriori terhadap data transaksi penjualan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan Algoritma Apriori untuk Analisis Pola Belanja Santri Algoritma Apriori berhasil diterapkan dengan baik untuk menganalisis pola belanja santri di Kantin Al Ihya Ulumaddin. Melalui tahapan preprocessing data, pembentukan data biner, pencarian frequent itemset, hingga pembentukan association rules, diperoleh pola hubungan antar item yang menunjukkan keterkaitan kuat antar produk. Hasil perhitungan nilai support, confidence, dan lift menunjukkan bahwa beberapa kombinasi produk seperti Es – Lontong dan Mendoan – Lontong sering dibeli secara bersamaan. Hal ini membuktikan bahwa algoritma Apriori efektif dalam menemukan pola asosiasi pembelian yang dapat menggambarkan kebiasaan belanja santri di kantin.
2. Perancangan Strategi Bisnis Berdasarkan Pola Belanja Santri Berdasarkan pola asosiasi yang ditemukan, pihak kantin dapat merancang strategi bisnis yang lebih tepat sasaran. Pola pembelian yang sering muncul dapat dimanfaatkan untuk membuat strategi promosi seperti paket bundling produk (contohnya “Paket Lontong + Mendoan” atau “Lontong + Es”), penataan produk yang berdekatan agar memudahkan konsumen, serta pengaturan stok barang sesuai tren pembelian. Dengan demikian, hasil analisis menggunakan algoritma Apriori dapat membantu pihak kantin dalam meningkatkan efektivitas penjualan dan kepuasan pelanggan.

B. Saran/Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Kantin Al Ihya Ulumaddin Berdasarkan hasil analisis pola belanja menggunakan algoritma Apriori, disarankan agar pihak kantin memanfaatkan hasil temuan pola asosiasi ini untuk meningkatkan strategi penjualan. Misalnya dengan membuat paket bundling produk yang sering dibeli bersamaan, melakukan penataan ulang produk berdasarkan keterkaitan pembelian, serta menerapkan promosi khusus pada kombinasi produk dengan nilai support dan confidence tertinggi. Langkah-langkah tersebut diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan dan kepuasan pelanggan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya, Disarankan agar penelitian berikutnya menggunakan jumlah data transaksi yang lebih besar dan periode waktu yang lebih panjang, sehingga hasil analisis pola belanja menjadi lebih akurat dan representatif. Selain itu, penelitian dapat dikembangkan dengan menerapkan algoritma lain seperti FP-Growth atau menggunakan sistem rekomendasi berbasis data mining agar dapat memberikan hasil analisis yang lebih komprehensif dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan bisnis.