

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di PT. Satria Teknik Indonesia, dapat disimpulkan bahwa:

1. **Analisis kebutuhan konsumen** dapat dilakukan secara efektif dengan memanfaatkan data transaksi yang telah dikumpulkan. Pola pembelian yang terlihat dari data tersebut mencerminkan preferensi dan kebutuhan pelanggan terhadap produk-produk tertentu, sehingga perusahaan dapat lebih memahami kecenderungan belanja konsumen dan merancang strategi pemasaran serta stok barang yang lebih tepat sasaran.
2. **Penerapan algoritma Apriori** terbukti mampu mengidentifikasi hubungan atau asosiasi antar produk yang sering dibeli secara bersamaan oleh konsumen. Dengan mengetahui kombinasi produk yang memiliki asosiasi kuat, PT. Satria Teknik Indonesia dapat mengoptimalkan penataan produk, promosi bundling, serta pengelolaan persediaan, guna meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan Algoritma Apriori yang diterapkan pada data mining dapat diterapkan untuk memprediksi hasil penjualan barang pada PT. Satria Teknik Indonesia. temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa permintaan tertinggi terjadi pada pembelian Safety Shoes Chetaah dengan nilai Confidence sebesar 94.74% dan Back Support dengan Nilai Confidence 100%, Hasil akhir dari perhitungan menggunakan Microsoft Excel dan Python (Google Colab) menggunakan algoritma Apriori yang diuji pada RapidMiner memiliki nilai yang sama

5.2 Saran

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar data yang digunakan mencakup periode yang lebih panjang agar dapat mengidentifikasi pola pembelian dengan lebih akurat. Selain itu Penelitian selanjutnya juga dapat mempertimbangkan faktor eksternal seperti promosi, diskon, atau tren pasar untuk

mendapatkan hasil analisis yang lebih komprehensif dan mendukung pengambilan keputusan bisnis yang lebih baik, Dampak dari hasil analisis ini secara langsung dapat meningkatkan akurasi perencanaan stok, optimalisasi distribusi, serta strategi pemasaran berbasis data, memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan bagi PT. Satria Teknik Indonesia dalam menghadapi pasar yang semakin dinamis.

