

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penerapan metode *Association Rule Mining* dengan menggunakan Algoritma Apriori dengan bantuan *Software R* dilakukan pada transaksi bulan Maret 2018 di Pamela 6 Supermarket. Data yang diolah sebanyak 57784 transaksi dan 41248 item. Berdasarkan dari hasil pengolahan data yang dilakukan secara periodik pada setiap minggu dibulan Maret 2018 mendapatkan hasil sebagai berikut.
 - Pada minggu ke-1 terdapat 13741 transaksi dan 17935 item menghasilkan jumlah *rule* sebanyak 59. Pada *rule* nomor 1 menunjukkan adanya hubungan antara produk {NUVO FAMILY PINK 80 GR} dengan {NUVO FAMILY SOAP}.
 - Pada minggu ke-2 terdapat 15370 transaksi dan 17141 item menghasilkan jumlah *rule* sebanyak 48. Pada *rule* nomor 1 menunjukkan adanya hubungan antara produk {SUPERMI RASA SOP BUNTUT} dengan {INDOMIE}
 - Pada minggu ke-3 bulan Maret 2018 terdapat 13836 transaksi dan 15925 item menghasilkan jumlah *rule* sebanyak 54. Pada *rule* nomor 1 menunjukkan adanya hubungan antara produk {SARIMI SINGLE TERI PEDAS} dengan {INDOMIE}
 - Pada minggu ke-4 bulan Maret 2018 terdapat 14837 transaksi dan 17355 item menghasilkan jumlah *rule* sebanyak 58. Pada *rule* nomor 1 menunjukkan adanya hubungan antara produk {VIVA FACE TONIK} dengan {VIVA MILK CLEANSER}.

2. *Rule* yang terbentuk pada masing-masing periode (minggu) selanjutnya dilakukan pengolahan data untuk mendapatkan nilai OCVR. Terdapat 17 *rule* yang merupakan *rule* yang selalu muncul pada setiap minggunya dan menjadi objek pengolahan data menggunakan analisis OCVR. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa semua 17 *rule* yang diolah memiliki nilai *Overall Variability of Association Rule* (OCVR) berkisar antara 4% sampai 23%, sehingga semua *rule* yang dianalisis dapat dimanfaatkan pada setiap periodenya karena nilai variabilitas yang kecil dan tidak rentan terhadap perubahan. Salah satu *rule* dengan nilai OCVR yang kecil adalah aturan asosiasi antara produk ULTRA KACANG HIJAU dengan ULTRA MILK dengan nilai OCVR sebesar 4.89%.

3. Terdapat dua strategi pemasaran produk yang dapat dilakukan berdasarkan hasil dari pengolahan data. *Strategi Pertama* adalah Pemanfaatan *rule* pada setiap periode dan *most frequent itemset*. Seperti contoh *rule* antara produk TORABIKA CAPPUCINO SACHET dengan INDOMIE yang hanya muncul pada minggu ke-1. Selain itu pada setiap periode di bulan Maret 2018 memiliki produk yang sering terbeli secara bersamaan (*most frequent itemset*). Sehingga dapat menjadi suatu strategi pemasaran dengan melakukan promosi terhadap produk tersebut. *Strategi kedua* adalah penggunaan *rule* hasil analisis OCVR sebagai promosi produk secara fleksibel. Artinya, hasil-hasil *rule* berdasarkan analisis OCVR dapat digunakan sebagai promosi produk pada periode kapanpun dibulan Maret, karena memiliki nilai variabilitas yang rendah dan tidak rentan terhadap perubahan.

6.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian ini. Berikut saran yang dapat diberikan penulis kepada pihak perusahaan yang dapat memanfaatkan hasil penelitian ini dan juga untuk peneliti selanjutnya yang berminat melakukan pengembangan.

1. Bagi Pihak Perusahaan

Strategi pemasaran produk berdasarkan dari hasil penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan sebagai strategi pemasaran yang baru yang telah mempertimbangkan kebiasaan atau pola belanja pelanggan di Pamela 6 Supermarket. Selain itu, pihak perusahaan dapat menggunakan hasil dari

pengolahan data penelitian ini untuk melakukan strategi yang lain tergantung kepada para pengambil keputusan di perusahaan dalam penentuan strategi pemasaran produk.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulis menyadari masih banyak kekurangan di dalam penelitian ini. Beberapa kekurangan dari penelitian ini yang pertama adalah data transaksi yang digunakan masih sedikit yakni satu bulan. Idealnya penelitian menggunakan analisis OCVR adalah menggunakan data transaksi selama satu tahun dengan pembagian periode per-bulan nya. Sehingga, peneliti selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan data yang lebih ideal.

Kekurangan yang kedua adalah penelitian ini menganalisis data transaksi dengan item yang banyak sekali. Sehingga hasil *rule* yang terbentuk masih belum ideal. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan langkah pengurangan item atau menggabungkan item sesuai dengan kategori jenis-jenis item tersebut. Sehingga, dapat menghasilkan *rule* yang lebih baik dari penelitian ini.