

## BAB 5

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis proses Algoritma *Frequent Growth* pada data transaksi penjualan di 212Mart, *Association Rule Mining* yang dilakukan pada tugas akhir ini, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari 13.836 data transaksi mulai dari data bulan Mei sampai Oktober 2018 dapat disimpulkan bahwa *item* Kategori Snack dan *item* Kategori Minum juga *item* Kategori Snack sering dibeli bersamaan, baik menggunakan semua data maupun data perbulan.
2. Hasil analisa pada setiap bulan menghasilkan pola yang berbeda, pola yang paling banyak ditemukan pada Bulan Mei dan Bulan Agustus menghasilkan 31 *rule* dan 25 *rule*.

#### 5.2 Saran

1. Untuk perusahaan dapat mencoba melakukan promosi:
  - (a) produk sub kategori "roti" selain kategori "kerupuk" atau kategori "snack" dengan margin profit yang cukup tinggi, ataupun ditempatkan dengan kategori barang dengan margin profit yang rendah.
  - (b) diletakkan pada kedua sisi lorong secara tersebar, sehingga memungkinkan pengunjung melihat lebih banyak kategori barang lainnya, seperti meletakkan roti berdekatan dengan minuman, ataupun meletakkan snack berdekatan dengan nuget, hal ini untuk membantu peningkatan 2 barang yang jarang dibeli.
  - (c) Dapat mencoba melakukan promosi dikhususkan kategori barang yang sering dibeli bersamaan dengan barang yang jarang dibeli, hal ini untuk pemerataan terjualnya barang, dari kebijakan hasil promosi
2. Untuk penelitian selanjutnya disarankan menggunakan algoritma *Association Rule Mining* yang lainnya seperti algoritma *Eclat* atau menggabungkan beberapa metode lainnya.
3. Pada penelitian selanjutnya, penulis merekomendasikan untuk menambahkan beberapa variabel, agar dapat menampilkan lebih detail hubungan yang terbentuk dari association rule yang dihasilkan dan pencarian asosiasi dengan metode *Association Rule Mining* sebaiknya dilakukan dengan data yang lebih banyak dan dalam rentang waktu yang lebih luas, metode ini sebaiknya diterapkan pada bisnis ritel dengan skala yang menengah, dan

nantinya menghasilkan presentasi yang tidak hanya asosiasi kategori belanja perbulan tapi juga inovasi untuk 212Mart kedepannya.