

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang tertera dalam BAB I dan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pola penjualan menu kopi yang ada di Pekpok Coffee memiliki 7 kelompok tingkatan yaitu sebagai berikut :
Cluster 5 adalah *Coffe Latte* = Sangat Laris
Cluster 2 adalah *Coffee Latte Caramel* = Laris
Cluster 1 adalah Es Kopi Dari Rumah = Cukup Laris
Cluster 3 adalah *Coffee Latte Hazelnut* = Rata - rata
Cluster 6 adalah *Coffee Latte Vanilla* = Cukup Tidak Laris
Cluster 0 adalah Es Kopi Rumah Siapa = Tidak Laris
Cluster 4 adalah *Affogato*, Es Kopi Nyender, *Americano*, *Manual Brew*, *Kukiy Coffee*, *Cappucino*, *Vietnam Coffee*, *Tubruk* = Sangat Tidak Laris
2. Jumlah kelompok optimal yang didapatkan dari hasil *evaluasi* menggunakan metode *silhouette coefficient* adalah 7 kelompok dikarenakan dari kelompok 2,3,4,5,6 dan 7 yang memiliki nilai *silhouette score* mendekati 1 adalah kelompok 7 yaitu 0,58591
3. Penentuan stok barang dapat di tentukan dari pola penjualan menu kopi dimana dari setiap kelompok memiliki karakteristik masing – masing yaitu sebagai berikut:
 - a. Untuk kategori data C5, C2, dan C1 (kategori penjualan tinggi) sehingga dibutuhkan stok barang tinggi untuk memenuhi kebutuhan .
 - b. Untuk kategori data C3 (kategori penjualan rata – rata) sehingga dibutuhkan stok barang sedang.
 - c. Untuk kategori data C6, C0, dan C4 (kategori penjualan rendah) sehingga stok barang dibutuhkan sedikit, agar tidak ada bahan yang terbuang dikarenakan stok barang yang menumpuk.

5.2 Saran

Peneliti menyadari bahwa pada penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan, dan memerlukan pengembangan agar dapat mencapai hasil yang lebih baik. Untuk meningkatkan akurasi dalam proses pengelompokkan, dapat menggunakan metode lain seperti menggunakan metode *Elbow* atau *Davies-Bouldin Index* (DBI) dalam menentukan jumlah kelompok optimal, atau membandingkannya algoritma *K-Means* dengan *K-Medoids* sehingga bisa mendapatkan hasil yang lebih akurat.

