

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan (Conclusion)

Bedasarkan hasil penelitian dan implementasi sistem segmentasi pelanggan berbasis *web* menggunakan model *Recency, Frequency, Monetary (RFM)* dan algoritma *K-Means Clustering* di Salon Shopia, dapat disimpulkan bahwa :

1. Sistem ini mampu membantu pemilik dalam mengelola data pelanggan secara lebih tepat, terstruktur, dan aman, menggantikan metode pencatatan manual sebelumnya. Dengan hasil pengujian dimana sistem berfungsi dengan baik, dilihat dari segi fungsionalitas (*white box* dan *black box testing*) maupun penerimaan pengguna dengan peresentase kepuasan pengguna sebesar 85,5%. Selain itu, sistem juga menyediakan fitur analisis segmentasi pelanggan dan laporan yang mendukung penyusunan strategi peningkatan loyalitas pelanggan secara lebih efektif dan terarah.
2. Analisis pola transaksi pelanggan berhasil diterapkan menggunakan model *Recency, Frequency, Monetary(RFM)* untuk mengidentifikasi perilaku pelanggan berdasarkan kapan terakhir bertransaksi, seberapa sering bertransaksi, dan seberapa besar nilai transaksi. Nilai *RFM* yang diperoleh kemudian digunakan dalam proses *clustering* menggunakan algoritma *K-Means Clustering*, yang mengelompokkan pelanggan ke dalam beberapa segmen, seperti “Sangat Potensial”, ”Potensial”, dan “Tidak Potensial”. Pengujian 250 transaksi dari 10 pelanggan ini dapat mengelompokkan pelanggan menjadi 3 *cluster* berbeda terdapat 5 pelanggan yang menjadi anggota *Cluster 1* dimana *cluster* ini termasuk ke dalam kategori “Sangat Potensial”, 4 pelanggan yang menjadi anggota *Cluster 2* dimana *cluster* ini termasuk ke dalam kategori “Potensial”, dan 1 pelanggan yang masuk ke dalam anggota *Cluster 3* dimana

cluster ini termasuk ke dalam kategori “Tidak Potensial”. Hasil segmentasi ini menjadi dasar dalam penentuan strategi pemasaran dan program loyalitas yang lebih personal dan tepat sasaran.

5.2 Saran (Suggestion)

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dan untuk menindaklanjuti dua permasalahan utama dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Pengembangan fitur lanjutan dalam sistem, seperti integrasi reminder otomatis atau notifikasi berbasis segmentasi pelanggan, disarankan agar pemilik salon dapat memberikan pelayanan yang lebih personal sesuai karakteristik masing-masing klaster. Hal ini akan mendukung strategi peningkatan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan dan *real-time*.
2. Evaluasi rutin terhadap hasil segmentasi pelanggan dan strategi yang diterapkan, perlu dilakukan minimal setiap enam bulan agar sistem tetap adaptif terhadap perubahan pola transaksi pelanggan. Evaluasi ini juga penting untuk memastikan strategi pemasaran yang disusun benar-benar berdampak pada peningkatan loyalitas.
3. Untuk pengembangan fitur, dapat ditambahkan fitur prediksi tren pelanggan menggunakan teknik *machine learning* yang lebih canggih untuk memberikan rekomendasi strategi pemasaran yang lebih dinamis.