

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menghasilkan beberapa kesimpulan, termasuk:

- 1) Hasil pemahaman dari permasalahan pada segmentasi pelanggan pada penjualan motor PT XYZ mengalami permasalahan dalam data pelanggan pada penjualan motor, yang disebabkan oleh keterbatasan data yang menjadi salah satu tantangan utama. Kekurangan data yang mendalam dan terperinci tentang perilaku pembelian motor oleh pelanggan membuat sulit untuk mengidentifikasi pola dan preferensi yang dapat membedakan kelompok pelanggan. Solusi dari permasalahan adalah menggunakan algoritma K-Means dengan menggunakan metode *Elbow* dan *Silhouette Score* untuk menunjukkan pembagian pengelompokan pelanggan pada nilai tipe motor, kreditor, provinsi, serta umur. Sehingga, perusahaan PT XYZ dapat membantu dan mengetahui bahwa nilai *cluster* tertinggi menunjukkan kelompok pelanggan yang harus ditargetkan. PT XYZ perlu menciptakan produk berkualitas tinggi dan meningkatkan kepuasan pelanggan untuk mencapai pendapatan yang lebih tinggi.
- 2) Hasil analisa pada segmentasi pelanggan pada penjualan motor PT XYZ menggunakan metode *Elbow* dan *Silhouette Score* yang menunjukkan pembagian pengelompokan pelanggan pada nilai tipe motor, kreditor, provinsi, serta umur bahwa pembagian data tertinggi terjadi pada *cluster* dua. Karena pada hasil keseluruhan pada kedua metode ini bahwa segmentasi data pelanggan, terutama pembayaran *downpayment* dan cicilan. Hal ini *cluster* dua menjadi nilai optimal bagi strategi pemasaran yang lebih terarah, penyesuaian produk untuk memenuhi kebutuhan, dan preferensi pelanggan dari masing-masing kelompok.

3) Hasil dalam pembahasan ini, akan mengevaluasi dan menganalisis dari segmentasi pelanggan yang pertama berdasarkan jenis motor menunjukkan pembagian pelanggan menjadi dua kelompok utama: kelompok dengan pembayaran tinggi dan kelompok dengan pembayaran rendah. *Cluster nol*, yang dominan terdiri dari tipe motor seperti ADV 160 CBS, ADV150 ABS, dan GENIO CBS, menggambarkan pelanggan dengan pembayaran *downpayment* dan cicilan yang relatif rendah. Kelompok ini mungkin mencakup pembeli yang lebih memilih model motor dengan harga yang lebih terjangkau atau memiliki keterbatasan anggaran untuk pembayaran awal dan cicilan bulanan. *Cluster satu*, yang didominasi oleh tipe motor seperti BEAT SPORTY CBS, PCX 160 CBS, dan REVO FIT FI, menunjukkan pelanggan dengan pembayaran yang lebih tinggi. Hal ini mungkin mengindikasikan bahwa kelompok ini terdiri dari pembeli yang lebih mampu secara finansial atau lebih memilih model motor dengan fitur dan spesifikasi yang lebih tinggi, meskipun dengan pembayaran yang lebih besar. Yang kedua berdasarkan kreditor bahwa *cluster nol*, yang mendominasi mayoritas kreditor seperti MD/DL Fincosy, MPM Finance, dan PT Mandiri Utama Finance, menggambarkan pelanggan dengan pembayaran *downpayment* dan cicilan yang relatif rendah. *Cluster satu* yang didominasi oleh PT. Federal International Finance, menunjukkan pelanggan dengan pembayaran yang lebih tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa kelompok ini terdiri dari pembeli yang lebih mampu secara finansial atau memilih kreditor tertentu yang menawarkan skema pembayaran dengan jumlah yang lebih besar. Dengan demikian, segmentasi ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang preferensi dan perilaku pembelian pelanggan berdasarkan jenis kreditor. Yang ketiga berdasarkan provinsi bahwa *cluster nol*, yang mendominasi mayoritas provinsi di Indonesia, menggambarkan pelanggan dengan pembayaran *downpayment* dan cicilan yang relatif rendah. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan dari berbagai wilayah cenderung memiliki perilaku pembelian yang serupa

dalam hal pembayaran, yang mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor ekonomi, sosial, dan demografis yang seragam di seluruh negeri. Di sisi lain, *Cluster* satu, yang didominasi oleh provinsi-provinsi seperti Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur, menunjukkan pelanggan dengan pembayaran yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan dalam perilaku pembelian antara pelanggan dari wilayah ini dibandingkan dengan wilayah lainnya. Yang keempat berdasarkan usia bahwa *Cluster* nol (Dewasa) menunjukkan pelanggan yang termasuk dalam kelompok usia Dewasa. Mereka cenderung memiliki pembayaran yang lebih tinggi dalam hal *downpayment* dan cicilan, menandakan stabilitas finansial yang lebih besar. *Cluster* satu (Remaja dan Lansia): *Cluster* ini mencakup pelanggan dari kelompok usia Remaja dan Lansia. Meskipun memiliki perbedaan signifikan dalam rentang usia, kedua kelompok ini menunjukkan kecenderungan pembayaran yang lebih rendah. Remaja mungkin memiliki keterbatasan finansial atau pendapatan yang lebih terbatas, sementara Lansia memilih untuk membuat pembayaran yang lebih rendah mengingat situasi keuangan mereka yang berbeda.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dibuat pada segmentasi pelanggan pada penjualan motor PT XYZ menggunakan algoritma K-Means *clustering* diberikan saran yang bermanfaat bagi penelitian selanjutnya. Dalam hal ini mengenai algoritma disarankan untuk klasifikasi yang dilakukan hanya menggunakan algoritma K-Means. Maka untuk pengujian lebih lanjut dapat menggunakan algoritma lain serta penelitian ini menggunakan beberapa metode selain menggunakan *Elbow* dan *Silhouette* untuk menguji hasil analisa yang lebih baik.