

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan analisis, perancangan sistem, pembuatan serta uji coba dari sistem pengelompokan pelanggan potensial menggunakan metode *k-means* untuk promosi paket wisata (studi kasus PT. Bali Sinar Mentari) ini, maka dapat diambil kesimpulan bahwa sistem pengelompokan pelanggan menggunakan metode *K-Means Clustering* dapat melakukan pengelompokan, menghasilkan kelompok pelanggan yang potensial serta melakukan pengiriman promosi melalui *email* pada PT. Bali Sinar Mentari.

5.2 Saran

Beberapa saran yang perlu disampaikan untuk pengembangan sistem pengelompokan pelanggan potensial menggunakan metode *k-means* untuk promosi paket wisata (studi kasus PT. Bali Sinar Mentari) ini, antara lain:

1. Sistem pengelompokan pelanggan ini dapat diintegrasikan dengan sistem informasi yang lain pada PT. Bali Sinar Mentari. Sehingga nantinya masing-masing sistem dapat saling bertukar data, agar data pada sistem ini dapat digunakan untuk keperluan lain.

2. Metode *K-Means Clustering* merupakan salah satu metode dari sekian banyak metode pengelompokan data yang ada. Untuk itu, tidak menutup kemungkinan adanya metode yang lebih baik jika dibandingkan dengan metode *K-Means Clustering* ini, untuk kemudian dapat dikembangkan dalam penelitian selanjutnya.

