

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penilaian yang dilakukan, kesimpulan yang bisa diuraikan antara lain :

1. Dengan menerapkan metode K-Means dapat memetakan umkm kedalam 2 klaster yaitu berpotensi diberikan pelatihan dan tidak berpotensi diberikan pelatihan digital marketing berdasarkan potensi perluasan pasarnya.
2. Menerapkan metode K-Means dalam pemetaan untuk pemetaan potensi perluasan pasar secara digital marketing terhadap umkm dimasa mendatang akan menjadi lebih efektif dari proses yang berjalan sebelumnya.
3. Hasil pengembangan prototype untuk pemetaan potensi perluasan pasar secara digital marketing terhadap umkm akan menampilkan hasil klaster, visualisasi data dan hasil *silhouette coefficient*.
4. Mengukur tingkat akurasi penerapan metoda k-mean digunakan uji akurasi dengan *silhouette coefficient* sebesar 0,80 yang termasuk ke dalam kategori kekuatan klaster struktur kuat, kemudian hasil kuesioner kepada pengguna sebesar 87,9%, serta hasil kuesioner kepada ahli dengan pengujina black box sebesar 100%.

### B. Saran

Saran yang dapat diajukan untuk pengembangan selanjutnya yaitu :

1. Pada penelitian pemetaan potensi perluasan pasar secara digital marketing terhadap umkm ini hanya menggunakan 2 variabel yaitu modal awal dan omzet perhari yang bertujuan untuk memberikan rekomendasi umkm yang berpotensi diberikan pelatihan digital marketing disarankan untuk menambah variabel dan klaster.
2. Disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan tujuan yang berbeda seperti pemetaan berdasarkan jenis komoditi usahanya.
3. Disarankan menggunakan metode SAW untuk menentukan umkm yang terlebih dahulu diberi pelatihan berdasarkan urutan nilai terkecilnya.