

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Klasifikasi adalah sebuah cara pengelompokan benda atau objek berdasarkan ciri – ciri yang dimilikinya. Pada prosesnya, klasifikasi dapat dilakukan dengan dua cara yaitu secara manual dan dengan bantuan teknologi. Klasifikasi secara manual adalah klasifikasi yang dilakukan oleh manusia tanpa bantuan algoritma cerdas komputer. Sedangkan klasifikasi yang dilakukan dengan bantuan teknologi adalah klasifikasi yang memanfaatkan algoritma cerdas komputer, beberapa algoritma diantaranya adalah Naïve Bayes, SVM, Decision Tree, Fuzzy Logic, dan Jaringan Saraf Tiruan[1].

Naïve Bayes adalah salah satu teknik prediksi yang berbasis probabilitas sederhana berdasarkan teorema Bayes dengan asumsi independensi yang kuat. Artinya, dalam Naïve Bayes model yang digunakan adalah model fitur independen, Independensi yang kuat dimaksud adalah bahwa sebuah fitur pada sebuah data tidak berkaitan dengan ada atau tidaknya fitur lain dalam satu data yang sama. Kaitan antara Naive Bayes dan klasifikasi adalah bahwa hipotesis dalam teorema Bayes merupakan label kelas yang menjadi target pemetaan dalam klasifikasi, sedangkan bukti merupakan fitur masukan dalam model klasifikasi[2].

PT. Capella Dinamik Nusantara (CDN) adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan sepeda motor Honda yang telah mendirikan cabang di kabupaten Indragiri hilir sejak 2011[3]. Semakin berkembangnya zaman maka semakin berkembang pula proses penjualan sepeda motor Honda, terutama semenjak pandemic covid-19 dimana diberlakukan *social distancing* atau juga



disebut *physical distancing* yang berarti menjaga jarak, atau membatasi kontak fisik[4]. Hal ini membuat teknik telemarketing menjadi gencar dilakukan demi meningkatkan penjualan. Telemarketing digunakan agar bisa mendapatkan potensi terbaik untuk mendapatkan pelanggan untuk sebuah produk yang dimiliki sekaligus dapat membantu perusahaan maupun organisasi tertentu untuk dapat lebih banyak mendapatkan keuntungan dengan pemasaran yang dilakukan dengan jarak jauh[5]. Teknik telemarketing ini memanfaatkan database yang ada dari penjualan - penjualan sebelumnya dan harus dilandasi analisis pasar dan minat konsumen agar tepat sasaran. Pemanfaatan data mining sangat diperlukan pada proses analisa demi mendapatkan hasil analisa yang baik agar telemarketing dapat melakukan promosi yang tepat sasaran sesuai promo yang dibuat oleh perusahaan.

Kemudian dilakukan wawancara pada pimpinan cabang CDN cabang tembilahan ia menyampaikan bahwa “Kesulitan yang Selama ini kami hadapi adalah pada proses analisa dimana kami masih melakukan nya secara manual menggunakan spreadsheet dan pivot table, sehingga kesulitan untuk menentukan kecamatan mana yang lebih berpotensi untuk penjualan tipe motor tertentu dan mengklasifikasikan kecamatan – kecamatan tersebut, missal fokus penjualan pada tipe *matic*” Hal ini perlu dilakukan dikarenakan promo yang diadakan oleh perusahaan berbeda beda setiap bulan nya, sehingga analisa harus menyesuaikan dengan tipe motor yang lagi dalam masa promo.

Tujuan analisa ini adalah untuk menambah pengetahuan baru bagi perusahaan untuk mendukung pengambilan keputusan dalam melakukan promosi dan marketing pada kecamatan yang potensial sehingga promosi dan marketing lebih tepat sasaran dan efektif.



1.2 Rumusan Masalah

Setelah pandemi proses digital dan telemarketing semakin meningkat di setiap perusahaan untuk menjangkau konsumen lebih luas, tak terkecuali CDN tembilahan yang juga memakai teknik telemarketing. Dalam prosesnya ada beberapa kendala yang dihadapi diantaranya adalah:

1. Kesulitan dalam memetakan wilayah berpotensi.
2. Mengklasifikasi wilayah berpotensi berdasarkan minat konsumen terhadap segmen Honda tertentu.
3. Menentukan promosi yang tepat sesuai minat konsumen di Kecamatan yang berpotensi.

1.3 Batasan Penelitian

Penelitian ini hanya mengambil database penjualan di Kabupaten Indragiri Hilir dan hanya menggunakan database tahun 2021 dari CDN dikarenakan data sebelum 2019 sudah tidak aktual dengan kondisi ekonomi masyarakat saat ini dan data 2019 – 2020 kondisi ekonomi masyarakat terpengaruh dampak pandemi sehingga jika tetap digunakan akan membias hasil klasifikasi.. Database yang digunakan akan sangat mempengaruhi hasil klasifikasi.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan yaitu:

1. Untuk mempermudah prediksi kecamatan yang berpotensi.
2. Agar proses telemarketing lebih tepat sasaran.
3. Meningkatkan penjualan sepeda motor Honda di CDN tembilahan.



1.5 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini didapatkan beberapa manfaat diantaranya:

1. Untuk membantu prediksi calon konsumen di CDN tembilahan.
2. Untuk mengetahui akurasi algoritma Naive Bayes dalam mengklasifikasi wilayah potensial penjualan sepeda motor Honda.
3. Penelitian ini juga bermanfaat sebagai acuan dan pembanding untuk penelitian-penelitian klasifikasi selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian awal bab yang membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II : TINJAUAN LITERATUR

Bab ini berisi penjelasan pendahuluan klasifikasi, tinjauan jurnal terdahulu, dan rangkuman.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan pada penelitian beserta tahapannya dan penjelasan dari setiap tahapannya.

Untuk penelitian digunakan metode kualitatif dan untuk klasifikasi menggunakan metode algoritma Naive Bayes.



BAB IV : HASIL ANALISA

Bab ini menjelaskan hasil analisa dari tahap awal pengumpulan data, seleksi data, *preprocessing*, *split* data, klasifikasi, hingga tahap akhir proses scoring dan hasilnya, bab ini diakhiri dengan rangkuman dari seluruh tahapan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab terakhir ini berisi kesimpulan dari penelitian dan saran dari penulis.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

