

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, bidang teknologi informasi mengalami kemajuan yang sangat pesat (Tritularsih & Sutopo, 2017). Kemajuan dalam bidang teknologi informasi telah membuka tahap baru bagi masyarakat sehingga dapat memperoleh informasi secara mandiri. Batasan informasi dengan sendirinya menghilang oleh inisiatif seorang individu yang ingin mengetahui lebih jauh apa yang terjadi sekitarnya. Dengan kata lain, penggunaan teknologi informasi akan mempermudah dalam hal mengolah data yang diubah menjadi informasi.

Teknologi informasi masa kini telah menjadi bagian yang sangat penting dalam perkembangan kehidupan sehari-hari (Marpaung, 2018). Kemajuan teknologi informasi telah memberikan banyak kemudahan bagi organisasi maupun individu. Khususnya dalam pengambilan data yang dapat dipergunakan dalam bisnis, yaitu data penjualan penjualan dan data pembelian (Borman et al., 2020). Dengan hal tersebut, bagi organisasi semacam perusahaan akan dipermudah dalam mengoptimalkan strategi penjualan.

Adanya suatu data yang diambil dari transaksi perusahaan dalam jumlah besar maka dibutuhkan suatu teknik untuk mengolah data tersebut untuk menemukan pola dari himpunan data yang banyak menjadi sebuah informasi yang berguna. Optimasi strategi penjualan adalah proses mengoptimalkan strategi penjualan suatu produk atau layanan dengan menggunakan teknik-teknik analisis data seperti data mining untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat. Dengan

adanya data mining ini berguna untuk menggali sebuah informasi dari tumpukan data yang berlimpah menjadi sebuah ilmu pengetahuan dan mencari pola-pola dari data tersebut menjadi informasi yang lebih berharga yang diperoleh dengan cara mengekstrasi dan mengenali pola yang penting.

Dengan informasi yang diperoleh dari teknik-teknik analisis data ini, perusahaan dapat mengambil keputusan yang lebih tepat dan efektif dalam mengatur strategi penjualan untuk meningkatkan penjualan dan laba. Tujuan dari optimasi strategi penjualan adalah untuk mencapai efisiensi maksimal dalam pengelolaan penjualan yang akan membantu perusahaan meningkatkan pendapatan dan keuntungan. Dimana efisiensi dapat didapatkan dari data penjualan yang ada, dengan memaksimalkan penjualan dari hasil pengolahan data tersebut.

Hal ini juga diperlukan oleh PT. Al-yaubi Tour & Travel dalam melanjutkan bisnisnya. PT. Al-yaubi Tour & Travel sendiri perusahaan yang bergerak pada bidang transportasi khususnya penjualan tiket kapal. Dimana perusahaan tersebut, cukup mengalami dampak sesuai hasil wawancara pada Lampiran 1. karena pembatasan mobilitas pada saat pandemi oleh pemerintah dengan nama Pembatasan Sosial Skala Besar (PSBB) untuk mengurangi tingkat persebaran *Covid-19* (Khairu Nissa, 2020). Namun dalam kebijakan pemerintah yang ada di tengah masa pandemi, yaitu pemberlakuan *new normal* tahap ketiga pada 1-31 Juli 2020 menjadi awal dari kehidupan masyarakat dalam menghadapi *Covid-19* (Wicaksono, 2020). Sehingga dengan adanya pemberlakuan *new normal*, sudah mulai memperbaiki keadaan ekonomi khususnya bagi perusahaan transportasi seperti PT. Al-yaubi Tour & Travel yang lebih mempermudah dalam pergerakan penjualannya.

Dalam menghadapi kondisi seperti, perusahaan PT.Al-yaubi Tour & Travel yang masih tradisional perlu beradaptasi untuk menoptimasi strategi penjualan. Terlebih menghadapi masa pasca *covid-19*, adaptasi diperlukan untuk melanjutkan kelangsungan usahanya adalah mengubah model bisnis ke bisnis digital yang lebih fleksibel dan mudah diakses oleh masyarakat luas (Muhammad Vhikry & Ana Susi Mulyani, 2023). Dalam rangka mengatasi permasalahan di atas, diperlukan suatu strategi penjualan barang yang efektif dalam pengolahan. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah dengan memanfaatkan data mining (Purnama et al., 2022). *naïve bayes* merupakan salah satu metode data mining yang dapat digunakan untuk menghasilkan informasi atau pengetahuan baru yang akan digunakan dalam menentukan strategi pemasaran yang baik, efisien, dan efektif dalam menghadapi pesaing bisnis lainnya serta meningkatkan penjualan (Ayuningtyas et al., 2022).

Dalam penelitian yang berjudul “integrasi metode *neive bayes* dan software *rapidminer* dalam analisis hasil usaha perusahaan dagang” yang dilakukan (Nofitri & Irawati, 2019) menghasilkan bahwa metode *naive bayes* menghasilkan prediksi yang akan membantu pelaku usaha dalam meningkatkan hasil keuntungan, Disisi lain, menurut penelitian berjudul “*business prospects prediction for waqf lands using naïve bayes and apriori algorithm*” yang dilakukan oleh (Fahmi et al., 2022), juga membuktikan bahwa metode *naive bayes* memiliki kemampuan dalam melakukan prediksi prospek khususnya dalam hal bisnis. Dilihat dari penelitian lainnya dengan judul, *implementation of data mining with classification and forecasting method use model gaussian naïve bayes for building store (studi case: Tb Sinar Jaya)* menyimpulkan salah satu algoritma *naive bayes* yaitu *gaussian naive*

bayes dapat dengan baik menentukan strategi marketing dan pemanfaatan teknologi informasi (Valentinus et al., 2023).

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dilakukan penelitian dengan judul “Optimasi Strategi Pemasaran PT. Al-yaubi Tour & Travel Menggunakan *Naive Bayes*”. Tujuan diadakan penelitian ini, untuk membatu PT. Al-yaubi Tour & Travel dalam upaya menghadapi persaingan penjualan sehingga dapat menghasilkan strategi penjualan yang bermanfaat agar dapat dilakukan pembenahan dalam hal penjualan untuk upaya mengoptimalan keuntungan.

Hasil yang dihasilkan dari penelitian ini adalah hasil analisis dengan *confusion matrix* dan *theta_* model pada gaussian naive bayes dengan hasil *accuracy* 0.76, *precision* 0.79, *recall* 0.78, *f1-score* 0.76 dan menghasilkan variabel-variabel yang mempengaruhi pada tingkat keuntungan yaitu keuntungan, asal, subagen, bulan_penjualan, kapal, lintasan, gol., kelas. Dengan hasil variabel lintasan dan gol. lebih berpengaruh terhadap tingkat keuntungan ‘rendah’, sedangkan keuntungan, asal, subagen, bulan_penjualan, kapal, kelas lebih berpengaruh terhadap tingkat keuntungan ‘tinggi’. Sehingga dari hasil tersebut didapatkan untuk variabel yang berpengaruh pada nilai ‘rendah’ dapat ditingkatkan sedangkan ‘tinggi’ dapat lebih dimaksimalkan lagi.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian di atas, ditemukan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu bagaimana cara melakukan optimasi strategi penjualan pada PT. Al-yaubi Tour & Travel menggunakan *naive bayes*?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan masalah yang akan memastikan agar penelitian tetap berfokus pada topik yang ditentukan. Berikut adalah batasan masalah dalam penelitian:

1. Data yang akan digunakan dalam penelitian ini merupakan data penjualan tiket kapal PT. Al-yaubi Tour & Travel dalam rentang waktu 1 Januari 2021 hingga 28 Februari 2023.
2. Proses pemodelan menggunakan pendekatan data mining dengan algoritma *Naive Bayes*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk melakukan implementasi *naive bayes* pada data penjualan PT. Al-yaubi Tour & Travel sehingga dapat membantu dalam mengoptimasi strategi penjualan dengan memanfaatkan keuntungan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan diperlukan agar penulisan penelitian mempunyai acuan atau kerangka penulisan sehingga penulisan penelitian sesuai dengan yang direncanakan. Sistematika Penulisan dari penelitian ini terbagi menjadi beberapa Bab yang mempunyai penjabaran secara singkat sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan yang digunakan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan teori-teori penunjang yang mendukung dalam pelaksanaan penelitian ini yang didapatkan melalui studi literatur maupun observasi

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi alur pengerjaan penelitian yang digunakan penulis serta implementasi utama penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil dan pembahasan mengenai solusi dari permasalahan yang telah terdefiniskan sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang diambil dari penelitian ini dan saran yang merupakan pendapat peneliti tentang kemungkinan dan pemanfaatan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini memaparkan tentang sumber-sumber literatur, tutorial, buku dan situs yang digunakan dalam pembuatan penelitian ini.

LAMPIRAN

Bagian ini berisi tentang data tambahan yang terkait studi kasus dalam penelitian ini.