

STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN NAÏVE BAYES DAN KANVAS STRATEGI PADA HATCHIK FRIED CHICKEN

Moh Ryan Hidayat, Yohanes Anton Nugroho
Program Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Teknologi Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang membangun model prediksi penjualan produk olahan ayam, yaitu Hatchik. Model prediksi penjualan sangat penting ditengah ketidakpastian kondisi. Pertama, persaingan olahan ayam di Yogyakarta yang pesat sehingga mendorong strategi penjualan. Kedua, mulai bulan Februari kondisi penjualan mengalami penurunan ditengah covid-19. Artinya ada ketidakpastian kondisi penjualan untuk bulan berikutnya. Maka model prediksi sangat diperlukan untuk perusahaan membuat strategi penjualan. Model prediksi penjualan menggunakan *Naïve Bayes Classifier*, yaitu metode klasifikasi yang menggunakan pendekatan probabilitas peluang sehingga dapat mengenali data baru yang belum pernah dipelajari sebelumnya. Data yang digunakan unntuk membangun model adala 60. Dalam aturan bayes, data dibagi menjadi 2 yaitu train data sebanyak 2/3 dari data sebanyak 40 data dan tes data 1/3 dari data yaitu 20 data. Train data untuk membangun model dan tes data untuk validasi data. Penelitian ini menghasilkan model prediksi penjualan dengan akurasi ketepatan 50%. Model prediksi berupa tree diagram (diagram pohon) sehingga penggunaan lebih mudah. Setelah mendapatkan model prediksi, langkash selanjutnya yaitu menentukan strategi blue ocean menggunakan model canvass dengan membandingkan pesaing sejenis. Hasilnya, Hatchick memberi inovasi penjualan yaitu membuat konsep mainan anak – anak di outlet, ruang diskusi dan pertemuan dimana konsep ini tidak dimiliki pesaing lain.

Kata Kunci: *Naïve bayes, Kanvas Strategy, Pemasaran*

MARKETING STRATEGY USING NAÏVE BAYES AND CANVAS APPROACH ON HATCHIK FRIED CHICKEN

Moh Ryan Hidayat, Yohanes Anton Nugroho

Department of Industrial Engineering, Faculty of Science and Technology
University of Technology Yogyakarta

ABSTRACT

The research discusses about developing prediction model sales in chicken food product, which is Hatchik. Sales prediction model is very important in the uncertainty condition. First, the tight competition of chicken food product in Yogyakarta, so it encourages sales strategy. Second, starting February, sales has been decreasing in the middle of Covid-19. It means there are uncertainty sales in the next month. Thus, sales prediction model is required to make sales strategy. Sales prediction model uses Naive Bayes Classifier, which is classification model uses chance probability approach, so that, it can identify new data that has not studied yet. Data used to build model is 60. In Bayes rules, data must be divided into two, which are train data: 2/3 or as much as 40 data, and 1/3 or as much as 20 data. Train data to build model and data test to validate data. The research creates sales prediction model and data test for data validation. The research creates sales prediction model with 50% accuracy. Prediction model in the form of tree diagram, so the usage is easier. After gaining prediction model, the next step is to determine ocean blue strategy using canvas model by comparing similar competitor. The result is, Hatchik gives sales innovation such as: making children toys concept in the store, discussion room and meeting whereas the concept has not been thinking by other competitors.

Keywords: *Naïve bayes, Canvas Strategy, Marketing*

DAFTAR PUSTAKA

- Alfa.S. (2015). Implementasi Metode Klasifikasi Naïve Bayes Dalam memprediksi besarnya penggunaan Listik Rumah Tangga.Citec Jurnal.Vol.2.No.3
- Andini.T.I., Witanti.W & Renaldi.F., (2016).Prediksi potensi pemasaran produk baru dengan metode*Naive Bayes* dan Regresi Linear. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi.Vol.1.No.1.
- Ansari.N.,Lobo.V.B.,Andrat.H&Narawde.V.(2020). Improving Computer Games Marketing Using Classification. Studies in Indian Place Names.Vol.40.No.68.
- BPS., (2019). Pertumbuhan produksi Industri pengolahan. Yogyakarta.. BPS DIY.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pea
- Kotler, Philip dan Amstron, Gary, (2014), Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.rson Education,Inc.
- Mubarok.A.S. (2019). Deteksi Minat beli pelanggan terhadap produk paket internet menggunakan algoritma Naive Bayes Classifier.Inovate.Vol.03.No.02.
- Suyanto., (2018). Data Mining Untuk Klasifikasi dan Klasterisasi Data. Bandung:Penerbit Informatika.
- Sulastri & Nugroho.Y.S., (2017). Penerapan data Mining untuk prediksi rating penjualan buku menggunakan Metode *Naive Bayes*..Duta.Vol 12.No.2.
- Yulianto.T. (2019). Prediksi penjualan menggunakan Algoritma naïve bayes Studi Kasus Couple Store.Teknik Informatika.,Universitas Teknologi Yogyakarta.