

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Transportasi dibutuhkan oleh masyarakat seiring berkembangnya zaman serta adanya peningkatan mobilitas kegiatan. Kebutuhan akan sarana transportasi membuat masyarakat berbondong-bondong memilih transportasi yang nyaman untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Pasar otomotif di Indonesia pada bulan Agustus 2022 mengalami peningkatan, di mana capaian penjualan retail kendaraan Mitsubishi Motors di Indonesia juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Performa penjualan PT *Mitsubishi Motors* Krama Yudha Sales Indonesia (MMKSI) secara retail sepanjang bulan Agustus 2022 mencapai 7.669 unit dengan pangsa pasar 9,3%. Angka tersebut merupakan angka penjualan retail untuk kendaraan penumpang dan niaga ringan Mitsubishi Motors di seluruh Indonesia.

“Pada bulan Agustus 2022 ini, kami kembali mendapat respon yang positif dari para konsumen di mana penjualan retail kami kembali menunjukkan angka yang cukup tinggi. Penjualan kami tentunya didukung juga dengan kehadiran produk terbaru kami yaitu *New Xpander Cross* serta komitmen kuat untuk selalu menemani petualangan hidup para konsumen dengan berbagai persembahan dan penawaran terbaik kami. Capaian baik tersebut menjadi salah satu tolak ukur kami dalam memastikan kualitas dari produk serta layanan kami. Dan kami akan terus mempersembahkan produk dengan kualitas terbaik dan memiliki nilai investasi yang tinggi serta layanan yang pastinya mudah dan menguntungkan para konsumen kami,” ujar Tetsuhiro Tsuchida, *Director of Sales & Marketing Division* PT MMKSI. Peningkatan tersebut khususnya

kendaraan mobil di imbangi dengan bertambahnya penduduk yang semakin meningkat di setiap tahunnya. Sehingga semakin meningkatnya kendaraan, semakin meningkat pula masyarakat yang membutuhkan jasa *service* atau reparasi kendaraan yang mereka miliki.

PT Dwindo Berlian Samjaya adalah salah satu bengkel mobil bergerak dalam bidang jasa pelayanan *service*, sales dan sparepart kendaraan. Pelanggan yang memanfaatkan jasa *service* di PT Dwindo Berlian Samjaya sangat kompleks dan bervariasi. Sistem pelayanan pelanggan sampai saat ini masih bersifat konvensional yaitu pelanggan datang. Mitsubitshi memiliki aplikasi pelayanan yaitu MMID (*Mitsubishi Motors ID*). dimana aplikasi tersebut merupakan aplikasi yang memberikan ragam kemudahan kepada konsumen dengan ragam menu terdapat di dalamnya. [1]

Saat ini masyarakat akan mencari, membandingkan, memilih dan menggunakan pelayanan dengan kualitas terbaik, karena itu akan memberikan nilai kepuasan yang tinggi bagi konsumen itu sendiri. Aspek yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah peningkatan pada layanan terhadap pelanggan. Karena setiap konsumen akan mengharapkan pelayanan yang baik, terjamin dan menyenangkan. Hal tersebut juga sebagai media pemasaran bagi pihak perusahaan kepada pelanggan yang merasa puas dan bahkan bisa merekomendasikan sanak saudara dan orang lain untuk menggunakan layanan MMID (*Mitsubishi Motors ID*).

Pada kesempatan ini penulis melakukan penelitian tingkat kepuasan pelanggan salah satu Perusahaan Mitsubitshi yaitu PT Dwindo Berlian Samjaya. Meskipun Mitsubitshi sudah memiliki sistem berbasis *online* namun masih sedikit konsumen yang mau memberikan ulasan, kritik dan sarannya pada sistem tersebut. Padahal kritik dan saran tersebut sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi mencapai kepuasan pelanggan. Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas maka penelitian

yang dilakukan mengambil judul **PREDIKSI TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI LAYANAN MMID (MITSUBISHI MOTORS ID) DENGAN PENERAPAN ALGORITMA NAÏVE BAYES PADA PT DWINDO BERLIAN SAMJAYA.**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, dapat diidentifikasi masalah yaitu sebagai berikut:

1. PT Dwindo Berlian Samjaya membutuhkan informasi tingkat kepuasan pelanggan pengguna aplikasi *MMID (Mitsubishi Motors ID)*.
2. Perlunya analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap penggunaan *MMID (Mitsubishi Motors ID)* di PT Dwindo Berlian Samjaya dengan menggunakan Algoritma *Naïve Bayes*.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap penggunaan aplikasi *MMID (Mitsubishi Motors ID)* di PT Dwindo Berlian Samjaya dengan menggunakan algoritma *naïve bayes*?
2. Bagaimana tingkat akurasi klasifikasi dengan menggunakan algoritma *naïve bayes* untuk analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap pengguna aplikasi *MMID (Mitsubishi Motors ID)* di PT Dwindo Berlian Samjaya?

## 1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian menggunakan metode *Naïve Bayes*.
2. Penelitian ini hanya sebatas analisis tingkat kepuasan pelanggan.
3. Objek penelitian ini hanya dilakukan di PT Dwindo Berlian Samjaya.
4. Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner, dengan mengumpulkan data pada bulan januari-februari 2023.
5. Data penelitian ini sebanyak 150 data *testing* dan 150 data *training*.

### 1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis dari penelitian pada PT Dwindo Berlian Samjaya adalah sebagai berikut ini:

1. Membangun sistem prediksi tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan penggunaan aplikasi MMID pada PT Dwindo Berlian Samjaya.
2. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap penggunaan aplikasi *MMID (Mitsubishi Motors ID)* di PT Dwindo Berlian Samjaya dengan menerapkan algoritma *naïve bayes*, untuk klasifikasi kepuasan pelanggan “Puas” dan “Tidak Puas”.
3. Mempermudah *frontdesk* dalam mengetahui tingkat kepuasan pelanggan PT Dwindo Berlian Samjaya.

### 1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penulis dari penelitian pada PT Dwindo Berlian Samjaya adalah sebagai berikut ini:

1. Memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk meningkatkan pelayanan bagi pelanggan PT Dwindo Berlian Samjaya.
2. Dapat dijadikan media dalam memasarkan aplikasi MMID (*Mitsubishi Motor ID*) dengan pelanggan.

3. Memberikan informasi bagi PT Dwindo Berlian Samjaya terkait tingkat kepuasan pelanggan terhadap penggunaan aplikasi *MMID (Mitsubishi Motor ID)*.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika pembahasan dalam penyusunan skripsi ini dibagi menjadi 5 (lima) bab, berikut penjelasan tentang masing-masing bab:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum latar belakang penelitian, identifikasi masalah penelitian, rumusan masalah penelitian, batasan masalah penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi tentang landasan teori yang berhubungan dengan judul skripsi yang diambil, meliputi hal-hal yang berhubungan dengan *data mining*, algoritma, algoritma *naïve bayes*, prediksi, pelanggan, tingkat kepuasan pelanggan, MMID dan berbagai teori penunjang yang berhubungan dengan topik yang diangkat.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada Bab ini membahas tentang objek penelitian, kerangka pikir penelitian, metode analisis yang terdiri atas pengumpulan data, *processing data*, penerapan algoritma dan menganalisa hasil, serta analisis kebutuhan sistem.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisikan tentang hasil perhitungan algoritma *naïve bayes* dan langkah-langkah tahapan dalam perancangan program, tahap uji coba dan evaluasi aplikasi.

## **BAB V      PENUTUP**

Akhir bab ini penulis memberikan kesimpulan dan saran dari aplikasi yang telah dibuat untuk pengembangan lebih lanjut agar tercapai hasil yang lebih baik.

