

## STAGE 0 - PREPARATION

**Ketua Kelompok:** Akhmad Yuzfa Salvian Idris

**Nama Kelompok:** Pentagon

**Nama Anggota:**

- Arief Rahman Hakim
- Bernardus Valentino
- Sean Frederic Wijaya
- Milenia Nadia Afifah Puspitasari

**Dataset:** Travel Package

<https://www.kaggle.com/susant4learning/holiday-package-purchase-prediction>

**Role:**

Sebagai tim data scientist perusahaan travel PentagonTrip.com bertanggung jawab untuk membantu meningkatkan success rate dari telemarketing berdasarkan data yang tersedia guna meningkatkan revenue dan mengefisienkan cost yang dikeluarkan oleh tim marketing.

**Problem Statement:**

Perusahaan travel PentagonTrip.com ingin meningkatkan penjualan paket travel yang sudah ada. Saat ini, ada 5 jenis paket yang ditawarkan perusahaan, yakni paket Basic, Standard, Deluxe, Super Deluxe, dan King. Dari data tahun lalu, diperoleh hasil bahwa 18% customer membeli paket. Namun, biaya pemasarannya cukup tinggi karena customer dihubungi secara acak tanpa melihat customer yang lebih berpotensi untuk membeli paket sehingga revenue yang didapatkan tidak maksimal.

Problem Point: Bagaimana cara membantu tim marketing dalam mendapatkan revenue yang maksimal dan mengurangi marketing cost yang terbuang sia-sia ?

Data yang mendukung:

“Melakukan segmentasi di Industri pariwisata menjadi pondasi dari sebuah strategi marketing. Pasalnya, segmentasi sangat bermanfaat dalam menjaga fokus sebuah bisnis. Bahkan dengan melakukan segmentasi, seorang pemasar bisa memaksimalkan anggaran marketing agar tepat sasaran dan efektif.”, Pakar Marketing Hermawan Kartajaya.

“Dan, satu hal yang penting adalah tidak ada satu pun pemasar yang bisa menysasar semua segmen. Jika pun ada, pasti membutuhkan dana yang tidak sedikit dan upaya yang tidak biasa,” papar Founder & Chairman MarkPlus, Inc. Hermawan Kartajaya saat memberikan pembekalan pada diskusi Jakarta Weekend Hot Deals di Philip Kotler Theater Class Jakarta, Senin (23/7/2018).

Sumber: <https://bisniswisata.co.id/segmentasi-pondasi-strategi-marketing-bagi-industri-pariwisata/>

**Goal:** Mengefisienkan telemarketing cost sehingga dapat memaksimalkan revenue.

**Objectives:**

- Membuat model prediksi untuk menentukan target customer yang lebih potensial untuk membeli paket travel yang ada berdasarkan data yang tersedia

**Business Metrics:**

- Revenue: pendapatan yang diperoleh dari customer yang membeli paket travel.
- Spending Revenue on Telemarketing Cost: persentase biaya telemarketing terhadap pendapatan.