



# ANALISIS SISTEM REKRUTMEN DAN PENEMPATAN PEGAWAI PADA BAGIAN PEMASARAN MENGGUNAKAN ALGORITMA NAIVE BAYES

Kasdar Al Ade Saputra <sup>1</sup>, Iif Alfiatul Mukaromah <sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Magister Ilmu Administrasi, Program Pascasarjana, Universitas Majalengka

<sup>2</sup>Informatika, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

\*Email penulis koresponden: [iifam@uinsaizu.ac.id](mailto:iifam@uinsaizu.ac.id)

Riwayat Artikel	Abstrak
Submitted: 6 Mei 2024 Accepted: 30 Juni 2024 Published: 30 Juni 2024	<p>Proses rekrutmen dan Penempatan pegawai merupakan salah satu faktor utama dalam meningkatkan produktivitas, efisiensi dan keberhasilan perusahaan. terutama pada bagian pemasaran yang memegang peranan penting dalam pengembangan bisnis. Pemasaran adalah suatu pekerjaan yang berkaitan dengan promosi suatu produk, barang atau jasa. Masalah utama pada bagian pemasaran adalah tingginya tingkat <i>turnover intention</i> pegawai. Penelitian ini bertujuan untuk membantu proses rekrutmen pegawai dengan menggunakan metode Algoritma Naive Bayes untuk mengembangkan sistem rekrutmen dan penempatan pada bagian pemasaran dalam mengklasifikasikan dan menempatkan pegawai pada posisi yang sesuai, sehingga orang tersebut mampu bekerja secara optimal. Dalam penelitian ini indikator yang digunakan berdasarkan Pendidikan, pengalaman dan kinerja. Algoritma Naive Bayes dipilih karena menghasilkan prediksi yang sesuai antara hipotesa dan hasil klasifikasi menunjukkan tingkat akurasi 100% yang dapat menunjang perusahaan dalam mengambil keputusan khususnya dalam penilaian kandidat pegawai pada bagian pemasaran</p> <p><b>Kata kunci:</b> Rekrutmen; Penempatan Pegawai; turnover; Naive Bayes</p>
Jurnal <b>DIALOGIKA</b> diterbitkan oleh Program Studi Magister Ilmu Administrasi, Fakultas Pascasarjana, Universitas Majalengka	<p><b>Abstract</b></p> <p><i>The employee recruitment and placement process is one of the main factors in increasing company productivity, efficiency and success. especially in the marketing department which plays an important role in business development. Marketing is a job related to the promotion of a product, good or service. The main problem in the marketing department is the high level of employee turnover intention. This research aims to assist the employee recruitment process by using the Naive Bayes Algorithm method to develop a recruitment and placement system in the marketing department in classifying and placing employees in appropriate positions, so that these people are able to work optimally. In this research the indicators used are based on education, experience and performance. The Naive Bayes algorithm was chosen because it produces predictions that match the hypothesis and classification results, showing an accuracy level of 100% which can support companies in making decisions, especially in assessing employee candidates in the marketing department.</i></p> <p><b>Keywords:</b> Recruitment; Staffing; Marketing; Naive Bayes</p>

## PENDAHULUAN

Proses rekrutmen dan penempatan pegawai memainkan peran yang sangat vital dalam memastikan bahwa organisasi tidak hanya menarik tetapi juga mempertahankan individu yang tepat. Proses ini bukan hanya sekadar perekrutan, melainkan serangkaian langkah strategis yang mencakup identifikasi kebutuhan, penarikan calon, seleksi, dan akhirnya penempatan pegawai pada posisi yang sesuai dengan keterampilan serta potensi mereka. Dengan demikian, kemampuan dan kualitas individu dapat lebih cepat berkembang dikarenakan tiap individu

bekerja sesuai dengan kompetensi yang mereka miliki (Bisnis et al. 2016). Kegiatan rekrutmen merupakan suatu proses yang dilakukan perusahaan dalam rangka penambahan tenaga sumber daya manusia agar kegiatan perusahaan dapat lebih optimal (Kurnia 2021). Seperti yang dikatakan oleh Kasdar Al-Ade Saputra (2020) dalam disertasinya Keberhasilan sebuah perusahaan sangat bergantung pada efektivitas rekrutmen dan penempatan pegawai. Tujuan utama dari proses rekrutmen adalah untuk mendapatkan orang yang tepat untuk ditempatkan pada suatu jabatan atau pekerjaan tertentu sehingga orang tersebut dapat bekerja secara optimal (Saputra 2020). Proses Rekrutmen dan Penempatan pegawai merupakan salah satu faktor utama dalam meningkatkan produktivitas, efisiensi dan keberhasilan perusahaan, terutama pada bagian pemasaran, bagian pemasaran memainkan peran vital dalam mendorong pertumbuhan dan keberhasilan perusahaan yang merupakan fungsi perusahaan yang paling penting dan strategis. (Anwar et al. 2022)

Pemasaran tidak hanya bertugas memperkenalkan produk atau layanan kepada konsumen, tetapi juga memastikan bahwa perusahaan tetap kompetitif di pasar yang dinamis. Oleh karena itu, efektivitas tim pemasaran sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam merekrut dan menempatkan pegawai yang tepat sesuai dengan pengalaman, dan performan kinerja. Proses rekrutmen dan penempatan yang efisien dapat menjadi penentu utama dalam meningkatkan produktivitas dan kinerja pemasaran. Namun, banyak perusahaan menghadapi tantangan dalam mengelola rekrutmen dan penempatan pegawai secara efektif khususnya pada bagian pemasaran. Profesi sebagai marketing (*sales*) masih dianggap sebagai sebuah pekerjaan yang tidak memiliki jenjang karier dan pekerjaan yang berbasis target. Hal tersebut yang menjadi faktor utama tingginya tingkat *turnover intention* pegawai pada bagian pemasaran.

Semakin tinggi tingkat *turnover intention* pegawai maka semakin rendah produktivitas kinerja, sebaliknya semakin rendah tingkat *turnover intention* pegawai maka semakin tinggi produktivitas kinerja (Susilo and Satrya 2019) (Masita n.d.). Berdasarkan hasil observasi di PT international Tbk-TSO-Auto2000 Cirebon menunjukkan hal yang berbeda yaitu tingkat *turnover intention* pegawai pada bagian pemasaran sangat tinggi, tetapi tingkat produktivitas pun tinggi, yang artinya tingkat penjualannya pun tinggi, bertolak belakang dengan teori yang dikemukakan di atas, dan bagian pemasaran menjadi COR Bisnis pada perusahaan tersebut (Saputra 2020). Tingginya tingkat *turnover intention* pegawai dapat menimbulkan biaya perekrutan atau dan pelatihan, tetapi juga mengganggu stabilitas dan kontinuitas operasional perusahaan. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan pendekatan yang lebih cerdas dan berbasis data dalam proses rekrutmen dan penempatan pegawai (Susilo and Satrya 2019). Dengan hadirnya teknologi yang semakin canggih memiliki potensi besar untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam sistem rekrutmen. Teknologi memiliki sarana untuk mempermudah manusia dalam mengatasi berbagai permasalahan yang ada (Ammar et al. 2024).

Penelitian yang dilakukan oleh Titis Diah Pangestuti, dkk (2014) dalam jurnal Senika, dkk (2022) membuat sistem pendukung keputusan penerimaan karyawan baru menggunakan Naive Bayes Classifier untuk mendapatkan karyawan baru sesuai dengan kriteria perusahaan yang dilakukan oleh devis HRD (Senika, Rasiban, and Iskandar 2022). Dalam upaya meningkatkan efektivitas proses rekrutmen dan penempatan pegawai, penerapan metode berbasis data dan algoritma cerdas menjadi semakin penting. Algoritma Naive Bayes adalah salah satu metode klasifikasi yang dapat digunakan untuk menganalisis dan mengoptimalkan sistem rekrutmen dan penempatan pegawai. Algoritma ini dikenal karena kesederhanaannya serta kemampuannya dalam menangani data kategorikal dan memberikan hasil prediksi yang probabilistik (Pauziah 2017). Dengan menggunakan algoritma Naive Bayes, perusahaan dapat mengklasifikasikan kandidat dan pegawai berdasarkan berbagai atribut seperti keterampilan, pengalaman, pendidikan, dan preferensi mereka, sehingga dapat menempatkan mereka pada posisi yang paling sesuai.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sistem rekrutmen dan penempatan pegawai pada bagian pemasaran menggunakan algoritma Naive Bayes. Dengan menganalisis data kandidat pegawai, sistem ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang lebih akurat dan efektif dalam penempatan pegawai. Implementasi sistem ini diharapkan dapat membantu manajemen

dalam membuat keputusan yang lebih informatif dan efektif, mengurangi biaya pengeluaran rekrutmen dan pelatihan, dan meningkatkan produktivitas serta kinerja pemasaran perusahaan.

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data historis peserta kandidat pegawai penempatan bagian pemasaran pada salah satu perusahaan otomotif di Cirebon. Data tersebut diambil dari data *sales freelance* (magang) pada perusahaan tersebut dengan status pegawai tidak tetap, dengan beberapa kriteria atau atribut yang akan diolah menggunakan algoritma naive bayes sehingga diperoleh satu metode yang paling akurat dan dapat digunakan sebagai rules dalam memprediksi penempatan pegawai bagian pemasaran.

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Algoritma Naive Bayes. Algoritma Naive Bayes merupakan salah satu algoritma klasifikasi berdasarkan teorema Bayesian pada statistika, metode ini dapat menghasilkan estimasi parameter dengan menggabungkan informasi dari sampel dan informasi yang lain yang telah tersedia sebelumnya (Nugraha and Rahayu 2022) (Pratama, Widodo, and Shofia 2021).

Algoritma Naive Bayes adalah metode klasifikasi berbasis probabilistik yang digunakan untuk memprediksi kategori atau kelas dari data tertentu berdasarkan data historis (Klasifikasi et al. 2023) (Issn 2016). Dalam konteks rekrutmen dan penempatan pegawai, algoritma ini dapat digunakan untuk mengklasifikasikan dan menentukan posisi yang paling sesuai bagi kandidat berdasarkan berbagai atribut atau fitur mereka, seperti keterampilan, pengalaman, pendidikan, dan karakteristik lainnya (Pauziah 2017).

### Teorema Baye

Teorema Bayes memberikan cara untuk menghitung probabilitas posterior  $P(C|X)$  dari kelas  $C$  yang diberikan data  $X$ . Teorema Bayes dinyatakan sebagai: (Pratama et al. 2021) (Habib et al. 2022) (Naomi Chatrina Siregar, Riki Ruli A. Siregar 2020) :

$$P(C|X) = \frac{P(X|C).P(C)}{P(X)} \quad (1)$$

Dimana:

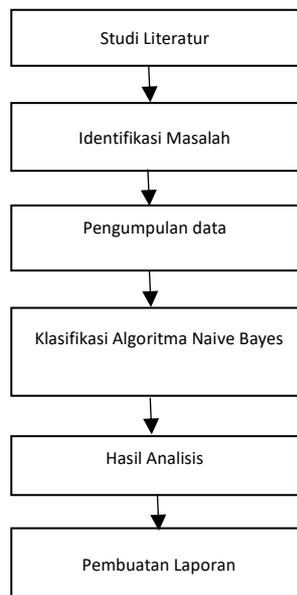
- $X$  : data dengan class yang belum diketahui
- $C$  : hipotesis data yang merupakan suatu class spesifik
- $P(C|X)$  : probabilitas posterior dari kelas  $C$  yang diberikan data  $X$
- $P(X|C)$  : probabilitas likelihood dari data  $X$  yang diberikan kelas  $C$ .
- $P(C)$  : probabilitas prior dari kelas  $C$ .
- $P(X)$  : probabilitas marginal dari data  $X$

Persamaan pertama menjelaskan bahwa peluang masukan sampel karakteristik tertentu dalam kelas  $C$  (*Posterior*) adalah peluang munculnya kelas  $C$  (sebelum masuknya sampel tersebut, sering kali disebut *prior*), dikali dengan peluang kemunculan karakteristik sampel pada kelas  $C$  (disebut juga *likelihood*), dibagi dengan peluang kemunculan karakteristik sampel secara global (disebut juga *evidence*). Karena itu, Rumusan di atas dapat ditulis sebagai berikut (Pratama et al. 2021):

$$P_{osterior} = \frac{priori \times likelihood}{evidnace} \quad (2)$$

Nilai *evidence* selalu tetap untuk setiap kelas pada satu sampel, Nilai dari *posterior* tersebut selanjutnya akan dibandingkan dengan nilai posterior kelas lainnya yang menentukan ke kelas apa

suatu sampel akan diklasifikasikan(Pratama et al. 2021). Dalam penelitian ini akan dilakukan beberapa langkah-langkah atau tahapan penelitian seperti yang digambarkan pada Gambar 1



Gambar 1. Alur Kerja Metode Naive Bayes

Berdasarkan Gambar 1 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Studi Literatur: Peneliti mencari sumber atau referensi yang relevan berkaitan dengan topik yang sesuai melalui buku, karya ilmiah atau jurnal sehingga memiliki acuan dan dasar berkaitan dengan sistem rekrutmen menggunakan algoritma Naive Bayes
2. Identifikasi Masalah: Peneliti mengidentifikasi apa saja yang menjadi permasalahan dalam proses rekrutmen dan penempatan pegawai
3. Pengumpulan Data: peneliti mengumpulkan data sampel dari peserta kandidat pegawai yang memiliki kriteria yang dibutuhkan oleh perusahaan yang akan diolah menggunakan algoritma Naive Bayes.
4. Klasifikasi Algoritma Naive Bayes: mengklasifikasikan data peserta kandidat pegawai menggunakan Algoritma Naive Bayes.
5. Hasil Analisis: peneliti melakukan analisis terhadap data yang sudah di klasifikasikan menggunakan algoritma Naive Bayes, berapa orang yang akan diterima dan ditempatkan pada bagian pemasaran melalui kriteria yang sudah ditentukan.
6. Pembuatan Laporan: peneliti membuat Laporan penelitian, sehingga bisa dimanfaatkan dan digunakan untuk penelitian lanjutan atau menjadi referensi bagi peneliti berikutnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah data yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 10 data historis kandidat pegawai pada bagian pemasaran pada salah satu perusahaan otomotif yang berada di Cirebon, dimana data 10 kandidat diambil dari orang yang magang atau bekerja sebagai *freelance* di perusahaan tersebut. Data tersebut mencakup atribut: Pendidikan, Pengalaman, dan Kinerja.

Pelabelan data kelas dilakukan pada data yang telah terkumpul dengan kelas "Memenuhi Syarat", "Kurang Memenuhi Syarat" dan "Tidak memenuhi syarat. Hipotesa data pada kelas "Memenuhi Syarat" sebanyak 3 data, kelas "Kurang Memenuhi Syarat" sebanyak 3 data, dan pada kelas "Tidak Memenuhi Syarat" sebanyak 4 data. Untuk menentukan data yang nantinya akan diolah dan dianalisis oleh Algoritma Naive Bayes. Maka hal pertama adalah membaca *data*

*training* yang terdapat 10 data. Adapun *data training* dapat di lihat pada table 1 dibawah ini:

Tabel 1. Data Training

No.	Pendidikan	Pengalaman	Kinerja	Keterangan Label
1.	SMA/SMK	<6 Bulan	Stabil	Kurang memenuhi syarat
2.	SMA/SMK	6 Bulan	Tidak Stabil	Tidak memenuhi syarat
3.	SMA/SMK	>6 bulan	Tidak Stabil	Tidak memenuhi syarat
4.	Sarjana	>6 Bulan	stabil	Memenuhi syarat
5.	Sarjana	6 Bulan	Tidak stabil	Tidak memenuhi syarat
6.	D3	<6 Bulan	Excellent	Kurang memenuhi syarat
7.	SMA/SMK	<6 Bulan	Excellent	Kurang memenuhi syarat
8.	Sarjana	>=6 Bulan	Tidak stabil	Tidak memenuhi syarat
9.	Sarjana	6 Bulan	Excellent	Memenuhi syarat
10.	Sarjana	>=6Bulan	stabil	Memenuhi syarat

Tabel 1 menunjukkan data training dari kandidat pegawai yang akan ditetapkan menjadi pegawai tetap di bagian pemasaran. Terdiri dari kriteria atau atribut :

1. Pendidikan: pendidikan pada bagaian pemasaran tidak menjadi faktor utama seseorang ditetapkan sebagai pegawai tetap. Dimana bagian pemasaran lebih melihat performan penjualan yang dilakukan oleh seorang sales
2. Pengalaman: pengalaman magang atau bekerja *freelance* diperusahaan tersebut, terdiri dari tiga kategori yaitu kurang dari 6 bulan (<6Bulan), 6 Bulan dan lebih dari 6 Bulan (>6Bulan)
3. Kinerja: jejak penjualan sales dalam kurun waktu tertentu, terdiri dari 3 kategori yaitu Stabil (penjualan setiap bulannya selalu stabil), Tidak Stabil (penjualan setiap bulannya kadang naik, turun atau bahkan tidak terdapat penjualan), dan Excellent (penjualan setiap bulannya selalu mengalami kenaikan).
4. Label: status keputusan penempatan pegawai pada bagian pemasaran terdri dari 3 kategori yaitu tidak memenuhi syarat (penjualan setiap bulannya tidak stabil), kurang memenuhi syarat (penjualan setiap bulan stabil dan excellent, akan tetapi pengalaman kurang dari 6 Bulan) dan memenuhi syarat( pemjualan setiap bulan stabil atau excellent dan telah melebihi waktu 6 Bulan).

Setelah menentukan data *training*, selanjutnya meentukan Probabilitas class, dimana terdapat 3 kelas dengan label memenuhi syarat, kurang memenuhi Syarat dan tidak memenuh syarat, nilai probabilitas kelas dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Probabilitas Class

No.	Label	Nilai
1.	Memenuhi Syarat	$3/10 = 0,3$
2.	Kurang Memenuhi Syarat	$3/10 = 0,3$
3.	Tidak Memenuhi Syarat	$4/10 = 0,4$

Tabel 2 menunjukkan nilai dari probabilitas kelas, dengan nilai 0,3 untuk kelas “Memenuhi syarat”, 0,3 untuk kelas “kurang memenuhi syarat” dan 0,4 untuk kelas “tidak memenuhi syarat”. Tabel 3 probabilitas dari setiap atribut.

Tabel 3. Probabilitas Setiap Atribut

Atribut	Nilai		
	Memenuhi Syarat	Kurang Memenuhi Syarat	Tidak Memenuhi Syarat
<b>Probabilitas Penempatan</b>			
Label Penempatan	0,3	0,3	0,4
<b>Pendidikan</b>			
SMA/SMK	0	0,66	0,5
D3	0	0,33	0
Sarjana	1	0	0,5
<b>Pengalaman</b>			
< 6 Bulan	0	1	0
6 Bulan	0,33	0	0,5
>= 6 Bulan	0,66	0	0,5
<b>Kinerja</b>			
Excellent	0,33	0,33	0
Stabil	0,66	0,33	0
Tidak Stabil	0	0	1

Tabel 3 menunjukkan nilai dari setiap atribut seperti nilai dari atribut pendidikan yang memiliki 3 kategori, pengalaman yang memiliki 3 kategori dan nilai dari kinerja yang memiliki 3 kategori. Setelah penentuan nilai probabilitas pada setiap atribut, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji klasifikasi menggunakan algoritma Naive Bayes, yang hasilnya dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Klasifikasi menggunakan ALgoritma Naive bayes

No.	Memenuhi Syarat	Kurang Memenuhi Syarat	Tidak Memenuhi Syarat	Hipotesa	Klasifikasi Naive Bayes	Prediksi
1.	0	0,066666667	0	Kurang Memenuhi Syarat	Kurang Memenuhi Syarat	sesuai
2.	0	0	0,1	Tidak Memenuhi Syarat	Tidak Memenuhi Syarat	sesuai
3.	0	0	0,1	Tidak Memenuhi Syarat	Tidak Memenuhi Syarat	sesuai
4.	0,133333333	0	0	Memenuhi Syarat	Memenuhi Syarat	sesuai
5.	0	0	0,1	Tidak Memenuhi Syarat	Tidak Memenuhi Syarat	sesuai
6.	0	0,033333333	0	Kurang Memenuhi Syarat	Kurang Memenuhi Syarat	sesuai
7.	0	0,066666667	0	Kurang Memenuhi Syarat	Kurang Memenuhi Syarat	sesuai
8.	0	0	0,1	Tidak Memenuhi Syarat	Tidak Memenuhi Syarat	sesuai

9.	0,03333333	3	0	0	Memenuhi Syarat	Memenuhi Syarat	sesuai
10.	0,13333333	3	0	0	Memenuhi Syarat	Memenuhi Syarat	sesuai

Tabel 4 Menunjukkan hasil klasifikasi menggunakan algoritma Naive Bayes terhadap Penempatan pegawai di bagian pemasaran terdapat 10 data kandidat pegawai dimana hipotesa dan hasil klasifikasi menunjukkan prediksi yang 100% sesuai. Terdapat 3 data yang “Memenuhi syarat” untuk ditetapkan sebagai pegawai tetap pada bagaian pemasara untuk mengisi kekosongan pegawai yang mengundurkan diri atau tidak memenuhi targeting penjualan, 3 data menunjukkan “Kurang Memenuhi Syarat” disebabkan pengalaman yang belum genap 6 bulan akan tetapi kinerja menunjukan stabil atau bahkan excellent yang berarti penjualan setiap bulan menunjukkan peningkatan, dan 4 data menunjukkan “Tidak memenuhi Syarat” disebabkan penjualan setiap bulannya tidak stabil. Seperti hasil riset yang dilakukan oleh ulfah Pauziah (2017) dalam penelitiannya menganalisis penentuan karyawan terbaik menggunakan metode Naive Bayes dengan hasil 98,5714 % sehingga hasil bahwa 98,5714 % algoritma naive bayes dapat membantu dalam pengambilan keputusan pada penentuan karyawan terbaik(Pauziah 2017)

## KESIMPULAN

Analisis rekrutmen penempatan pegawai pada bagian pemasaran dengan menggunakan 3 indikator yaitu pendidikan, pengalaman dan kinerja dan dilakkan proses pengklasifikasian menggunakan Algoritma Naive Bayes menghasilkan prediksi yang sesuai antara hipotesa dan hasil klasifikasi menunjukkan tingkat akurasi 100%. Hal ini dapat dijadikan untuk menunjang perusahaan dalam mengambil keputusan khususnya dalam penetapan kandidat pegawai pada bagian pemasaran. Penelitian ini masih dalam proses analisis perlu adanya pengembangan lebih lanjut dan implementasi system sehingga proses perhitungan indikator bisa dilakukan secara otomatis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ammar, Sodikul, Tresna Yudha Prawira, Iif Alfiatul Mukaromah, Model Waterfall, and Black Box Testing. 2024. “Sistem Informasi Pencatatan Pembayaran Tk Aisyiyah Bustanul Athfal Bumiayu Berbasis Web.” 4(1):33-39.
- Anwar, Raihan Aid, Rama Ramadhan, Universitas Singaperbangsa Karawang, Telukjambe Timur, and Informasi Artikel. 2022. “Pentingnya Pemasaran Dalam Menunjang Perkembangan Bisnis.” 2(4):2-4.
- Bisnis, Program Manajemen, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra, Jl Siwalankerto, and Abstrak Di. 2016. “BIHUN CAHAYA TIGA TUNGGAL.” 4(1):179-85.
- Habib, Sayyid Muhammad, Elin Haerani, Siska Kurnia Gusti, and Siti Ramadhani. 2022. “Klasifikasi Berita Menggunakan Metode Naïve Bayes Classifier.” 5(2):248-58.
- Issn, P. 2016. “Metode Naive Bayes Untuk Prediksi Kelulusan ( Studi Kasus : Data Mahasiswa Baru Perguruan Tinggi ).” 2(1):22-26.
- Klasifikasi, Pada, Tingkat Minat, Barang Di, and Toko Violet. 2023. “ANALISIS ALGORITMA NAIVE BAYES CLASSIFIER ( NBC ).” 7(1):87-94.
- Kurnia, Dona. 2021. “Rekrutmen Karyawan Baru Berbasis Metode Analytical Hierarchy Process (Ahp).” *Jurnal Teknoif Teknik Informatika Institut Teknologi Padang* 9(2):64-72. doi: 10.21063/jtif.2021.v9.2.64-72.
- Masita, Ira. n.d. “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TURNOVER INTENTION ( STUDI KASUS PADA KARYAWAN YAYASAN CENDIKIA BUNAYYA KABANJAHE ).”
- Naomi Chatrina Siregar, Riki Ruli A. Siregar, M. Yoga Distra Sudirman. 2020. “Jurnal Teknologia Implementasi Metode Naive Bayes Classifier ( NBC ) Pada Komentar Warga Sekolah Mengenai Pelaksanaan Pembelajaran Jarak Jauh ( PJJ ) Jurnal Teknologia.” 3(1):102-10.
- Nugraha, Muhamad Fahmi, and Sri Budi Rahayu. 2022. “Penerapan Naïve Bayes Dalam Mengklasifikasi Calon Penerima Bantuan Pangan Non Tunai Di Desa Nanjung Mekar.” *INTERNAL (Information System Journal)* 5(2):137-46. doi: 10.32627/internal.v5i2.634.

- Pauziah, Ulfa. 2017. "Analisis Penentuan Karyawan Terbaik Menggunakan Metode Algoritma Naive Bayes (Studi Kasus PT. XYZ)." *Prosiding Diskusi Panel Pendidikan "Menjadi Guru Pembelajar"* 1(1):94–102.
- Pratama, Faisal Kurnia, Danang Wahyu Widodo, and Niska Shofia. 2021. "Implementasi Metode Naive Bayes Dalam Mengklasifikasi Penerima Program Keluarga Harapan ( PKH ) Desa Minggiran Kediri." *Seminar Nasional Inovasi Teknologi UN PGRI Kediri* 23–28.
- Saputra, Kasdar Al Ade. 2020. "EVALUASI PROGRAM REKRUTMEN DAN PENEMPATAN PEGAWAI DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING SUMBER DAYA MANUSIA DI PT. ASTRA INTERNATIONAL TBK.-TSO-AUTO2000 CABANG CIREBON." Universitas Negeri Jakarta.
- Senika, Anis, Rasiban Rasiban, and Dadang Iskandar. 2022. "Implementasi Metode Naive Bayes Dalam Penilaian Kinerja Sales Marketing Pada PT. Pachira Distrinusa." *Jurnal Media Informatika Budidarma* 6(1):701. doi: 10.30865/mib.v6i1.3331.
- Susilo, Jimmy, and I. Gusti Bagus Honor Satrya. 2019. "Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Turnover Intention Yang Dimediasi Oleh Komitmen Organisasional Karyawan Kontrak." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 8(6):3700. doi: 10.24843/ejmunud.2019.v08.i06.p15.