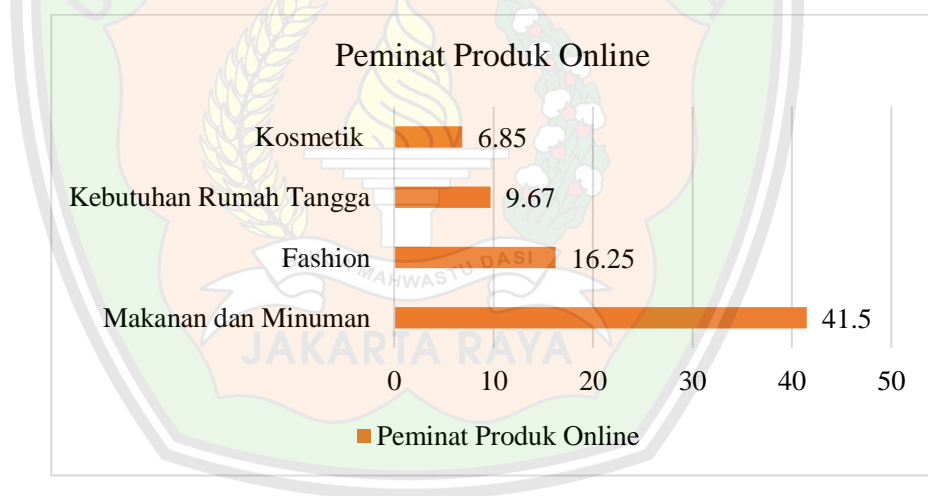


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan teknologi yang terus meningkat menghasilkan data dalam jumlah besar yang dapat memberikan informasi dan kemudahan yang berguna dan bermanfaat jika diproses dan digunakan dengan baik dalam berbagai aspek kehidupan [1]. Dengan kemajuan teknologi saat ini, proses jual-beli dilakukan melalui internet dan menggunakan media elektronik atau disebut juga dengan *e-commerce*.



Gambar 1. 1 Peminat Produk Online

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2023) [2]

Dapat dilihat dari gambar 1.1 Peminat Produk Online, mayoritas pelaku usaha dari sekitar 15.6 ribu usaha *e-commerce* mayoritas atau 41.5% menjual produk makanan dan minuman. Jenis produk lain yang banyak dijual adalah busana

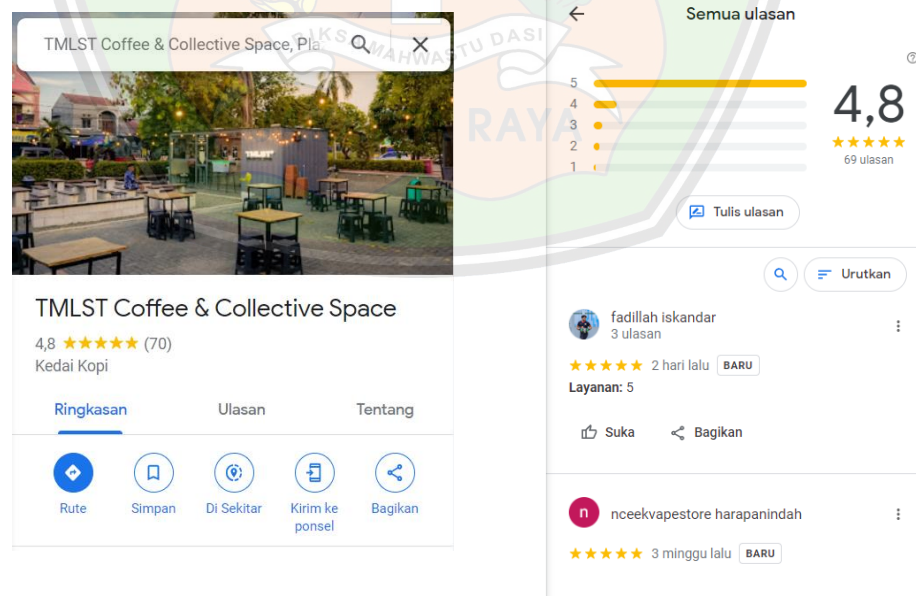
atau *fashion* 16.25%, selain itu diikuti dengan produk kebutuhan rumah tangga 9.67%, dan terakhir diikuti dengan produk kosmetik 6.85%.

Perkembangan *Coffee Shop* yang pesat saat ini ikut terpengaruh dengan adanya kemajuan teknologi internet, salah satu *coffeshop* yang ikut terpengaruh dengan adanya kemajuan teknologi internet adalah TMLST *Coffee*. Salah satu penunjang berkembangnya adalah adanya aplikasi online food dan situs web, seperti Shopeefood, dan Google Maps. Yang membantu masyarakat dalam melakukan pemesanan *online* yang tidak memiliki batas waktu serta dapat membantu para pelaku usaha dalam mencapai target pasaran. Sementara itu, didalam layanan aplikasi online food dan situs web seperti Shopeefood dan Google Maps terdapat fitur untuk mencari informasi tentang bisnis *Coffee shop*, selanjutnya terdapat juga fitur ulasan dan foto *coffeshop* tertentu, dengan tujuan untuk mengetahui fasilitas dan pelayanan yang dimiliki oleh setiap *coffeshop* sebelum berkunjung.

Permasalahan yang muncul seiring berjalannya waktu seperti, dalam mengumpulkan *feedback* dari *costumer* akibat semakin banyaknya data ulasan yang tersedia di Google Maps dan aplikasi *online food* yaitu Shopeefood. Hal ini membuat TMLST *Coffee* kesulitan untuk memantau dan mengevaluasi setiap ulasan yang diberikan oleh *costumer* secara efektif dan efisien. Ulasan dari *costumer* tersebut biasanya menjadi tolak ukur yang efektif dan efisien untuk menemukan informasi dan akan berpengaruh kepada calon *costumer* baru terhadap *Coffeeshop* tersebut. Oleh karena itu, diperlukan suatu solusi yang dapat membantu TMLST *Coffee* untuk mengumpulkan, memproses, dan menganalisis *feedback* dari

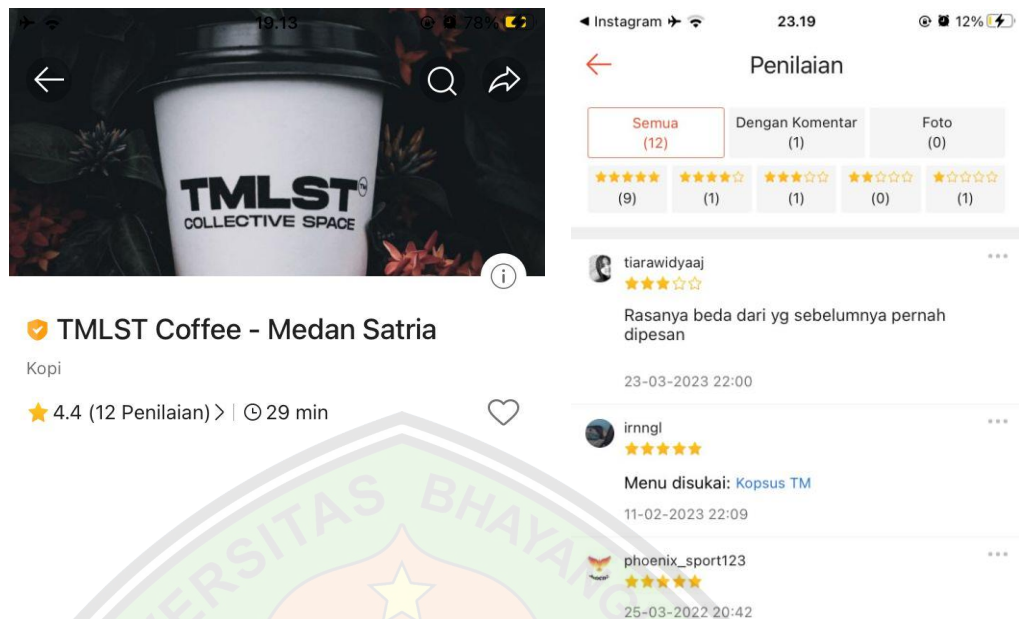
customer pada aplikasi online food seperti ShopeeFood dan Google Maps dengan lebih baik dan terstruktur. Dalam penelitian ini, mengumpulkan dan menganalisis ulasan yang diberikan *customer* kepada TMLST Coffee begitu banyak, maka akan sangat membutuhkan waktu yang lama untuk membaca satu persatu ulasan tersebut, maka diperlukan teknik khusus menggunakan teknik *scrapping*. Metode ini memungkinkan untuk mengumpulkan data dalam jumlah yang besar secara otomatis.

Setelah dilakukan pengambilan dan mengumpulkan data, maka dilakukan Analisis Sentimen untuk mengevaluasi pendapat atau kecenderungan opini terhadap suatu masalah dan data akan menjalani proses analisis dimana penulis melakukan proses klasifikasi ulasan untuk mengenali apakah ulasan tersebut bersifat positif atau negatif [3]. Dapat dilihat Gambar 1.2 adalah Ulasan *Customer* TMLST Coffee Pada Google Maps.



Gambar 1. 2 Ulasan Customer TMLST Coffee Pada Google Maps

Sumber: (Google Maps, 2023) [4]



Gambar 1. 3 Ulasan *Costumer* TMLST Coffee Pada Shopeefood

Sumber: (Shopee, 2023) [4]

Selain ulasan *costumer* pada Google Maps, dapat dilihat gambar 1.3 diatas ini adalah ulasan *costumer* pada aplikasi *online food* yaitu Shopeefood. Selanjutnya, dalam penelitian ini, metode yang akan digunakan adalah Naive Bayes. Metode Naive Bayes merupakan salah satu metode yang dapat digunakan pada analisis sentimen karena algoritma ini bertujuan sebagai metode klasifikasi dan mampu mengelompokkan komentar orang-orang menjadi positif ataupun negatif. Dan metode Naive Bayes memiliki tingkat akurasi yang cukup unggul dibandingkan dengan algoritma yang lainnya.[5] Dalam penelitian ini, data yang diambil merupakan data ulasan *costumer* pada aplikasi *online food* yaitu Shopeefood dan Google Maps serta dilakukan juga dengan menyebar kuesioner kepada *costumer*

Coffeeshop TMLST Coffee dan diisi melalui google form. Oleh sebab itu, penulis berfokus pada pengujian performa metode Naïve Bayes dalam melakukan pengklasifikasian pada Analisis Sentimen. Dengan pengaplikasian menggunakan Bahasa Pemrograman *Python*. Berdasarkan rumusan latar belakang di atas, maka penulis akan melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Sentimen Ulasan Costumer Kopi TMLST Menggunakan Algoritma Naïve Bayes**”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan yang sudah penulis uraikan di atas, dapat disimpulkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Dalam mengumpulkan *feedback*, semakin banyaknya data ulasan dari *costumer* yang tersedia di Google Maps dan aplikasi *online food* yaitu Shopeefood. Hal ini menyebabkan TMLST *Coffee* kesulitan untuk memantau dan mengevaluasi setiap ulasan yang diberikan oleh *costumer* secara efektif dan efisien.
2. Belum diterapkannya pengklasifikasian ulasan positif atau negatif pada ulasan *costumer* yang ada mengenai *coffeeshop TMLST Coffee* di Kota Bekasi

1.3. Batasan Masalah

Agar terhindar dari permasalahan yang menyimpang dan agar pembahasan menjadi terarah, maka penulis melakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Analisis sentimen ini dibuat untuk dapat menganalisis ulasan *costumer* terkait TMLST *Coffee* yang ada di Kota Bekasi.
2. Pada penelitian ini menggunakan data ulasan *costumer* mengenai TMLST *Coffee* di Kota Bekasi pada aplikasi *online food* serta pada Google Maps dan Kuesioner. Pengambilan data dilakukan pada ulasan yang tersedia dari bulan Februari 2023 s/d bulan Mei 2023.
3. Penelitian ini hanya menggunakan metode Naïve Bayes dan juga menggunakan bantuan aplikasi ekstension yang disediakan pada *browser* google chrome untuk melakukan proses pengumpulan data menggunakan metode *web scrapping*.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka permasalahan yang akan menjadi kajian penulis adalah bagaimana melakukan analisis sentimen dengan metode naïve bayes terhadap ulasan *costumer* TMLST *Coffee* pada aplikasi *online food* serta pada Google Maps?

1.5. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.5.1. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah

1. Mengetahui feedback dari customer dan menganalisis ulasan *costumer* TMLST *Coffee* yang telah membeli kopi dari aplikasi *online food* serta pada Google Maps.

2. Menerapkan algoritma naïve bayes untuk mengklasifikasikan ulasan positif dan negatif dari *costumer* pada TMLST *Coffee*.
3. Mengetahui hasil klasifikasi dari model yang telah dibuat, yang dapat digunakan untuk laporan analisis data ulasan.

1.5.2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diberikan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi dalam menganalisis ulasan *costumer* dan memungkinkan TMLST *Coffee* untuk mengambil tindakan yang lebih cepat dalam meningkatkan produk dan layanan mereka.
2. Dapat membantu TMLST *Coffee* dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif berdasarkan hasil klasifikasi ulasan *costumer*.
3. Menambah ilmu pengetahuan dengan penguasaan materi yang baru dari penelitian yang telah dilakukan.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut ini :

Bab I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan tentang uraian singkat pada latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

Bab II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka yang berhubungan dengan penelitian, terkait tinjauan pustaka, data mining, analisis sentimen, klasifikasi, naïve bayes, CRIPS-DM, dan peralatan pendukung.

Bab III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menerangkan terkait objek penelitian, kerangka penelitian, Tahapan Penelitian, analisa kebutuhan sistem, dan hubungan antara Google maps dengan analisis sentimen.

Bab IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini memaparkan hasil dan pembahasan, sumber data, penggabungan data, pengolahan data menggunakan python, dan perhitungan manual.

Bab V : PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan yang didapatkan dari proses yang telah dilakukan dari proses yang telah dilakukan dan menyertakan saran agar dapat dikembangkan dengan topik yang serupa.