

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi yang pesat membawa perubahan dan kemudahan bagi khalayak dalam menjalankan aktivitas, salah satunya dalam aspek kuliner. Di Indonesia perkembangan dunia bisnis kuliner mengalami perkembangan yang sangat pesat, sehingga banyak pembisnis membuka restoran dengan berbagai menu menarik, salah satu restoran yang sedang banyak diminati pelanggan yaitu Mie Gacoan. Mie Gacoan terkenal dengan cita rasa yang pedas dan harganya yang murah, berbeda dengan jenis mie lainnya. Mie Gacoan menggunakan cabai halus sehingga mudah tercampur dengan mie. Cita rasa pedas dan gurih membuat para pelanggan melakukan keputusan pembelian terhadap Mie Gacoan.

Kini restoran Mie Gacoan berhasil menjadi restoran mie pedas nomor 1 di Indonesia. Mie Gacoan berdiri sejak awal tahun 2016. Mie Gacoan merupakan bagian dari PT Pesta Pora Abadi, restoran ini utamanya di provinsi Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat dan Kepulauan Bali [1]. Salah satu cabang Mie Gacoan berada di Bekasi khususnya di jalan Juanda. Kota Bekasi merupakan salah satu kota yang terdapat di provinsi Jawa Barat Indonesia. Kota ini berada dalam anggota yang terkait megapolitan Jabodetabek dan dijadikan kota akbar ke empat di Indonesia.



**Gambar 1. 1 Mie Gacoan Juanda Bekasi**

Dengan bukanya Mie Gacoan di Bekasi, membuat warga Bekasi tertarik untuk berkunjung ke restoran Mie Gacoan.

Warga Bekasi sangat antusias akan rasa Mie Gacoan ini, sehingga restoran Mie Gacoan Bekasi Juanda membludak pelanggan yang menyebabkan banyak ulasan-ulasan dari pelanggan Mie Gacoan Juanda Bekasi. Dari banyak ulasan tersebut, tentunya tidak hanya ulasan yang bagus nya saja tetapi juga banyak ulasan-ulasan negatif. Ulasan dari para pelanggan bisa dijadikan sebagai tolak ukur kepuasan pelanggan, dan juga sebagai referensi untuk evaluasi pihak restoran baik dari sisi rasa maupun pelayanannya.

Salah satu *platform* terbaik untuk menampung ulasan dari pelanggan mengenai suatu produk atau layanan yaitu *Google Review*. Karena telah terintegrasi dengan GMB dan *Google Maps*, fitur keluaran *Google* ini juga dapat meningkatkan eksposur bisnis di mata publik dan mendorong penjualan. Ulasan yang baik tentunya akan membantu bisnis membangun reputasi yang baik, begitu pun sebaliknya. Fitur yang disediakan *Google* ini pun telah menjadi favorit para pembisnis sebagai salah satu media penerima *feedback*.

Ulasan yang terdapat pada *Google Review* juga menjadi bahan referensi pengunjung, ulasan pada situs *Google Review* juga menjadi bahan evaluasi dari pihak pengusaha kuliner agar dapat melakukan perbaikan demi kenyamanan dan kepuasan para pengunjung baik dari segi rasa dan fasilitasnya. Karna banyaknya ulasan atau *review* dari para konsumen, akan sangat membutuhkan waktu lama untuk membaca satu persatu ulasan atau *review* tersebut, maka dari itu diperlukan suatu teknik untuk mengumpulkan ulasan atau *review* dan menganalisis dengan jumlah data berskala besar. Salah satu metode yang dapat dilakukan untuk menganalisis hasil ulasan-ulasan tersebut yaitu analisis sentimen.

Analisis sentimen ini sebuah cara yang dapat digunakan untuk mengolah ulasan komentar yang diberikan oleh pelanggan atau pengunjung melalui berbagai media, mengenai sebuah produk ataupun sebuah tempat. Analisis sentimen ini juga digunakan untuk menganalisis klasifikasi jenis opini dokumen, ulasan, atau pendapat berdasarkan emosi yang diungkapkan baik itu positif maupun negatif sehubungan dengan topik

tertentu [2]. Klasifikasi sentimen bertujuan untuk mengatasi masalah ini dengan secara otomatis mengelompokkan *review* pengguna menjadi sentimen positif atau sentimen negatif [3].

Penelitian tentang analisis sentimen pada ulasan produk menggunakan algoritma *Naïve Bayes* dilakukan oleh [4] dengan menggunakan *Naïve Bayes*. Dari hasil penelitian akhir yang diuji menghasilkan nilai akurasi terendah pada pengujian 5 kelas menggunakan dataset 80% latih dan 20% data uji sebesar 52.66%, sedangkan pada pengujian 3 kelas menggunakan dataset 90% data latih dan 10% data uji memiliki akurasi tertinggi sebesar 77.78%.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh [5] dengan judul *Klasifikasi Text Mining Review Produk Kosmetik Untuk Teks Bahasa Indonesia Menggunakan Algoritma Naïve Bayes*. Nilai akurasi yang dihasilkan akan menjadi tolak ukur untuk mencari model pengujian terbaik untuk kasus klasifikasi sentimen. Evaluasi dilakukan menggunakan *10 fold cross validation*. Pengukuran akurasi diukur dengan confusion matrix dan kurva ROC. Hasil penelitian menunjukkan penerapan generate *n-gram* pada tahap preprocessing mempengaruhi nilai akurasi dan nilai AUC yang dihasilkan. Nilai akurasi terbaik yang dihasilkan pada penelitian ini yaitu 90.50% dengan nilai AUC sebesar 0.715 pada penerapan *generate n-gram = 2*.

Penelitian lain yang pernah dilakukan oleh [6]. Dengan judul analisis sentimen ulasan media massa menggunakan metode C4.5 berbasis *Forward Selection*. Pengambilan data pada penelitian ini diambil pada situs *review Yelp* dengan masa

waktu dari tahun 2010 sampai dengan 2018. Pada penelitian ini, proses analisis data menggunakan *RapidMiner* 6.5. Berdasarkan hasil analisis nilai akurasi dari C4.5 sebesar 80,00% dan hasil analisis forward selection sebesar 4,00%.

Kemudian penelitian dengan judul perbandingan algoritma *Naïve Bayes* dan C4.5 pada analisis sentimen Presiden 3 periode di komentar Twitter, yang dilakukan oleh [7]. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sentiment di masyarakat terhadap Presiden 3 Periode di Indonesia melalui *tweet* di media social Twitter. Pengambilan data nya dilakukan dengan teknik *crawling*, pada penelitian ini juga, proses analisis data menggunakan *RapidMiner*. Berdasarkan hasil penelitian maka dihasilkan nilai akurasi sebesar 78% untuk algoritma C4.5 dan 85% untuk algoritma *Naïve Bayes*.

Beberapa penelitian sebelumnya menjadi riset yang akan dilakukan peneliti terkait topik analisis sentimen dengan menggunakan metode *Naïve Bayes* dan C4.5 yang peneliti ambil. Algoritma *Naïve Bayes* dan C4.5 adalah dua metode yang populer digunakan dalam analisis sentimen karena kemampuan mereka untuk mengklasifikasikan ulasan ke dalam kategori sentimen yang relevan, seperti positif dan negatif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *Naïve Bayes* dan C4.5 untuk menyelesaikan permasalahan tersebut dan peneliti berfokus pada seberapa baik performa metode *Naïve Bayes* dalam pengklasifikasian analisis sentimen.

Berdasarkan rumusan latar belakang tersebut, maka peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Sentimen terhadap Ulasan Mie Gacoan Juanda Bekasi pada *Google Review* Menggunakan Metode *Naïve Bayes* dan C4.5”**.



## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah peneliti uraikan, dapat disimpulkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Belum diketahui bahan evaluasi bagi pihak pengusaha kuliner untuk melakukan perbaikan segi rasa dan fasilitas.
2. Belum adanya penelitian sentimen analisis yang dilakukan pada ulasan atau *review Google Review Mie Gacoan Juanda Bekasi*.

## 1.3 Batasan Masalah

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

1. Penelitian ini hanya menggunakan data ulasan atau *review* konsumen mengenai Mie Gacoan Juanda Bekasi pada *Google Review*;
2. Data yang diambil sebanyak 1.291 ulasan atau *review*.
3. *Range* data yang digunakan untuk penelitian ini adalah pada bulan Maret 2022 sampai dengan Maret 2023.

## 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka permasalahan yang akan menjadi kajian peneliti yaitu bagaimana menerapkan algoritma *Naïve Bayes* dan C4.5 untuk analisis sentimen pada ulasan Mie Gacoan Juanda Bekasi?

## 1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1.5.1 Tujuan Penelitian

Secara umum, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menerapkan analisis sentimen dalam data ulasan atau *review* konsumen Mie Gacoan Juanda Bekasi dari *Google Review*;
2. Mengetahui bagaimana tingkat akurasi metode *Naïve Bayes* dan C4.5 dalam pengklasifikasian sentimen negatif maupun sentimen positif pada data ulasan atau *review* Mie Gacoan Juanda Bekasi.

### 1.5.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui gambaran secara umum mengenai ulasan atau *review* pada Mie Gacoan Juanda Bekasi berdasarkan data ulasan atau *review* pada *platform Google Review*;
2. Dapat mengetahui tingkat akurasi metode *Naïve Bayes* dan C4.5 dalam memproses data ulasan atau *review* konsumen Mie Gacoan Juanda Bekasi pada *Google Review*;
3. Memudahkan kepada pihak Mie Gacoan tersebut dalam mengetahui kepuasan konsumen dalam bentuk opini ulasan atau *review* yang bersifat positif dan negatif, sehingga dapat dijadikan acuan, masukan maupun referensi kepada perusahaan dalam upaya menjaga kualitas, meningkatkan kinerja dan

memperbaiki kekurangan serta evaluasi agar produk tersebut menjadi lebih baik kedepannya.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika pembahasan pada penyusunan skripsi ini dibagi menjadi lima bab. Sistematika penulisan dari tiap bab dalam skripsi ini bertujuan untuk disusun sebagai berikut.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tempat dan waktu penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi mengenai tinjauan pustaka atau penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik skripsi yang dipilih, dan dilengkapi dengan landasan teori yaitu teori-teori pendukung yang berkaitan dengan tema skripsi yang dipilih.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang teknik pengumpulan data, metode analisis data, dan kerangka penelitian.

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



Bab ini menunjukkan hasil dari ulasan yang peneliti lakukan, membahas metode, mengukur hasil akurasi dengan algoritma klasifikasi. Hasil dari penerapan metode *Naïve Bayes* dan C4.5 pada dataset yang diambil dari ulasan *Google Review Mie Gacoan Juanda Bekasi*.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran dari penelitian.

