

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Industri dan Bisnis di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat khususnya bisnis yang bergerak di bidang kuliner. Hal ini dapat dilihat dari maraknya usaha kuliner yang baru hadir. Berdasarkan pengutipan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistika (BPS) pada bulan Juni 2022, usaha kuliner yang tersebar di seluruh Indonesia berjumlah 11.223 pada tahun 2020. Diantaranya yaitu berupa restoran atau rumah makan sebanyak 8.042 usaha (71,65 %), Katering sebanyak 269 usaha (2,40 %), dan sisanya masuk dalam kategori lainnya yaitu sebanyak 2.912 usaha (25,95 %). Gambar 1.1 menampilkan data statistik usaha kuliner terbanyak di Indonesia.



Gambar 1. 1 Statistik Usaha Kuliner Terbanyak di Indonesia

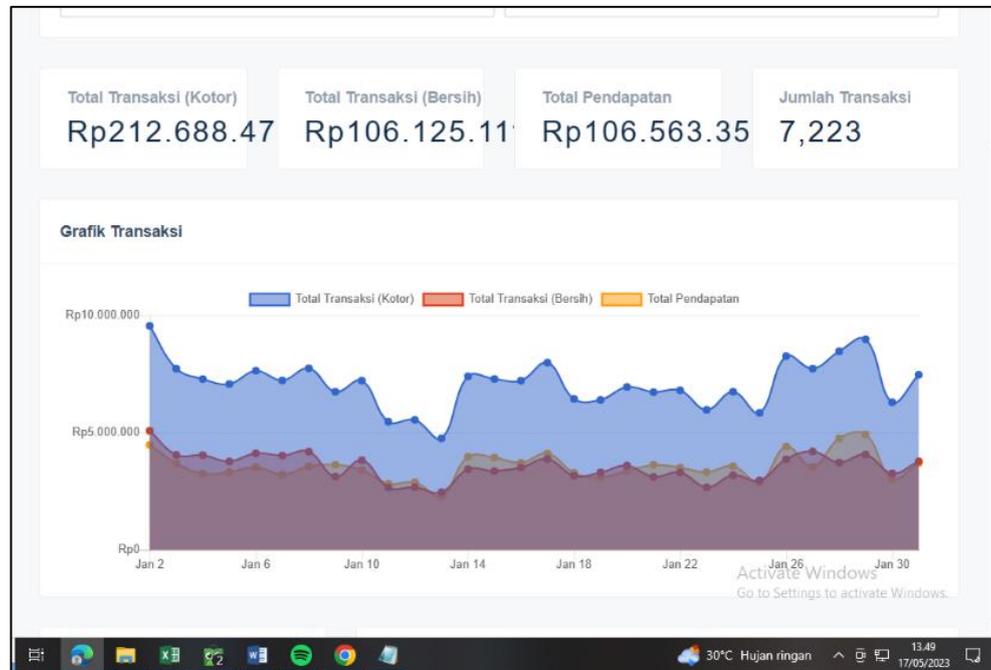
Pada gambar 1.1 menampilkan bahwa tahun 2020 DKI Jakarta menduduki peringkat pertama dengan jumlah sebanyak 5.159 usaha, Jawa Barat berada di posisi kedua dengan jumlah 1.414 usaha, Jawa Timur menempati posisi ketiga dengan jumlah 821 usaha, Banten di posisi keempat dengan jumlah 539 usaha, dan Riau di posisi kelima dengan jumlah 475 usaha sementara itu tersisa 5 provinsi yang juga terdaftar di 10 besar provinsi dengan usaha kuliner terbanyak pada tahun 2020

yaitu Jawa Tengah, Sumatra Selatan, Lampung, Sulawesi Selatan, dan Daerah Istimewa Yogyakarta.

Usaha kuliner kian semakin diminati oleh banyak orang, mulai dari usaha rumahan yang dapat di kerjakan oleh seorang ibu rumah tangga hingga mereka yang memang berminat menjadi seorang wirausaha. Berbagai jenis usaha kuliner di Indonesia, salah satunya yaitu usaha kuliner yang bergerak di bidang makanan. Makanan adalah salah satu kebutuhan pokok manusia, pada umumnya ada dua jenis makanan yaitu makanan tradisional dan makanan modern. Makanan tradisional adalah jenis makanan khas suatu daerah dan biasanya hanya terdapat di daerah tersebut, sedangkan makanan modern adalah jenis makanan yang dapat diolah menjadi makanan baru dan terdapat dimana saja. Berdasarkan data survei yang dihasilkan dari preverensi kuliner GoodStats menyatakan bahwa makanan tradisional paling banyak di minati oleh kalangan anak muda dengan jumlah mencapai 71,4 %. Sedangkan sisanya yaitu sebanyak 28,6% lebih menyukai makanan modern dari luar negeri. Salah satu jenis makanan tradisional yang banyak disukai oleh masyarakat terutama kalangan remaja pada saat ini adalah seblak. Hal ini dapat dilihat dari maraknya usaha kuliner seblak yang terdapat di berbagai daerah dan beberapa mall ataupun pusat perbelanjaan yang terdapat di Indonesia.

Seblak merupakan makanan tradisional dengan citarasa pedas dan gurih khas Bandung, Jawa Barat. Seblak terbuat dari kerupuk basah yang dimasak dengan bumbu khas dan bahan pelengkap lainnya seperti sayur, ayam, sosis, mie, dan siomay. Seblak memiliki citarasa yang unik dengan tekstur kenyal hingga mampu berkembang luas di Indonesia. Pada awalnya seblak hanya dikenal dan di konsumsi oleh masyarakat jawa barat saja, namun saat ini seblak menjadi makanan tradisional yang banyak dijumpai di berbagai daerah indonesia termasuk Jember. Pelaku usaha yang menawarkan produk seblak di Jember yaitu Seblak Preanger yang merupakan salah satu usaha dengan menawarkan produk seblak, Seblak Preanger ini dikelola oleh CV. Sabay Cipta Rasa dan didirikan pada tahun 2017 oleh Reza selaku pemilik usaha Seblak Prenger, tempatnya berada di Jl. Sumatra No. 122a, Tegal Boto Lor, Sumbersari, Kec. Sumbersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur, lokasi tersebut juga sudah terdapat pada *Google Maps*. Maraknya usaha kuliner seblak di jember

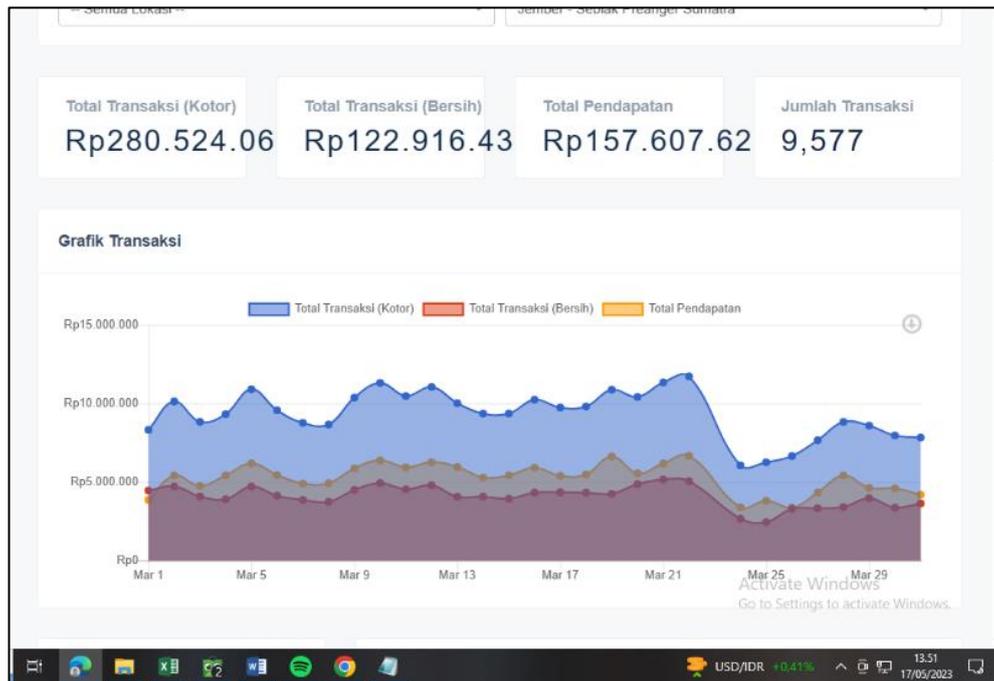
memunculkan banyak pelaku usaha lain yang juga menawarkan produk yang sama, sehingga menimbulkan adanya persaingan yang sangat ketat antar pelaku usaha. Adapun data omset penjualan dari bulan Januari hingga April tahun 2023:



Gambar 1. 2 Omset Penjualan Januari



Gambar 1. 3 Omset Penjualan Februari



Gambar 1. 4 Omset Penjualan Maret

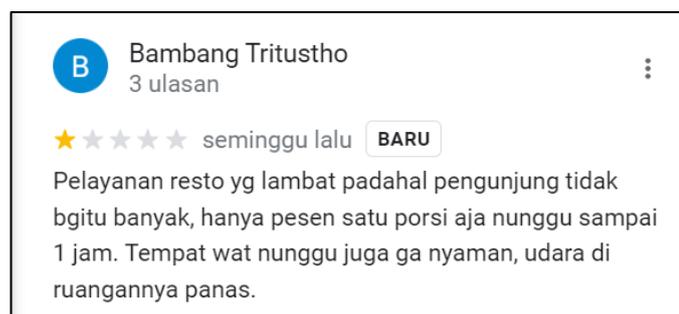


Gambar 1. 5 Omset Penjualan April

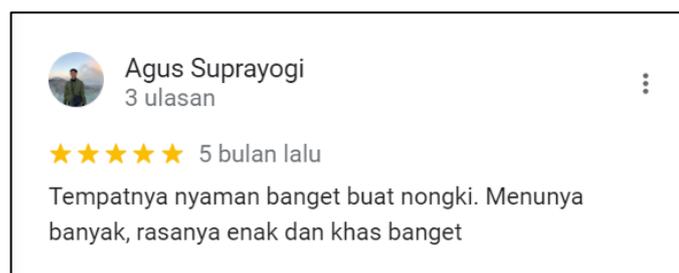
Berdasarkan data omset penjualan dari bulan Januari hingga bulan April 2023 menunjukkan bahwa terjadi fluktuatif tingkat penjualan di setiap bulannya, pada bulan Januari di minggu ke-2 mengalami tingkat penurunan penjualan yang sangat

drastis, kemudian pada bulan februari juga terjadi penurunan di minggu pertama dan minggu ke-2, pada bulan maret terjadi penurunan di minggu ke-4, dan pada bulan April juga mengalami tingkat penurunan di minggu ke-3. Hal ini dapat berpotensi terjadinya ancaman terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Seblak Preanger.

Selain itu ada pula *Review* atau komentar dari pelanggan terhadap Seblak Preanger yang terdapat pada situs *Google Maps* seperti pada gambar 1.6.



Gambar 1. 6 Ulasan Negatif Pada Situs *Google Maps*



Gambar 1. 7 Ulasan Positif Pada Situs *Google Maps*

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk menganalisis lebih lanjut agar dapat membantu Seblak Preanger dalam meningkatkan kualitas pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen serta mampu bertahan di tengah persaingan yang ada. Oleh karena itu dibutuhkan suatu model klasifikasi sentimen untuk menentukan ulasan yang bernilai positif dan negatif. Dalam penelitian ini proses klasifikasi dilakukan menggunakan metode *Naive Bayes* dengan mengambil data ulasan yang terdapat pada *Google Maps*. *Google Maps* merupakan salah satu aplikasi peta online yang bisa diakses melalui browser, website, maupun mobile. *Google Maps* bukan hanya sekedar penunjuk jalan akan tetapi ada banyak informasi yang bisa kita dapatkan

hanya dengan menginputkan nama tempat yang ingin kita kunjungi, selain itu kita juga bisa melihat jam operasional serta *Review* pengunjung dari alamat yang akan dituju. *Review* tersebut pada umumnya dapat kita gunakan sebagai tolak ukur yang efektif dan efisien untuk menemukan informasi terhadap tempat yang akan kita kunjungi. *Review* dari pengunjung umumnya berisi saran yang bernilai positif dan juga negatif. *Review* yang dituliskan secara tidak langsung baik itu sedikit ataupun banyak akan tetap berpengaruh kepada calon pengunjung. Untuk dapat mensortir serta memantau *Review* tersebut bukanlah suatu hal yang ringan untuk dilakukan karena jumlah ulasan yang dimuat dalam media social umumnya berjumlah sangat banyak apabila di proses secara manual. Oleh karena itu dibutuhkan suatu metode yang dapat digunakan untuk mensortir serta memantau *Review* tersebut secara cepat dan otomatis dalam mengkategorikan *Review* yang bernilai positif maupun negatif.

Pada umumnya jumlah data *Review* pengunjung akan terus bertambah, hal ini yang menyebabkan sulitnya pihak perusahaan untuk memperoleh data informasi secara menyeluruh dari semua *Review* pengunjung yang ada. Oleh karena itu di butuhkan suatu metode untuk mengumpulkan data informasi dalam jumlah yang besar. Pada penelitian ini, pengumpulan data *Review* yang diberikan oleh pengunjung dilakukan dengan Teknik *Scraping*, dan pada proses analisisnya penulis akan melakukan proses klasifikasi teks *Review* pengunjung untuk mengidentifikasi ulasan yang bernilai positif dan negatif. Setelah itu, penulis mencoba untuk mengekstrak dan mengeksplorasi informasi apa saja yang ada pada *Review* pengunjung dan dianggap penting sesuai kebutuhan. Pada penelitian ini proses klasifikasi sentimen akan dilakukan menggunakan metode *Naive Bayes Classifier*, Kemudian penulis akan melakukan proses ekstraksi dan eksplorasi menggunakan statistik deskriptif dan asosiasi antar *terms* (kata atau topik yang sering di bicarakan) yang saling berkaitan. Metode *Naive Bayes Classifier* ini adalah konsep probabilitas penentuan kelompok kelas dokumen. Algoritme klasifikasi ini dapat mengolah data dalam jumlah besar andengan hasil akurasi yang tinggi(Rossi et al. 2017).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas terdapat beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Bagaimana cara menentukan klasifikasi sentimen positif dan negatif *Review* pengunjung Seblak Preanger yang terdapat pada *Google Maps*?
- b. Bagaimana hasil akurasi dari penerapan metode *Naive Bayes Classifier* dalam mengklasifikasikan data *Review* pengunjung menjadi kelas positif dan negatif?

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan klasifikasi sentimen positif dan negatif pada *Review* pengunjung Seblak Preanger menggunakan metode *Naive Bayes*.
- b. Mengetahui hasil akurasi atau ketepatan dari penerapan metode *Naive Bayes Classifier* dalam mengklasifikasikan data *Review* pengunjung menjadi kelas positif dan negatif.

1.4 Manfaat

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk beberapa pihak terkait, yaitu:

- a. Bagi peneliti, penelitian ini sebagai salah satu syarat agar dapat menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi, dan untuk menambah ilmu pengetahuan dalam menganalisis *Review* pelanggan Seblak Preanger yang terdapat pada *Google Maps* menggunakan metode *Naive Bayes Classifier*.
- b. Bagi perusahaan, Dengan menganalisis *review* pelanggan secara real-time, perusahaan dapat merespons cepat terhadap masukan dan keluhan pelanggan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk melakukan tindakan korektif atau perbaikan yang diperlukan dengan cepat.
- c. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dan juga referensi bagi peneliti selanjutnya.