

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masakan pedas menjadi ciri khas masyarakat Indonesia, terbukti dari hasil survei yang dilakukan oleh Licorice pada tahun 2020, dimana 93,6% orang Indonesia menyukai makanan pedas (Lidya dkk. 2024). Berbagai inovasi makanan pedas bermunculan salah satunya yakni inovasi mie pedas yang membuka peluang baru bagi bisnis usaha kuliner. Tren ini mendorong munculnya berbagai usaha kuliner mie pedas di kota-kota besar termasuk kota Jember yang ditandai dengan menjamurnya UMKM dan *Franchise*.

Seiring dengan pertumbuhan pesat bisnis kuliner mie pedas ini, banyaknya pengusaha menyebabkan peningkatan persaingan bisnis. Oleh karena itu, tingkat kepuasan pelanggan menjadi faktor prioritas utama. Tingkat kepuasan pelanggan dapat diamati melalui ulasan yang diberikan, dimana ulasan pelanggan pada aplikasi Google Maps banyak dimanfaatkan dalam penilaian suatu tempat usaha kuliner. Pelanggan menuliskan ulasan pada *platform* Google Maps yang dipublikasikan dan menjadi referensi kepuasan layanan (Haq, 2020). Ulasan pelanggan di google maps berisi ragam komentar yang meliputi aspek makanan, harga, lingkungan dan layanan. Akan tetapi, tidak semua pengusaha kuliner dapat memanfaatkan secara maksimal sumber informasi ulasan tersebut. Padahal ulasan ini dapat menjadi informasi yang berguna untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengembangan bisnis. Sayangnya, masih banyak pengusaha kuliner yang belum menetapkan strategi atau sistem khusus untuk mengelola ulasan pelanggan secara efektif.

Kondisi ini tidak hanya terjadi pada pelaku usaha kecil, tetapi juga dialami oleh berbagai jenis bisnis kuliner, mulai dari *franchise* maupun UMKM sebegini besar belum memiliki sistem atau teknologi untuk menangani dan mengelola ulasan pelanggan di Google Maps. Akibatnya, banyak informasi penting dari pelanggan kurang tersampaikan dengan baik yang menyebabkan perbaikan layanan menjadi terhambat. Untuk mengatasi hal tersebut, analisis kepuasan pelanggan terhadap ulasan di google maps dapat dimanfaatkan guna memahami arah penilaian pelanggan, apakah bersifat sangat puas atau tidak puas, khususnya terhadap aspek makanan, harga, lingkungan, dan layanan (Tazkia & Arkhiansyah, 2024).

Pemanfaatan analisis kepuasan ini memungkinkan pengusaha kuliner dapat mengetahui aspek mana yang perlu diperbaiki berdasarkan nilai ulasan tidak puas yang tertinggi, sehingga membantu pelaku usaha kuliner untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sekaligus mengembangkan strategi bisnis yang lebih tepat sasaran.

Dalam konteks pengelolaan kepuasan pelanggan melalui ulasan digital ini, munculnya fenomena persaingan antara UMKM dan *Franchise* di Jember menjadi topik yang menarik untuk dikaji. Terbukti dari penelitian oleh Hendra (2022) menunjukkan bahwa *Franchise* di Indonesia umumnya lebih unggul dalam hal standarisasi kualitas layanan dan produk, sehingga kepuasan pelanggan cenderung lebih konsisten (Hendra, 2022). Sebaliknya, penelitian oleh Wahyuningsih dkk. (2024) menyatakan bahwa UMKM memiliki keunggulan dalam hal keunikan rasa, fleksibilitas pelayanan, serta harga yang lebih kompetitif, meskipun menghadapi tantangan dalam menjaga konsistensi layanan dan kualitas produk (Wahyuningsih dkk. 2024). Oleh karena itu, perbandingan antara franchise dan UMKM menjadi penting untuk mengetahui persepsi kepuasan pelanggan terhadap keduanya. Objek penelitian dipilih berdasarkan ketersediaan data ulasan pelanggan pada Google Maps. Tempat usaha seperti Mie Gacoan, Wizzmie, Mie Teror, dan Mie Sakera dipilih karena merupakan usaha mie pedas yang populer di wilayah Jember, dengan jumlah ulasan pelanggan yang melimpah dan relevan untuk dianalisis lebih lanjut.

Sejalan dengan fenomena tersebut, berbagai penelitian terdahulu telah dilakukan untuk menganalisis sentimen pelanggan pada usaha kuliner dengan berbagai pendekatan. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Fatikhah, yang hanya berfokus pada satu UMKM dan belum melakukan klasifikasi berdasarkan aspek layanan. Dalam penelitiannya, Fatikhah dkk pada tahun 2024 menganalisis ulasan Mie Gacoan Solo Veteran menggunakan metode *Naïve Bayes* dan TF-IDF, serta berhasil meningkatkan akurasi dari 86% menjadi 91% setelah menerapkan metode SMOTE. Penelitian lainnya dilakukan oleh Yuniyarwan dkk tahun 2024 dalam menganalisis ulasan warung makan pada Google Maps dengan menggunakan metode yang sama mendapatkan akurasi 85% (Yuniyarwan dkk. 2024). Sementara itu, Maulidia (2024) menerapkan algoritma *Naïve Bayes* dengan

pendekatan multistage untuk menganalisis ulasan pengguna aplikasi dompet digital dan memperoleh akurasi sebesar 84,10%. Namun, setiap ulasan pada penelitian tersebut hanya diklasifikasikan satu aspek dan satu tingkat kepuasan (Hikmatul Maulidia Putri, 2024).

Melihat keterbatasan penelitian sebelumnya yang hanya menganalisis sentimen secara umum, penelitian ini mengadopsi metode *Multi Stage* untuk mengklasifikasikan tingkat kepuasan berdasarkan aspek makanan, harga, lingkungan dan layanan. Untuk mengolah ulasan tersebut, digunakan metode *Naive Bayes* digunakan karena terbukti akurat dan efisien. Sebelum dilakukan klasifikasi, data ulasan terlebih dahulu diproses melalui tahapan preprocessing yang bertujuan menjadikan data lebih siap dan terstruktur. Kemudian akan dikembangkan sistem berbasis web yang memungkinkan untuk mengunggah ulasan, memproses data, dan melihat visualisasi tiap aspek. Penelitian ini diharapkan membantu pelaku usaha memahami kepuasan pelanggan secara spesifik dan mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang yang telah disampaikan, maka didapat beberapa rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana membangun model *Multi-Stage Multinomial Naïve Bayes* untuk mengklasifikasikan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan aspek makanan, harga, layanan, dan lingkungan pada ulasan mie pedas di Jember?
2. Bagaimana performa model *Multi-Stage Multinomial Naïve Bayes* yang dibangun berdasarkan nilai akurasi, *precision*, *recall*, dan *F1-Score*?
3. Bagaimana tingkat penerimaan pengguna (user acceptance) terhadap sistem analisis kepuasan pelanggan yang dikembangkan berdasarkan hasil pengujian User Acceptance Test (UAT)?

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Membangun model Multi-Stage Multinomial Naïve Bayes untuk mengklasifikasikan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan aspek makanan, harga, layanan, dan lingkungan pada ulasan mie pedas di Jember.
2. Mengevaluasi performa model Multi-Stage Multinomial Naïve Bayes menggunakan parameter accuracy, precision, recall, dan F1-Score.
3. Mengetahui tingkat penerimaan pengguna terhadap sistem analisis kepuasan pelanggan yang dikembangkan melalui pengujian User Acceptance Test (UAT).

1.4 Manfaat

Penelitian diharapkan bermanfaat bagi beberapa pihak terkait yaitu:

1. Bagi pelaku usaha kuliner, dengan dilakukannya analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap mie pedas di jember dapat membantu para pelaku usaha kuliner untuk mengetahui penilaian pelanggan mengenai kualitas makanan, harga, layanan, dan lingkungan sehingga bisa meningkatkan kualitas bisnis kuliner mie pedas di Jember
2. Bagi peneliti, penelitian ini adalah salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Pendidikan perguruan tinggi, serta membantu para pelaku usaha kuliner untuk bisa lebih meningkatkan kualitas bisnis dengan cara analisa ulasan pelanggan menggunakan metode *Naïve Bayes* di google maps.

1.5 Batasan Masalah

Batasan Masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data ulasan yang digunakan dalam penelitian ini hanya bersumber dari platform Google Maps, dengan mencakup empat aspek utama yaitu makanan, harga, layanan, dan lingkungan, serta satu aspek umum. Tingkat kepuasan diklasifikasikan ke dalam tiga kelas, yaitu Sangat Puas, Cukup Puas, dan Tidak Puas.
2. Sistem deteksi aspek dan kepuasan menggunakan pendekatan nearest-distance helper berbasis kamus kata, sehingga sistem hanya dapat mengenali kata yang telah terdaftar dalam kamus dan memiliki frekuensi kemunculan yang cukup pada data pelatihan. Selain itu, karena model memproses ulasan secara

keseluruhan, terdapat kemungkinan tumpang tindih antar aspek dalam satu ulasan.

3. Penelitian ini tidak menangani sepenuhnya variasi penulisan informal seperti typo, pengulangan huruf, dan singkatan yang tidak terdaftar dalam kamus normalisasi.
4. Data penelitian hanya diperoleh dari empat restoran mie pedas di Kota Jember yang terdiri dari dua restoran berjenis franchise dan dua restoran berjenis UMKM, sehingga hasil penelitian tidak dapat merepresentasikan seluruh restoran mie pedas yang ada di Kota Jember