

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Majunya industri kuliner di Indonesia menjadi daya tarik utama yang mendorong pertumbuhan sektor makanan siap saji(Woen & Santoso, 2021). Makanan siap saji atau yang sering disebut juga dengan *fast food* adalah makanan yang disajikan atau dihidangkan dalam waktu yang cepat dan siap santap(Priwahyuni, 2016). Dilansir dari Top Business jumlah restoran makanan cepat saji itu sendiri ada 3274 yang tersebar di seluruh Indonesia. Yang dimana banyaknya kehadiran restoran makanan siap saji membuat beberapa restoran membuat ciri khasnya tersendiri untuk dikenal masyarakat.

Dari banyaknya restoran cepat saji seperti McD, KFC, dan Pizza Hut, terdapat satu restoran yang mempunyai ciri khas mie pedasnya yaitu Mie Gacoan. Mie Gacoan merupakan salah satu restoran makanan siap saji yang banyak di gemari oleh banyak kalangan terutama pada kalangan remaja. Mie Gacoan yang hadir sebagai restoran cepat saji yang berkonsep modern dengan ciri khas mie pedasnya dengan harga yang sangat terjangkau. Mie Gacoan sendiri beridiri dinaungan PT Pesta Pora Abadi yang bergerak dibidang kuliner. Perusahaan tersebut berdiri pada tahun 2016, dalam waktu tersebut Mie Gacoan sebagai perusahaan yang besar dalam bisnis mie pedas yang populer di Indonesia terutama di Provinsi Jawa Tengah, Jawa Barat, Jawa Timur, Jakarta dan Pulau Bali. Pada saat ini, Mie Gacoan benar-benar sudah berkembang menjadi restoran mie pedas nomer 1 di negara ini (Zidny, 2024).

Pada tahun 2024 Mie Gacoan telah membuka lebih dari 47 cabang di Indonesia, terutama pada di kota-kota besar. Salah satu kota besar yang membuka cabang gacoan adalah Purwokerto. Karena di Purwokerto merupakan kota yang mengalami perkembangan yang sangat cepat. Oleh

karena itu Mie Gacoan dapat berdiri di kota tersebut(Hana, 2023). Mie Gacoan Purwokerto banyak didatangi oleh masyarakat untuk menikmati mie pedasnya. Karena banyaknya pelayanan yang dilakukan oleh Mie Gacoan, banyak pengunjung yang memberikan ulasan atas kinerja pelayanan. Dengan banyaknya ulasan dari pengunjung dan untuk menjaga hubungan antara pengunjung dan restoran maka Mie Gacoan Purwokerto dapat memperhatikan ulasan dari pengunjung (Nofandi dkk., 2023). Salah satu tempat untuk mengetahui ulasan adalah melalui ulasan pada *Google Maps*. Ulasan ini secara khusus ditampilkan melalui fitur *Google Business Review*, yang merupakan bagian dari *Google Business Profile* untuk menampilkan opini pelanggan terhadap bisnis secara resmi.

Google Maps adalah website yang menyediakan informasi terperinci tentang lokasi atau tempat (Khofifah dkk., 2022). Salah satu fitur utama dalam *Google Maps* adalah ulasan, yang memungkinkan pengguna memberikan penilaian, komentar, dan rating terhadap tempat yang dikunjungi. Ulasan yang ditampilkan melalui *Google Maps* tersebut merupakan bagian dari fitur *Google Business Review*. *Google Business Review* adalah layanan dalam *Google Business Profile* yang memuat rating, komentar, dan opini pelanggan terhadap bisnis yang terdaftar secara resmi(Herlawati dkk., 2021). Fitur ini berbeda dengan ulasan tempat umum di *Google Maps*, karena berfokus hanya pada bisnis seperti restoran, toko, dan layanan jasa lainnya. Oleh sebab itu, ulasan pelanggan Mie Gacoan Purwokerto yang terdapat dalam *Google Business Review* menjadi data yang relevan untuk dianalisis dalam memahami persepsi publik secara lebih spesifik terhadap layanan restoran tersebut.

Analisis sentimen adalah metode dalam *Natural Language Processing* (NLP) yang berfungsi untuk mengenali, mengolah, mengelompokkan, dan memahami opini yang terdapat dalam sebuah teks. Cabang dari kecerdasan buatan yang dikenal sebagai pengolahan bahasa alami mempelajari bagaimana bahasa manusia dan komputer berinteraksi

(Ardras & Voutama, 2023). Untuk memperoleh data teks, pengambilan data dapat dilakukan melalui media sosial, seperti ulasan pada *Google Maps* khususnya *Google Business Review*. Ulasan pada *Google Business Review* dapat dimanfaatkan untuk analisis sentimen guna memetakan pandangan pengunjung dan mengidentifikasi sentimen positif, negatif, serta netral. Tingginya tingkat interaksi di platform ini membantu memahami opini dan respons pengunjung terhadap pengalaman mereka saat mengunjungi Mie Gacoan (Dzulkarnain dkk., 2024).

Memahami sentimen publik terhadap Mie Gacoan melalui analisis sentimen sangat penting. Reaksi dan opini yang disampaikan pengunjung dapat menjadi acuan untuk memetakan pandangan mereka terhadap layanan dan kualitas restoran untuk menjaga hubungan antara Mie Gacoan dan pengunjung. Analisis sentimen membantu mengelola berbagai opini secara lebih efektif. Untuk mendapatkan hasil analisis yang akurat, diperlukan metode yang mampu mengklasifikasikan data sentimen dengan baik. Naive Bayes adalah metode yang sering digunakan karena kemampuan untuk mengklasifikasikan data sentimen dengan baik (Tri Yuniyarwan, t.t.).

Metode *Naive Bayes* menggunakan pendekatan komputasi untuk mengklasifikasikan sentimen ke dalam kategori positif, negatif, atau netral (Putri dkk., 2023). Metode ini memanfaatkan perhitungan probabilitas berdasarkan teorema Bayes dengan asumsi bahwa setiap fitur saling independen. Pendekatan ini membuat *Naive Bayes* efisien dalam memproses data, termasuk data teks. Metode ini sering dipilih untuk klasifikasi karena kemudahannya, kecepatan dalam pelatihan model, serta kemampuannya menghasilkan akurasi tinggi untuk berbagai jenis data dan kebutuhan klasifikasi (Fudholi dkk., 2024). Dalam beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang analisis sentimen pada restoran cepat saji. Penelitian berjudul “Analisis Sentimen pada Aplikasi KFCku di Google Playstore Menggunakan *Naive Bayes*” yang ditulis oleh Sisnawati, Rini Astuti, dan Fadhil M Basysyar menggunakan metode *Naive Bayes* dan

menghasilkan 500 ulasan yang dikumpulkan antara Januari 2020 hingga Oktober 2023, hasil analisis menunjukkan akurasi 83%, precision 98%, dan recall 83%. Setelah melakukan proses analisis meliputi teknik *text mining* seperti scraping data, labelling, cleaning, dan preprocessing, serta visualisasi dengan wordcloud untuk menampilkan kata-kata yang sering muncul dalam ulasan positif dan negatif.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa ulasan cenderung positif dan merekomendasikan pengguna untuk lebih bijak dalam memberikan ulasan, serta menyarankan penggunaan algoritma lain dan pendekatan kualitatif untuk penelitian selanjutnya (Astuti & Basysyar, 2024). Penelitian berikutnya berjudul “Analisis Sentimen Ulasan Aplikasi McDonald's: Perspektif Pengguna di Indonesia: Penggunaan Naive Bayes Classifier” yang ditulis oleh Salsha Dara Shinta Kurniawan dan Akhmad Fauzy hasil analisis menunjukkan analisis sentimen dari ulasan pengguna untuk aplikasi McDonald's menggunakan klasifikasi *Naïve Bayes*. Sebanyak 4.996 ulasan dikumpulkan dari Google Play Store, dengan langkah-langkah pra-pemrosesan yang mencakup pembersihan data, normalisasi, dan pelabelan sentimen sebagai positif atau negatif. Penelitian ini menyimpulkan analisis menghasilkan 3.241 ulasan yang diklasifikasikan menjadi sentimen positif (2.137) dan negatif (1.104), dengan tingkat akurasi 90% dalam klasifikasi sentimen. Temuan ini menekankan efektivitas algoritma *Naïve Bayes* dalam memahami persepsi pengguna dan menyarankan agar McDonald's dapat memanfaatkan informasi ini untuk meningkatkan aplikasi mereka berdasarkan umpan balik pengguna (Kurniawan & Fauzy, 2024).

Berdasarkan beragamnya potensi respons pengunjung terhadap pengalaman mereka di Mie Gacoan, penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Analisis Sentimen Pelanggan Mie Gacoan Purwokerto Menggunakan Algoritma *Naïve Bayes*.” Penelitian ini diharapkan dapat membantu Mie Gacoan Purwokerto untuk memahami isi ulasan publik, termasuk harapan dan kritik pelanggan, untuk memberikan

wawasan yang lebih baik mengenai persepsi mereka terhadap layanan dan kualitas restoran.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini merumuskan permasalahan terkait ulasan pengunjung terhadap Mie Gacoan yang disampaikan melalui platform *Google Maps*. Analisis sentimen diperlukan untuk mengidentifikasi pola dan memahami opini pengunjung secara otomatis. Dalam hal ini, penerapan metode *Naïve Bayes* yang sering digunakan untuk analisis sentimen diharapkan dapat membantu pihak Mie Gacoan Purwokerto dalam memahami respons pengunjung terhadap layanan dan kualitas restoran, sehingga dapat menjadi bahan evaluasi dan pengambilan keputusan yang lebih baik. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk membantu perusahaan Mie Gacoan dalam upaya memahami tanggapan terhadap merek dagangnya, serta bagaimana masyarakat menilai suatu produk melalui opini dan ulasan yang terdapat pada *Google Maps*.

1.3. Tujuan Tugas Akhir

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Menganalisis ulasan pelanggan Mie Gacoan Purwokerto.
- b. Mengimplementasikan dan mengukur tingkat akurasi algoritma *Naïve Bayes* dalam analisis sentiment Mie Gacoan Purwokerto.

1.4. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat penelitian ini:

1. Bagi Mie Gacoan

Membantu memahami opini pelanggan melalui analisis pada fitur ulasan *Google Maps*. Hasilnya dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik untuk pengembangan bisnis.

2. Bagi peneliti

- a. Mampu mengimplementasikan ilmu yang pernah diperoleh sewaktu kuliah.
- b. Menambah wawasan pengetahuan dan mengasah kemampuan untuk menganalisis opini dalam ulasan *Google Maps*.

3. Bagi pengunjung Mie Gacoan Purwokerto

Dapat mengetahui opini masyarakat dalam ulasan *Google Maps* cenderung positif, negatif atau netral.

1.5. Batasan dan Asumsi Tugas Akhir

Batasan masalah yang akan dibahas antara lain:

- a. Data yang digunakan adalah data yang diambil dari platform *Google Maps* Mie Gacoan Purwokerto
- b. Metode yang digunakan untuk analisis sentimen adalah *Naïve Bayes*, dan penelitian ini tidak membandingkan hasilnya dengan metode lain atau algoritma yang berbeda.
- c. Kategori sentiment yang dianalisis diklasifikasikan menjadi positif, negatif atau netral.

Asumsi pada penelitian ini antara lain :

- a. Data yang berada pada ulasan *Google Maps* diasumsikan cerminan opini masyarakat yang relevan serta mewakili pandangan publik terhadap topik yang dikaji.
- b. Proses *preprocessing* diasumsikan dapat membersihkan data secara efektif tanpa menghilangkan esensi atau makna yang terdapat dalam setiap komentar.
- c. Algoritma *Naïve Bayes* diasumsikan memiliki kemampuan untuk mengelompokkan data komentar ke dalam tiga kategori sentimen, yaitu positif, negatif, dan netral.

1.6. Sistematika Laporan

Sistematika Penulisan dari penelitian ini terdiri dari beberapa bab sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang riset, rumusan masalah, tujuan dan keuntungan yang diharapkan dari riset, serta sistematika penulisan..

BAB II LANDASAN TEORI

Bagian ini membahas literatur dan teori yang relevan dengan topik penelitian.

BAB III METODE PENYELESAIAN MASALAH

Bagian ini membahas teknik yang digunakan dalam penelitian, langkah-langkah yang diambil, dan analisis data yang dilakukan.

BAB IV PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS HASIL

Bab ini menjelaskan metode pengumpulan dan pengolahan data, serta penerapannya terhadap hasil analisis data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang dapat digunakan untuk perbaikan penelitian di masa mendatang.