

BAB I

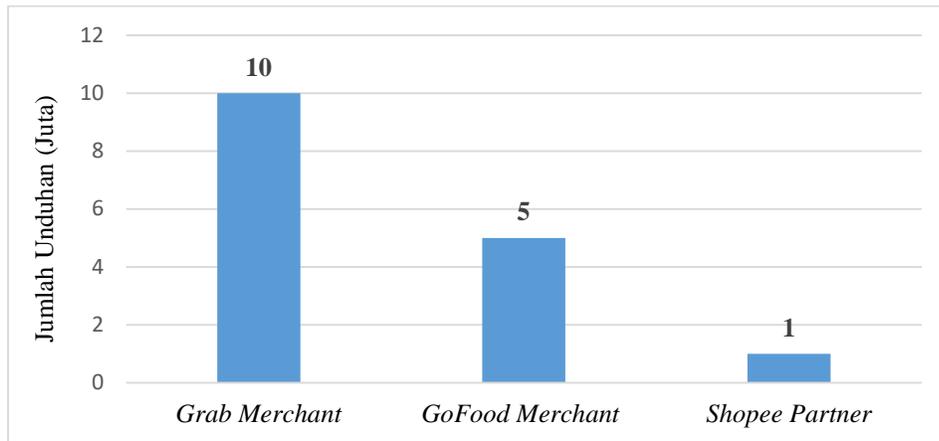
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan percepatan transformasi digital saat ini, teknologi telah menjadi elemen penting yang mengubah berbagai aspek kehidupan manusia. Perkembangan dan pemanfaatan teknologi digital semakin meluas, menjangkau berbagai wilayah, bahkan hingga ke daerah-daerah terpencil. Berdasarkan survei yang dilakukan APJII (2023), mengungkapkan terjadi peningkatan penetrasi internet Indonesia mencapai 78,19 persen pada tahun 2023, yang menunjukkan semakin besarnya peluang bagi masyarakat untuk mengadopsi teknologi digital agar meningkatkan efektifitas dalam berbagai kehidupan. Salah satu sektor yang terdampak dari transformasi digital ini adalah sektor kuliner, yang memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pelaku usaha di bidang kuliner terus mengalami pertumbuhan. Pada tahun 2024, tercatat sebanyak 4,85 juta usaha kuliner, meningkat sekitar 21,13 persen dibandingkan tahun 2016. Tren ini menunjukkan bahwa sektor kuliner semakin berkembang, seiring dengan adopsi teknologi digital. Salah satu bentuk transformasi digital yang banyak digunakan dalam sektor kuliner adalah *platform* manajemen bisnis digital. *Platform* ini digunakan dalam

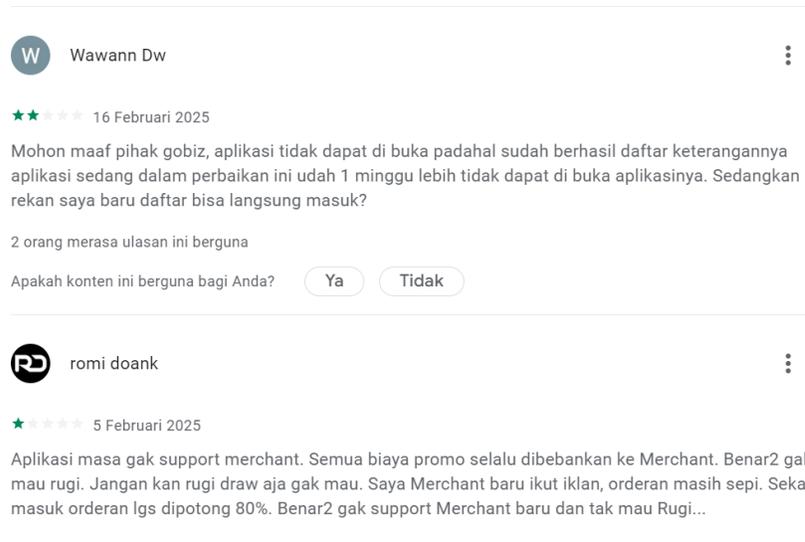
proses bisnis, pemasaran, manajemen keuangan, layanan pelanggan dan layanan pengantaran dengan tujuan meningkatkan efisiensi dan daya saing (Arrofi dkk, 2024).



Gambar 1.1 Perbandingan Jumlah Unduhan antar Aplikasi

Terdapat beberapa *platform* manajemen bisnis yang populer digunakan oleh pelaku usaha kuliner di Indonesia yaitu *Grab Merchant*, *GoFood Merchant* dan *Shopee Partner*. Ketiga *platform* ini saling bersaing dalam menyediakan layanan yang efisien serta pengalaman pengguna yang optimal untuk memperkuat posisi mereka di pasar kuliner digital yang semakin kompetitif. Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh peneliti dari *Google Play Store*, aplikasi *Grab Merchant* telah diunduh oleh pengguna sebanyak 10 juta kali, aplikasi *GoFood Merchant* memiliki total jumlah unduhan sebanyak 5 juta kali dan aplikasi *Shopee Partner* telah diunduh sebanyak 1 juta kali. Perbedaan jumlah unduhan ini menunjukkan bahwa *Grab Merchant* menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan oleh pelaku usaha kuliner, sementara *GoFood Merchant* berada di posisi kedua. Meskipun demikian, posisi tersebut mengindikasikan bahwa *GoFood Merchant* masih memiliki peluang untuk meningkatkan daya saingnya,

khususnya melalui perbaikan kualitas layanan dan pengalaman pengguna. Oleh karena itu, pemahaman terhadap kebutuhan dan persepsi pengguna menjadi hal yang sangat penting bagi pengembang aplikasi dalam menghadapi kompetisi yang semakin ketat.



Gambar 1. 2 Ulasan Aplikasi *GoFood Merchant* di *Play Store*

Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh peneliti dari *Google Play Store* pada tanggal 15 Februari 2025. Aplikasi *GoFood Merchant* memiliki rating rata-rata 4,1 bintang dari 190.375 ulasan. Dari hasil pengambilan data yang dilakukan, diperoleh sampel sebanyak 77.929 ulasan yang terdiri dari 53.469 ulasan positif dengan persentase 68,59% dan 24.460 ulasan kritis dengan persentase 31,41%. Dengan demikian, meskipun jumlah ulasan positif lebih banyak daripada ulasan kritis, tingginya jumlah ulasan kritis menunjukkan adanya pengalaman yang kurang menyenangkan yang dialami oleh pengguna terhadap aplikasi *GoFood Merchant*.

Salah satu cara mengidentifikasi permasalahan yang dialami pengguna yaitu dengan memanfaatkan data ulasan di *Google Play Store*. Ulasan dari *Play Store* ini

memiliki potensi besar untuk menjadi sumber informasi strategis dalam mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi oleh pengguna (Saputra dkk, 2019). Salah satu metode yang relevan adalah analisis sentimen, yaitu proses untuk menganalisis teks digital dan menentukan perasaan atau emosi yang terkandung di dalamnya (Khusnul, 2024). Salah satu algoritma yang umum digunakan dalam analisis ini adalah *Naïve Bayes*. Algoritma ini bekerja berdasarkan *Teorema Bayes* dengan asumsi bahwa setiap atribut bersifat independen (Zainal dkk, 2023). Di sisi lain, untuk menemukan pola hubungan antar *item* dapat menggunakan *association rule mining*. Metode ini bertujuan untuk menemukan hubungan atau pola asosiasi antar item dalam data (Putra & Lestari, 2020). Salah satu algoritma populer dalam metode ini adalah Apriori yang bekerja dengan mencari *frequent itemsets* menggunakan nilai *support* dan *confidence* (Saefudin & Septian, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Khoirunnisa dan Herny (2024) mengkaji penggunaan algoritma *Naïve Bayes* dan *association rule mining* dengan bantuan perangkat lunak R dalam menilai kualitas layanan *Google Meet*. Kajian ini menitikberatkan pada penerapan metode klasifikasi sentimen serta eksplorasi pola asosiasi untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pengguna. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Aulawi et al. (2020) berfokus pada analisis sentimen terhadap kebijakan baru dalam sistem Gojek, yang dikombinasikan dengan algoritma asosiasi untuk menemukan pola-pola dominan pada ulasan negatif. Temuan tersebut kemudian dianalisis lebih lanjut dengan pendekatan *Analytic Network Process* (ANP) untuk mendapatkan pemahaman yang lebih

mendalam. Berdasarkan penelitian sebelumnya, peneliti tidak hanya ingin menerapkan algoritma *Naïve Bayes* dan algoritma Apriori saja, tetapi juga ingin menerapkan pendekatan 5W+1H untuk dapat merumuskan rekomendasi perbaikan secara sistematis tentang pola keluhan yang dihadapi pengguna. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan memberikan rekomendasi perbaikan untuk meningkatkan pengalaman pengguna sehingga aplikasi mampu lebih bersaing dengan aplikasi kompetitor.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan mengacu pada pembahasan dalam latar belakang, permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana sentimen penilaian pengguna terhadap aplikasi *GoFood Merchant* serta seberapa akurat model dalam mengidentifikasinya?
2. Apa saja pola keluhan yang dominan muncul dalam ulasan negatif terhadap aplikasi *GoFood Merchant*?
3. Apa rekomendasi perbaikan yang dapat diberikan kepada aplikasi *GoFood Merchant* berdasarkan pola keluhan yang ditemukan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui sentimen penilaian pengguna terhadap aplikasi *GoFood Merchant* serta mengevaluasi tingkat akurasi model yang digunakan dalam mengidentifikasinya.

2. Mengidentifikasi pola keluhan yang dominan muncul dalam ulasan negatif terhadap aplikasi *GoFood Merchant*.
3. Merumuskan rekomendasi perbaikan pada aplikasi *GoFood Merchant* berdasarkan pola keluhan yang ditemukan.

1.4 Asumsi

Adapun asumsi-asumsi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diasumsikan bahwa data ulasan yang diambil dari *Play Store* adalah relevan, representatif dan mencerminkan pengalaman pengguna secara langsung terhadap aplikasi *GoFood Merchant*.
2. Diasumsikan bahwa penilaian sentimen pengguna dapat dibagi menjadi 2 kelas, yaitu positif dan negatif.
3. Diasumsikan bahwa ulasan dengan sentimen negatif mengandung informasi yang relevan mengenai masalah atau keluhan pengguna.

1.5 Batasan Masalah

Adapun batasan-batasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data yang dianalisis menggunakan data ulasan Aplikasi *GoFood Merchant* di *Play Store* versi 5.1.0.
2. Data ulasan yang digunakan hanya data ulasan yang menggunakan bahasa Indonesia dan mengabaikan penggunaan bahasa daerah, bahasa asing dan emoji.
3. Kategori Klasifikasi sentimen yaitu sentimen positif dan sentimen negatif.

4. Ambang batas *minimum support* sebesar 0,01, *minimum confidence* sebesar 0,5 dan *2-itemset*

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya referensi ilmiah serta menjadi wadah penerapan teori perkuliahan dalam menghadapi permasalahan nyata.
- b. Penelitian ini menjadi sarana bagi mahasiswa untuk mempelajari dan menerapkan analisis sentimen serta association rule dalam penyelesaian masalah.

2. Praktis

- a. Dapat mengetahui implementasi analisis sentimen dan *Association Rule* dalam upaya meningkatkan pengalaman pengguna aplikasi *GoFood Merchant*.
- b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan untuk pihak internal aplikasi *GoFood Merchant* dalam melakukan perbaikan.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini merupakan bagian awal yang menerangkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan masalah, asumsi-asumsi, dan sistematika penulisan yang digunakan pada penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat berbagai landasan teori yang menjadi dasar dalam penyusunan penelitian. Teori-teori tersebut berfungsi sebagai acuan dalam menjalankan setiap tahapan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tahapan-tahapan yang dilakukan dalam proses penelitian, yang meliputi lokasi dan waktu pelaksanaan, identifikasi variabel, serta alur penelitian yang digambarkan melalui *flowchart*.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil analisis sentimen serta identifikasi pola permasalahan pada ulasan aplikasi *GoFood Merchant*, yang diperoleh melalui penerapan algoritma *Naïve Bayes* dan Apriori. Temuan dari kedua metode tersebut kemudian dianalisis lebih lanjut menggunakan pendekatan 5W + 1H untuk merumuskan rekomendasi perbaikan.

BAB V PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian terkait rekomendasi perbaikan aplikasi *GoFood Merchant* berdasarkan *output* analisis sentimen dan *Association Rule*. Selain itu, disampaikan pula saran yang dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN