

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era sekarang, *coffeeshop* tidak hanya dikenal sebagai tempat berkumpul saja, tetapi *coffeeshop* telah menjadi tempat yang nyaman untuk belajar dan bekerja. Bahkan saat ini *coffeeshop* memberikan fasilitas-fasilitas yang menarik agar pelanggan tertarik untuk datang ke *coffeeshop* tersebut (Whita Parasati, 2020). *Café TI AMO* adalah sebuah *coffeeshop* yang berdiri sejak tahun 2018. Kata *Ti Amo* ini diambil dari Bahasa Italia yang artinya “Aku CintaKamu”. Dalam menjalankan usahanya, *Café TI AMO* tidak hanya mementingkan strategi yang mengutamakan produk. Namun penting juga dalam menerapkan strategi yang sesuai dengan syariaah islam. Seperti dalam surat An Nisa Ayat 29 yang artinya :

*“Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar) kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka-sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu”*.  
(Q.S. An-Nisa Ayat 29)

Oleh karena itu pemilik usaha perlu memperhatikan syariaah islam yang berlaku serta pendapat atau opini dari pelanggan mengenai produk dan layanan yang sudah disediakan di *Café Ti Amo* tersebut.

Saat ini *Café Ti Amo* telah memiliki banyak ulasan dari pelanggannya. Untuk memperoleh informasi dari ulasan-ulasan tersebut *Café Ti Amo* akan membaca satu persatu ulasan-ulasan tersebut secara manual yang mana metode tersebut sangat tidak efektif dan sangat memakan waktu. Ulasan-ulasan tersebut juga belum diolah dan dimanfaatkan dengan baik sehingga belum bias memberikan gambaran terkait perspektif pelanggan mengenai produk dan pelayanan yang telah disediakan. Maka dari itu perlu adanya suatu sistem yang dapat mengklasifikasi beberapa aspek kepuasan pelanggan dari data ulasan pelanggan tersebut secara otomatis menggunakan *Algoritma Naïve Bayes*. *Algoritma Naïve Bayes* merupakan Algoritma pada teknik klasifikasi dalam *machine learning* yang menggunakan metode probabilitas dimana algoritma

tersebut mempelajari probabilitas suatu objek dengan ciri-ciri tertentu yang termasuk dalam kelompok atau kelas tertentu.

Kelebihan dari *Naïve Bayes* adalah proses klasifikasi data dapat disesuaikan dengan sifat dan kebutuhan masing-masing, serta perhitungan yang cepat dan efisien serta tidak memerlukan jumlah data yang terlalu banyak (Pratama.E, 2018). Dengan adanya sistem klasifikasi ulasan ini diharapkan dapat membantu pemilik *Café Ti Amo* dalam mengklasifikasi aspek kepuasan pelanggan serta menentukan keputusan strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas, pelayanan serta kepuasan pelanggan berdasarkan opini dan *review* yang ada.

Penelitian terkait juga pernah dilakukan oleh (Winarko.E,2020) dengan judul Analisis sentiment berdasarkan aspek pada ulasan restoran berbahasa Indonesia menggunakan *Convolutional Neural Network* (CNN) dan *Gated Recurrent Unit* (GRU) pada tahun 2020 Aspek yang digunakan pada penelitian ini adalah aspek makanan, harga, tempat, dan pelayanan. Kemudian penelitian terkait juga dilakukan oleh (Pratama.E,2018) dengan judul Sistem Analisis Sentimen pada Ulasan Produk Menggunakan Metode *Naïve Bayes* dimana hasil dari pengujian penelitian ini menunjukkan pada pengujian 3 kelas (negatif dan positif).

Berdasarkan latarbelakang yang telah dijelaskan, maka diangkatlah judul “APLIKASI KLASIFIKASI ULASAN PELANGGAN PADA *CAFÉ TI AMO* DENGAN METODE *NAÏVE BAYES* MENGGUNAKAN *FRAMEWORK DJANGO*”. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian suatu sistem yang langsung dapat mengklasifikasi setiap ulasan yang masuk secara otomatis berdasarkan aspek yang nantinya peneliti tentukan dengan menggunakan metode *Naïve Bayes*. Sehingga dapat membantu mempermudah pemilik usaha dalam melakukan klasifikasi aspek serta memperoleh gambaran terkait perspektif pelanggan terhadap produk dan pelayanan yang diberikan agar kedepannya bisa memberikan produk dan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana menerapkan metode *Naïve Bayes* dalam melakukan klasifikasi ulasan pelanggan berdasarkan aspek rasa, kualitas, dan pelayanan pada *café TiAmo* ?
2. Bagaimana membangun dan merancang aplikasi klasifikasi ulasan pelanggan berdasarkan aspek rasa, kualitas, dan pelayanan pada *Café Ti Amo* yang dapat diakses melalui *Web*?

## 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Dataset yang digunakan adalah ulasan produk makanan utama dan *snacks* di *Café Ti Amo* pada tahun 2020
2. Pada klasifikasi aspek kelas yang digunakan yaitu kualitas, rasa dan pelayanan.
3. Data yang digunakan berjumlah 2000 data ulasan, dimana 1200 data ulasan dari *Café Ti Amo* dan 800 data ulasan dari *Survey* melalui *Google Form*.
4. Data ulasan juga akan dilakukan sentiment positif dan negative dari 2000 data ulasan
5. Data ulasan menggunakan bahasa Indonesia.
6. Sistem nantinya akan berbasis website menggunakan bahasa pemrograman *Python* dengan *framework django* versi 4.0.1
7. Pembuatan model *Machine learning* menggunakan *Jupyter Notebook*

## 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Menerapkan metode *Naïve Bayes* dalam melakukan klasifikasi ulasan pelanggan berdasarkan aspek rasa, kualitas, dan pelayanan pada *café Ti Amo*.
2. Membangun dan Merancang sistem klasifikasi ulasan pelanggan berdasarkan aspek rasa, kualitas, dan pelayanan pada *Café Ti Amo* berbasis *Web*.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti:
  - a. Sebagai syarat kelulusan agar mendapatkan gelar sarjana pada UINSU Medan
  - b. Sebagai sarana menambah ilmu pengetahuan terkhusus di bidang pembelajaran mesin (*machine learning*) juga sebagai sarana untuk mengimplementasikan pelajaran yang pernah dipelajari di bangku kuliah.
  - c. Sebagai sarana menambah ilmu pengetahuan tentang menerapkan klasifikasi pada *machine learning*
    - a. Mengkaji lebih dalam tentang *Naive Bayes*, dan memahami tentang membangun aplikasi dengan *Framework Django*.
2. Bagi pemilik usaha:
  - a. Untuk mengetahui ulasan dari pelanggan sehingga bias meningkatkan kualitas dan pelayanan di *Café* tersebut.
  - b. Meningkatkan usaha dan kinerja kerja pada *Cafe* tersebut.
  - c. Meningkatkan banyaknya pelanggan untuk berkunjung di *Cafe* tersebut.
3. Bagi Universitas :
  - a. Bagi Universitas, diharapkan dapat menjadi sumber untuk melakukan penelitian berikutnya bagi mahasiswa dan mengembangkan sistem ini.
  - b. Memberikan kontribusi penambahan ilmu pengetahuan tentang *machine learning* serta menjadi bahan bacaan di perpustakaan Universitas dan dapat memberikan referensi bagi mahasiswa lain.