

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 4.1 Latar belakang

Saat ini internet menjadi sumber informasi yang paling banyak digunakan orang untuk mencari informasi yang dibutuhkan, tak terkecuali masyarakat Indonesia. Dengan internet masyarakat Indonesia dapat mengakses berbagai informasi, segala sesuatu dapat dilakukan dengan cepat, mudah, dan akurat sehingga semua orang lebih suka hal-hal yang bersifat praktis untuk menghemat waktu serta mendapatkan efisiensi yang maksimal. Dengan perkembangan teknologi yang pesat saat ini, teknologi menjadi tidak terlepas dari kehidupan kehidupan-sehari baik dalam pekerjaan, sekolah, maupun sekedar hiburan. Salah satu bukti perkembangan teknologi, dapat dibuktikan dengan adanya/munculnya kehadiran *e-commerce*.

Layanan *e-commerce* di sektor pangan sangat mempengaruhi kehidupan sehari-hari kita, terutama selama pandemi Covid-19. Pandemi ini membawa perubahan besar pada berbagai aspek kehidupan, termasuk pola konsumsi dan cara berbelanja masyarakat. Untuk mengurangi kontak fisik dan mencegah penyebaran virus, banyak konsumen beralih dari belanja konvensional di pasar atau supermarket ke belanja daring melalui layanan *e-groceries*. Di Indonesia, tren ini meningkat pesat selama pandemi, dengan banyak platform *e-groceries* yang bermunculan untuk memenuhi kebutuhan harian masyarakat. Menurut [dailysocial.id](#) (Eka, 2020), beberapa *e-groceries* seperti SayurBox mencapai lebih dari 500 ribu pengunduh, sementara HappyFresh dan Segari masing-masing mencapai lebih dari 1 juta pengunduh. Tingginya minat pengguna layanan *e-groceries* menarik perhatian investor. Menurut [Tech in Asia](#) (Fidinillah, 2022), [Pitchbook](#) (HappyFresh Valuation & Funding, n.d.) (Sayurbox Valuation & Funding, n.d.) , dan [finansialku](#) (Santosa, 2021), beberapa startup *e-groceries* berhasil mendapatkan pendanaan signifikan. TaniHub memperoleh pendanaan sebesar USD 65,5 juta pada tahun 2021,

Sayurbox sebesar USD 120 juta pada tahun 2022, HappyFresh sebesar USD 65 juta pada tahun 2021, dan Segari sebesar USD 16 juta pada tahun 2021.

Banyak perusahaan *e-groceries* mengalami kesulitan untuk bertahan di pasar setelah pandemi. Banyak pelanggan kembali berbelanja di pasar tradisional dan supermarket karena kekhawatiran akan kualitas dan kesegaran produk yang dibeli secara online. Mereka juga masih memiliki keraguan terhadap kemampuan *e-groceries* untuk menjaga kesegaran dan kualitas produk mereka (Andriani, 2021). Selain itu, karena masuknya pesaing baru, persaingan di pasar makanan ringan elektronik semakin ketat. Kondisi keuangan perusahaan semakin berat karena biaya logistik yang tinggi dan keharusan untuk memberikan subsidi pengiriman. Oleh karena itu, banyak startup yang menghadapi tantangan untuk bertahan hidup tanpa bantuan finansial yang signifikan (Julian, 2022). Dibuktikan di lapangan, contoh *e-groceries* yang mengalami kesulitan untuk bertahan di pasar setelah pandemi. Misalnya, perusahaan seperti HappyFresh dikabarkan menghentikan layanan mereka di Indonesia akibat mengalami kesulitan finansial yang mengakibatkan penurunan operasional mereka. Berdasarkan artikel dari Tech in Asia, HappyFresh harus mengurangi operasionalnya akibat masalah pendanaan yang mereka hadapi pada akhir 2023 (Wafi, 2022). Selain itu melansir artikel CNBC Indonesia, Happy Fresh dilaporkan memiliki utang mencapai US\$97 juta (Bestari, 2022). Selain itu menurut (Sugandi, 2022) pada 1 Maret 2022, Tanihub secara resmi menutup layanan *Business-to-Consumer* (B2C) dan berkonsentrasi pada sektor *Business-to-Business* (B2B). Penutupan ini disebabkan oleh sejumlah alasan, termasuk kesulitan untuk mempertahankan layanan bisnis TaniHub untuk pelanggan bisnis, karena model bisnisnya bergantung pada banyak penjualan dengan margin keuntungan yang tipis. Hal ini membuat sulit bagi mereka untuk mencapai profitabilitas, terutama di pasar yang kompetitif, dan mereka membuat keputusan strategis untuk berkonsentrasi pada pasar bisnis-ke-bisnis, yang dianggap lebih menguntungkan dan berkelanjutan bagi perusahaan.

Di sisi lain, terdapat aplikasi *e-groceries* yang berhasil menunjukkan ketahanan dan adaptabilitas mereka, salah satunya adalah Segari yang tela

berdiri sejak tahun 2020. Segari merupakan salah satu platform *e-groceries* yang bertahan untuk melayani kebutuhan konsumen. Segari terus mengalami pertumbuhan bisnis yang positif (Yusra, 2023), yang memungkinkannya tetap berada di pasar yang semakin kompetitif dengan berbagai strategi dan fitur unggulan. Menurut atikel marketeers, strategi Segari adalah untuk menjaga kualitas produk yang dijual dan kestabilan harga. Segari dapat mengirimkan pesanan dalam waktu 15 jam setelah panen berkat jaringan mitra petani yang luas di Jawa dan Sumatera dengan sistem desentralisasi gudang serta jaringan mitra penjualan. Pelanggan tidak perlu keluar rumah untuk mendapatkan produk segar berkualitas tinggi berkat proses pemesanan yang praktis. Hal ini menunjukkan bahwa banyak pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh Segari. Kepuasan pelanggan ini tercermin dari rating aplikasi yang stabil dengan nilai 4.9 di App Store dan 4.8 di Google Play Store.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang membuat aplikasi Segari mampu bertahan hingga saat ini, mengidentifikasi keunggulan dan kekurangannya, mengukur seberapa besar sentimen pengguna terhadap penggunaan aplikasi, serta memberikan faktor-faktor yang perlu ditingkatkan pada aplikasi tersebut melalui analisis sentimen. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa analisis sentimen penting dalam meningkatkan pemahaman kita tentang ulasan dan dapat digunakan secara luas dalam berbagai bidang untuk membantu kita membuat keputusan yang lebih baik (Nagaraj, et al., 2023). Untuk proses klasifikasinya, menurut (Refo, Rostianingsih, & Liliana, 2022) Algoritma *machine learning* yang digunakan *Support Vector Machine* (SVM) merupakan metode yang tepat untuk melakukan klasifikasi teks.

## 4.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, telah di temukan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana menganalisis sentimen pada ulasan aplikasi Segari menggunakan metode *Support Vector Machine*?
2. Seberapa besar sentimen pengguna terhadap penggunaan aplikasi Segari?

## 4.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup pada penelitian ini meliputi.

1. Analisis akan difokuskan pada ulasan pengguna terhadap aplikasi Segari.
2. Data yang diberdayakan adalah ulasan pengguna terhadap aplikasi Segari dari *Google Play Store* dan *App Store*.
3. Data yang dipakai adalah data yang dilabeli positif dan negatif.
4. Metode analisis sentimen yang digunakan adalah *Support Vector Machine* (SVM) dengan menggunakan data ulasan pengguna aplikasi Segari.

## 4.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada di atas, penelitian ini memiliki tujuan:

1. Menganalisis sentimen ulasan aplikasi Segari menggunakan metode *Support Vector Machine*
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang disukai dan yang perlu ditingkatkan pada aplikasi Segari.

## 4.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini memberikan manfaat:

1. Memperoleh hasil analisis sentimen ulasan aplikasi Segari dengan metode *Support Vector Machine*.

2. Mengetahui faktor-faktor yang disukai dan yang perlu ditingkatkan pada aplikasi Segari.

#### **4.6 Luaran yang Diharapkan**

1. Model klasifikasi sentimen dari hasil implementasi metode *Support Vector Machine* (SVM) dari data ulasan aplikasi Segari.
2. Memberikan gambaran faktor apa saja yang menyebabkan aplikasi Segari disukai dan faktor yang harus ditingkatkan dari Segari untuk perbaikan layanan.

#### **4.7 Sistematika Penulisan**

Berikut adalah sistematika yang digunakan dalam penelitian ini:

##### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab 1 membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan dan keuntungan penelitian, luaran yang diharapkan, dan sistematika penulisan.

##### **BAB 2 LANDASAN TEORI**

Pada BAB 2 ini membahas teori-teori dari basis ilmu pengetahuan teknologi yang mendukung penelitian.

##### **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Pada BAB 3 ini menjelaskan tentang metodologi yang di fungsikan penulis dalam melakukan penelitian.

##### **DAFTAR PUSTAKA**

##### **LAMPIRAN**