

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aplikasi *mobile* pada saat ini sudah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat modern. dengan adanya kemajuan teknologi berupa aplikasi *mobile* ini tentunya terdapat manfaat bagi pengguna yakni seperti akses informasi lebih mudah dan berkembangnya sumber daya manusia melalui pemanfaatan teknologi. Dalam era digital, berbagai aplikasi memudahkan pengguna untuk mengakses berbagai layanan dan produk dengan cepat dan efisien baik tak terkecuali dalam bidang bisnis. Adapun salah satu bentuk bisnis yang mulai memanfaatkan aplikasi *mobile* yakni Starbucks. Starbucks adalah salah satu merek kopi internasional yang kerap kali menjadi minuman kegemaran masyarakat luas. Starbucks tidak hanya melayani masyarakat secara tatap muka, namun juga melayani secara daring melalui aplikasi yang bernama Starbucks Indonesia.

Sebagai perusahaan ternama, Starbucks Indonesia tidak ingin membuang kesempatan untuk memanfaatkan perkembangan teknologi dengan meluncurkan aplikasi *mobile* bernama “Starbucks Indonesia”. Aplikasi Starbucks Indonesia telah mengalami pertumbuhan pesat dalam hal penggunaan dimana memungkinkan pelanggan untuk memesan minuman, melacak hadiah dan promo, dan bahkan membayar transaksi melalui *smartphone* mereka. Aplikasi Starbucks Indonesia menyajikan fitur utama untuk membantu dan memudahkan pelanggan yang meliputi home, order, card, reward, dan store (Solehah & Kuswanto, 2023).

Aplikasi Starbucks Indonesia dapat ditemukan pada Google Play Store untuk pengguna Android dan App Store untuk iOS, dari kedua platform tersebut memiliki 14.000 pengguna aktif yang memberikan penilaian pada aplikasi ini berupa *rating* aplikasi. Dari kedua *platform* tersebut memiliki *rating* penilaian oleh pengguna yang terbilang rendah dengan *rating* 3,7 pada Google Play Store dan 1,8 pada App Store. Keberhasilan aplikasi ini sangat bergantung pada pengalaman pengguna

yang positif, namun pengalaman pengguna yang negatif tidak bisa diabaikan karena dari hal tersebut bisa digunakan oleh pihak pengembang untuk membenahi aplikasi.

Dalam pembahasan ini, metode analisis yang digunakan berupa analisis sentimen yang mana menjadi suatu alat yang sangat penting untuk memahami bagaimana pengguna merespons aplikasi Starbucks Indonesia. Analisis sentimen dapat didefinisikan sebagai studi untuk menganalisis pendapat, penilaian dan sikap terhadap produk dan layanan dengan melakukan klasifikasi terhadap teks yang didasarkan kepada pendapat atau sentimen yang terdapat dalam produk atau layanan tersebut (Nisa, et al., 2019).

Dengan memahami, mengkaji dan mengidentifikasi sentimen pengguna cenderung positif atau negatif tentunya dapat membantu Starbucks meningkatkan layanan, memperbaiki aplikasi, dan merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Algoritma Naive Bayes adalah salah satu alat yang kuat untuk melakukan analisis sentimen dalam skala besar. Namun, meskipun pentingnya analisis sentimen untuk aplikasi seperti Starbucks Indonesia, masih terdapat kekurangan penelitian yang mengkaji sentimen pengguna secara mendalam dalam konteks ini, terutama di Indonesia. Oleh sebab itu, dasar dan tujuan adanya penelitian ini adalah untuk mengisi kesenjangan dan menambah pengetahuan dengan menganalisis sentimen pengguna terhadap aplikasi Starbucks Indonesia menggunakan algoritma Naive Bayes.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki dampak potensial yang signifikan pada pengembangan aplikasi dan pelayanan pelanggan di industri kopi di Indonesia, serta dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti dan praktisi di bidang ini.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat kepuasan dan sentimen pengguna terhadap Aplikasi Starbucks Indonesia berdasarkan ulasan pada Google Play Store dan App Store?
2. Bagaimana kinerja Algoritma Naive Bayes dalam mengklasifikasi sentimen berdasarkan ulasan pengguna?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini memiliki ruang lingkup yang terbatas pada:

1. Data sentimen mengenai ulasan pengguna pada aplikasi Starbucks Indonesia diperoleh dari Google Play Store dan App Store.
2. Data yang digunakan di dalam penelitian ini terdiri dari ulasan pengguna aplikasi Starbucks Indonesia berbahasa Indonesia dengan jumlah data 13.000 ulasan.
3. Data tersebut diklasifikasikan dalam dua kelas sentimen yaitu sentimen positif dan negatif.
4. Metode algoritma yang digunakan pada penelitian ini adalah algoritma Naïve Bayes.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan mengkaji mengenai tingkat kepuasan dan sentimen pengguna terhadap Aplikasi Starbucks Indonesia berdasarkan ulasan pada Google Play Store dan App Store dalam bentuk diagram batang dan kata yang paling banyak muncul dari ulasan.
2. Untuk mengetahui dan mengkaji kinerja Algoritma Naive Bayes dalam mengklasifikasi sentimen berdasarkan ulasan pengguna.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari adanya penelitian ini antara lain:

1. Dapat memberikan informasi kepada perusahaan mengenai tanggapan pengguna aplikasi Starbucks Indonesia yang bergerak di industri kopi yang berupa ulasan pada situs Google Play Store dan App Store.
2. Untuk memberikan informasi bagi Starbucks Indonesia yang bergerak dibidang industri kopi sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan layanan pada aplikasi.

1.6 Luaran yang Diharapkan

Luaran yang diharapkan pada penelitian ini adalah dapat memberikan informasi kepada perusahaan mengenai tanggapan pengguna aplikasi Starbucks Indonesia

pada situs Google Play Store dan App Store dan untuk memberikan informasi agar perusahaan dapat meningkatkan layanan pada aplikasi Starbucks Indonesia.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan pada penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I dalam penelitian ini meliputi latar belakang permasalahan yang menjadi topik penelitian, rumusan masalah, batasan arau ruang lingkup penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, luaran penelitian yang diharapkan, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Berikutnya pada Bab II, terdiri dari dasar teori dan definisi dari basis ilmu pengetahuan, teknologi yang digunakan dalam penelitian dan hasil penelitian terdahulu serta disampaikan secara rinci

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada Bab III, dijelaskan langkah-langkah penelitian yang menggambarkan seluruh kegiatan penelitian dari awal hingga selesai dalam menyelesaikan masalah, termasuk jadwal penelitian serta alat dan bahan yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Bab IV menjelaskan proses dan langkah-langkah penelitian pada masalah yang diangkat untuk mencapai hasil dan tujuan perihal yang sedang diteliti.

BAB V PENUTUP

Pada Bab V menjelaskan kesimpulan juga dari penelitian yang telah dilakukan serta saran untuk penelitian yang ingin dilakukan selanjutnya.