

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia masuk kedalam kategori negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia, dimana banyak perusahaan akan bersaing untuk masuk kedalam pasar Indonesia. Maka dari itu potensi berbisnis di Indonesia sendiri pun sangat tinggi, salah satunya pada industri *coffe shop* di Indonesia yaitu Starbucks merupakan contoh peluang bisnis yang berkembang pesat dan paling kompetitif di era perkembangan zaman saat ini. Tingginya masyarakat dalam mengkonsumsi kopi, menjadi peluang bisnis bagi pengusaha yang masuk kedalam pasar industri *coffe shop* (Herlambang et al., 2021)

Dengan seiring perkembangan gaya hidup pada masyarakat mereka cenderung memiliki fikiran membeli dan meminum kopi di *coffe shop* terlihat lebih keren dan elit dari kalangan anak muda maupun sampai orang tua sekalipun. Tercatat pada kuartal III – 2021 total ada 478 gerai resmi Starbuck di Indonesia (Sumber: databoks). Di Indonesia sendiri saat ini pengusaha bidang industri *coffe shop* sudah sangatlah banyak, hal itu terjadi karena perkembangan era globalisasi saat ini dimana masyarakat cenderung merubah gaya hidup dari yang sebelumnya untuk sekedar menikmati minuman kopi hanya di warung kopi biasa dan untuk sekarang masyarakat lebih tertarik mengunjungi *coffe shop*. Karena banyaknya *coffe shop*, maka dari itu muncul perhatian khusus bagi masyarakat untuk memilih produk sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Di Indonesia sendiri saat ini pengusaha bidang industri *coffe shop* sudah sangatlah banyak, hal itu terjadi karena perkembangan era globalisasi saat ini dimana masyarakat cenderung merubah gaya hidup dari yang sebelumnya untuk sekedar menikmati minuman kopi hanya di warung kopi biasa dan untuk sekarang masyarakat lebih tertarik mengunjungi *coffe shop*.

Perkembangan tren teknologi yang semakin pesat ini terdapat sejumlah data yang tersedia pada industri informasi. Jika ingin data tersebut bermanfaat menjadi informasi yang terpercaya dan akurat maka harus dilakukan pengolahan data.

Sangat penting untuk dilakukan analisis data dan menghasilkan informasi yang berguna terlebih lagi data tersebut dalam jumlah yang besar. Selain menghasilkan informasi, dibutuhkan proses lainnya seperti pembersihan data, integrasi data, transformasi data, penambangan data ( data mining ), evaluasi data dan penyajian data.

Data mining merupakan industri yang berkembang pesat untuk mendapatkan informasi yang berharga dan dapat diandalkan setiap orang saat ini membutuhkan data untuk digunakan supaya dapat membantu dalam pembuatan keputusan bisnis yang bijaksana, prediksi hasil, dan banyak tugas lainnya. Software data mining dapat menganalisis hubungan antara dan pola dalam data. Dalam hal bisnis, data mining paling sering digunakan oleh perusahaan yang berfokus pada pelanggan, sehingga ritel, keuangan dan pemasaran merupakan beberapa organisasi utama yang mendapat manfaat dari data mining. Data mining sangat penting untuk jenis bisnis ini karena memungkinkan mereka untuk menelusuri ke dalam data, dan menggunakan metode pengelompokan untuk menganalisis data dapat membantu mereka mendapatkan wawasan lebih lanjut dari data yang mereka simpan. Terdapat beberapa model atau fungsi pada data mining yaitu association rule mining, classification, feature selection, dan clustering. Peneliti memanfaatkan salah satu metode pengelompokan yakni klasifikasi pada data mining agar dapat membantu entitas bisnis untuk mengidentifikasi kelompok yang berbeda dalam database kepuasan pelanggan starbucks. Factor yang dianalisis melalui klasifikasi dapat berdampak pada kepuasan pelanggan.

Sebagian besar orang mencari bantuan orang lain saat membuat beberapa keputusan, tetapi tidak selalu mudah untuk mengikuti saran siapapun. Dan itulah mengapa dengan bantuan data mining seseorang bisa percaya diri untuk membuat keputusan sendiri. Selain itu, pengambilan keputusan tersebut mendapatkan lebih banyak kepercayaan dari pelanggan sebab dilakukan dengan sebuah teknologi terkomputerisasi yang jauh dari intervensi siapapun. Semua proses yang dilakukan bertujuan untuk memberikan layanan yang terbaik kepada pelanggan. Pengertian pelanggan menurut UU No. 8 tahun 1999, tentang perlindungan konsumen menyatakan bahwa konsumen merupakan setiap orang pemakai barang dan/atau

jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Para pelanggan akan merasakan kepuasan dan senang apabila diberikan kualitas pelayanan yang baik. Sementara itu, kepuasan memiliki fungsi terhadap perbedaan baik dari kemampuan kerja yang diharapkan maupun yang dapat dirasakan. Jadi, kepuasan pelanggan mencakup ketidaksamaan terkait pentingnya tingkat layanan dengan hasil yang dapat dirasakan (Febrian et al., 2022)

Kapasitas pelanggan merupakan suatu hal yang penting, karena berkaitan dengan jalannya suatu bisnis pada perusahaan. Kepuasan pelanggan yakni komparasi dari suatu pemahaman pada kemampuan kerja produk beserta dengan harapan, sehingga menghasilkan perasaan senang atau kecewa. Pelanggan akan merasakan ketidakpuasan jika mereka mempunyai pikiran dimana harapan mereka tidak terpenuhi. Sampai saat ini kepuasan para pelanggan masih merupakan aspek yang saling berkaitan, jika pelanggan merasakan kepuasan maka akan menghasilkan sesuatu yang baik untuk bisnis kedepannya pada suatu perusahaan.

Kepuasan pelanggan starbucks merupakan rancangan studi penelitian dalam menganalisis kepuasan para pelanggan yang diutarakan dari pengguna social media twitter. Maka dari itu, perusahaan mengharuskan untuk dilakukannya evaluasi supaya dapat mengetahui aspek apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan para pelanggan, sehingga kesetiaan para pelanggan akan tercipta jika pelanggan merasakan kepuasan terhadap manfaat layanan yang diberikan dari perusahaan (Bayes Yunitasari et al., 2021)

Berdasarkan latar belakang diatas, didapatkan suatu permasalahan tentang “Penerapan Klasifikasi data mining Untuk Kepuasan Pelanggan Starbucks Menggunakan Algoritma Decision tree & Naive Bayes”. Tujuan penelitian ini adalah dapat mengelompokkan kategori menjadi 3 kelas yaitu puas, cukup puas dan tidak puas menggunakan algoritma Decision tree & Naive Bayes sehingga bisa mengetahui opini masyarakat terhadap kepuasan pelanggan starbucks, pada penelitian ini memiliki tujuan untuk memperoleh hasil nilai *accuracy*, *precision* dan *recall*, serta mencari tahu algoritma terbaik terhadap klasifikasi data mining kepuasan pelanggan starbucks. Pada penelitian ini menggunakan data uji yang diperoleh dari tweet dengan kata kunci " starbuck OR starbucks OR #starbucks”

dari twitter. *Naïve Bayes* adalah salah satu algoritma yang banyak digunakan pada penelitian dengan jumlah data yang banyak dan data yang kosong dengan menggunakan perhitungan probabilitas, serta statistic dalam prediksi suatu data terkait dari pengujian yang telah dilakukan sebelumnya istilah tersebut biasa dikenal dengan *missing value* (Rozaqi et al., 2022). Algoritma *Decision Tree* biasa berguna dalam pembuatan pohon keputusan terkait pengambilan suatu keputusan, karena algoritma *Decision Tree* merupakan salah satu algoritma yang sering digunakan untuk melakukan klasifikasi data mining. Algoritma *Decision Tree* memiliki keunggulan dimana dapat mengurus atribut *diskrit* dan *kontinu*, sehingga dapat terselesaikan data tanpa nilai terkait atribut dan mengurangi pohon keputusan. Setelah itu dibuat algoritma *Decision Tree* supaya dapat dilakukan pengolahan data dari model pohon keputusan menjadi tahapan yang sederhana menjadi mudah dipahami (Hendra Kusuma et al., 2022).



## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah pada penelitian adalah “ Bagaimana cara menghasilkan nilai *accuracy*, *precission* dan *recall* menggunakan algoritma *Decision tree & Naive Bayes* terhadap kepuasan pelanggan starbucks ?”

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Menerapkan algoritma *Decision Tree & Naive Bayes* untuk klasifikasi sentimen terhadap kepuasan pelanggan starbucks.
2. Mendapat nilai *accuracy*, *precission* dan *recall*.
3. Menggunakan data uji berupa kepuasan pelanggan starbucks, yang diungkapkan pelanggan pada social media twitter.
4. Pengolahan data menggunakan twitter API (*Application Programing Interface*) key dengan Bahasa pemrograman Python.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari batasan masalah diatas, maka tujuan pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengelompokan kategori menjadi 3 kelas yaitu puas, cukup puas dan tidak puas menggunakan algoritma *Decision Tree & Naive Bayes*.
2. Untuk menghasilkan nilai *accuracy*, *precission* dan *recall*.
3. Kemudian mendapatkan hasil kinerja algoritma terbaik dalam pengklasifikasian terhadap kepuasan pelanggan starbucks.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan pada penelitian ini adalah :

### a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

### b. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan analisis berbagai teori yang relevan dengan materi Penelitian yang dilakukan.

### c. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan analisis tentang prosedur yang digunakan dalam penelitian untuk memecahkan suatu masalah.

### d. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang uraian hasil penelitian yang mencakup cara menghasilkan nilai *accuracy*, *precision* dan *recall* menggunakan algoritma Decision tree & Naive Bayes terhadap kepuasan pelanggan starbucks .

### e. BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya dari peneliti.

