

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kota Yogyakarta sudah dikenal sebagai kota pelajar. Selain itu, Yogyakarta juga merupakan destinasi bagi para wisatawan baik dalam negeri maupun luar negeri. Banyak tempat wisata yang ditawarkan oleh Yogyakarta. Mulai dari wisata alam dan budaya hingga ke wisata yang terpencil yaitu wisata desa atau kampung wisata. Jika dilihat dari data Statistik Perpariwisataan DIY Tahun 2018, jumlah wisata yang ada di DIY adalah sebanyak 185 objek wisata [1]. Dengan banyaknya destinasi wisata yang unik di Yogyakarta, maka dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan agar memiliki minat yang tinggi untuk berkunjung ke Yogyakarta. Mengutip dari data yang sama dengan sebelumnya, total kunjungan wisatawan pada objek wisata di Yogyakarta adalah sebanyak 25.515.788 orang pertahun [1].

Selain menawarkan keindahan wisata, adanya restoran sebagai sarana kuliner bagi para wisatawan adalah hal yang penting dan tidak terlepas dari wisata. Restoran menyediakan hidangan baik itu makanan maupun minuman. Menurut data Statistik Kepariwisataan DIY tahun 2018, jumlah restoran yang ada di Yogyakarta salah satunya di Gunung Kidul mengalami kenaikan. Total restoran bintang dan non bintang tersebut sejumlah 906 dibanding tahun 2017 yang hanya sejumlah 185. Dengan demikian, minat wisatawan terhadap kuliner mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Oleh karena itu, restoran sebagai sarana kuliner harus mampu dalam memenuhi dan menyediakan kebutuhan wisatawan. Disamping itu, restoran juga harus memperbaiki kesalahan yang ada dan siap dalam pembaharuan diri. Dengan begitu, restoran bisa memberikan kenyamanan bagi para wisatawan [1].

Pada tanggal 11 Maret 2020, *World Health Organization* (WHO) menyatakan virus *covid-19* sebagai pandemi global. Virus yang menyebar dengan cepat melalui kontak fisik menyebabkan semua negara memberlakukan *social distancing* dan *physical distancing*. Pemberlakuan tersebut adalah strategi yang dapat dilakukan dan diadopsi selama vaksin belum ada [2]. Menurut survey lembaga dari McKinsey melalui tulisan Potia dan Dahlian tahun 2020, dinyatakan bahwa hampir seluruh sektor bisnis yang berkaitan dengan *food and beverages* terkena dampak dari pandemi *covid-19* [2]. Awal dari *covid-19* memasuki Indonesia, pemerintah Republik Indonesia mengkampanyekan berdiam dirumah saja. Namun saat ini, pemerintah mengubah kampanye menjadi penanggulangan *covid-19*. Pemerintah menginginkan supaya masyarakat tetap produktif berkegiatan tetapi tetap memperhatikan protokol kesehatan dalam mencegah penyebaran virus *covid-19* [3].

Berdasarkan Instruksi Presiden nomor 6 Tahun 2020, Kementerian Kesehatan RI mewajibkan protokol pencegahan *covid-19* yang ditujukan bagi para pemilik usaha. Peraturan tersebut berlaku di tempat umum termasuk restoran. Pemberlakuan aturan serta arahan mengenai kewajiban protokol kesehatan pencegahan *covid-19* di area usaha diharapkan bisa melindungi konsumen dari bahaya *covid-19*. Hal ini merupakan usaha pemerintah agar konsumen memperoleh hak berupa perlindungan, keselamatan, keamanan, dan kenyamanan [3].

Fenomena tersebut membuat banyak masyarakat yang memberikan berbagai macam pendapat, baik itu pujian maupun keluh kesah yang dipublikasikan melalui media sosial [4]. Aplikasi tersebut salah satunya aplikasi kuliner. Aplikasi ini menyediakan fitur agar pengguna dapat menemukan lokasi dan makanan yang sesuai harapan. Selain itu, aplikasi ini juga menyertakan foto, lokasi, ulasan, dan *rating* dari para konsumen. Ulasan serta *rating* dari pengguna dibutuhkan karena dapat membantu perusahaan untuk mengevaluasi pelayanan yang diberikan [5]. Hal ini untuk membuat pelanggan puas dan merasakan pengalaman yang tidak

terlupakan. Pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, tentunya akan kembali menggunakan layanan tersebut pada masa yang akan datang [6]. Ketika pelanggan puas dalam pelayanan, mereka juga dapat memberi rekomendasi pada pengguna lain [7]. Dari penelitian yang dilakukan oleh Dwi dan Rochman dapat dilihat bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh langsung yang positif serta signifikan atas kepercayaan dan kepuasan pelanggan begitu juga sebaliknya [8]. Oleh karena itu, dari penelitian Jay dan Dwi, saat ini kepuasan pelanggan dianggap sebagai hasil paling penting dari semua kegiatan pemasaran di perusahaan yang berorientasi pasar [7].

Semakin berkembangnya situs penyedia *review* secara *online*, penelitian dalam bidang analisis sentimen pun banyak dilakukan [9]. Dalam melakukan analisis sentimen pada media *online*, analisis sentimen dan *text mining* adalah dua aspek yang tidak dapat dipisahkan [10]. Penggunaan analisis sentimen dilakukan saat hendak mengukur tingkat sentimen dari data teks, dimana pada penelitian kali ini didapat dari data teks *review* pelanggan yang diunggah secara *online*. Dalam pengukuran, digunakan bobot terhadap suatu kalimat, kata, ataupun pasangan kata yang ada untuk memutuskan kelas sentimen kata (Positif, Netral, dan Negatif). Pengukuran sentimen tersebut berguna agar dapat diketahui dan dianalisis kesan dan pendapat dari pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Hal ini dapat diamati dari seberapa baik pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan yang selanjutnya dapat menjadi aspek penentu terhadap tingkat kepuasan dari pelanggan [11].

Penelitian ini dilakukan untuk mengukur sentimen pelanggan restoran dari *review* atau *ulasan* pada situs *TripAdvisor.com*. Selanjutnya data yang didapat akan diproses lalu diolah sehingga didapatkan kelas tingkat kepuasan pelanggan restoran yang ada di D.I. Yogyakarta sebagai destinasi para wisatawan. Setelah itu, data dikelompokkan ke dalam kelas (Positif, Netral, dan Negatif) untuk mengetahui aspek umum yang diulas pelanggan yang bisa mempengaruhi tingkat kepuasannya. Barulah kemudian data

diidentifikasi menggunakan empat *core* bisnis restoran, dimana empat *core* ini berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis berdasarkan hasil yang diperoleh agar bisa menjadi saran kepada pihak restoran sehingga kualitas layanannya dapat diperbaiki dan ditingkatkan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan yang utuh.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan di atas, maka rumusan masalah yang didapat yaitu bagaimana penggunaan *text mining* dalam menganalisis dan menemukan aspek-aspek kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan restoran di D.I. Yogyakarta berdasarkan *review online* yang diunggah pelanggan di situs *TripAdvisor.com* ?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka batasan masalah yang didapat yaitu :

1. Analisis aspek kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan pada restoran di masa sebelum dan selama pandemi *COVID-19* di D.I. Yogyakarta.
2. Data berasal dari ulasan atau *review online* dengan bahasa Indonesia.
3. Analisis dibuat berdasarkan data dari *review online* pelanggan restoran pada masa sebelum dan selama pandemi *COVID-19* di D.I. Yogyakarta yang didapat dari situs *TripAdvisor.com*.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu menemukan dan menganalisis aspek kepuasan dan ketidakpuasan dari *review*

online pelanggan restoran di D.I. Yogyakarta yang diunggah di situs *TripAdvisor.com*.

1.5. Metode Penelitian

Penelitian dilakukan dengan mengambil data dari situs *TripAdvisor.com*. Data tersebut adalah *review* pelanggan restoran pada masa sebelum dan selama pandemi *covid-19* di D.I. Yogyakarta.

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu :

1. Pengumpulan data dari situs web *TripAdvisor.com*

Data yang diambil adalah data berupa teks dari *review* setiap restoran pada masa sebelum dan selama pandemi *covid-19* di D.I. Yogyakarta.

2. *Pre-processing* data

Proses yang diterapkan pada *pre-processing* atau pembersihan data adalah *Case Folding* (menerapkan *lowercase* pada seluruh huruf), *Filtering* (menghilangkan tanda baca, angka, *hashtag* dan URL, *stopword*, dan spasi yang berlebih) dan *Normalization* (Perbaikan pada kata singkatan atau kata yang tidak lengkap).

3. Penggunaan metode *sentistrength* untuk analisis sentimen

Data akan dikelompokkan berdasarkan nilai sentimennya dengan menerapkan metode *sentistrength* sehingga menghasilkan tiga kelas yaitu kelas positif, netral, dan negatif. Selanjutnya dilakukan perhitungan persentasenya lalu dilakukan analisis. Analisis sentimen berguna dalam menganalisis kesan berdasarkan pengalaman pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan restoran.

4. Penggunaan metode *n-gram* untuk perhitungan frekuensi

Data dari masing-masing kata untuk setiap kelas akan dihitung frekuensinya menggunakan metode *n-gram*. Perhitungan ini menghasilkan kata-kata yang paling sering muncul pada masing-masing kelas dan selanjutnya digunakan sebagai bahan analisis aspek umum kepuasan pelanggan. Hasil yang didapat dari penggunaan metode *n-gram* akan digunakan dalam penyusunan kamus atau leksikon baru.

5. Identifikasi kekuatan empat *core* bisnis restoran (*The Four Main Business Quadrants*)

Data yang telah dihasilkan dari metode *n-gram* lalu diidentifikasi kekuatan empat *core* bisnis restoran dengan pendekatan berdasarkan leksikon atau kamus. Setelah itu, analisis dilakukan sehingga dapat diperoleh *core* bisnis terkuat yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

6. Kesimpulan dari penelitian

Penarikan kesimpulan mengenai pengetahuan aspek kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan restoran dari hasil eksperimen yang telah didapatkan. Selanjutnya menganalisis bagaimana pihak restoran dapat menggunakan pengetahuan yang terbentuk. Dengan begitu, kualitas layanan dapat diperbaiki dan ditingkatkan sehingga kepuasan pelanggan bisa lebih maksimal.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan berisikan mengenai masalah yang terjadi serta konsep dan ide dasar dalam pembuatan dan penulisan tugas akhir.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi uraian beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan sumber referensi penulis beserta tabel perbandingan yang juga menguraikan penelitian yang dilakukan penulis.

BAB III: LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi mengenai macam-macam teori yang diimplementasikan pada penelitian yang dilakukan penulis.

BAB IV: ANALISIS DAN PERANCANGAN EKSPERIMEN

Pada bab ini berisi deskripsi masalah, analisis kebutuhan eksperimen, dan perancangan dari eksperimen yang dilakukan.

BAB V: HASIL EKSPERIMEN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai hasil eksperimen dan dijabarkan secara detail. Kemudian dilakukan pembahasan dari hasil eksperimen yang telah dilakukan.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penulis yang didapatkan dari hasil penelitian, dan juga diberikan kesimpulan serta saran.