

Analisis Sentimen Terhadap Penjualan Produk Telur Ayam Ras Pada UPTD Pembibitan Dan Agribisnis Ternak Di Dinas Peternakan Sumba Tengah

(Sentiment Analysis of Sales of Purebred Chicken Egg Products at Uptd Breeding and Livestock Agribusiness in the Department Central Sumba Farms)

Wantiwi Dapa Gomang¹, Stefanus Dwi Istiawan Mau², Emirensiana Dappa Ege³

^{1,2,3}Program Studi Teknik Informatika, Universitas Stella Maris Sumba

E-mail: ¹wantiwi1@gmail.com, ²ivanmau1108@gmail.com, ³emirensiana@gmail.com

KEYWORDS:

sentiment analysis, chicken egg sales, UPTD Breeding, livestock agribusiness, Central Sumba

ABSTRACT

The sale of broiler chicken egg products is one of the important sectors in the livestock industry in Central Sumba. The sales performance of this product is influenced by various factors, including consumer perception and response to the products offered. This study aims to analyze public sentiment towards the sale of broiler chicken egg products managed by the UPTD for Livestock Breeding and Agribusiness at the Central Sumba Livestock Service. Sentiment analysis was conducted to provide deeper insight into how public perception can affect sales and marketing strategies of these products. The results of the study indicate that public sentiment significantly affects the sale of broiler chicken egg products at the UPTD for Livestock Breeding and Agribusiness. Positive sentiment is related to increased sales, while negative sentiment indicates a decreasing impact. This study suggests improving product quality and service as a strategic step to increase positive public perception of these products.

KATA KUNCI:

analisis sentimen, penjualan telur ayam ras, UPTD Pembibitan, agribisnis ternak, Sumba Tengah.

ABSTRAK

Penjualan produk telur ayam ras merupakan salah satu sektor penting dalam industri peternakan di Sumba Tengah. Kinerja penjualan produk ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk persepsi dan tanggapan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen masyarakat terhadap penjualan produk telur ayam ras yang dikelola oleh UPTD Pembibitan dan Agribisnis Ternak di Dinas Peternakan Sumba Tengah. Analisis sentimen dilakukan untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana persepsi publik dapat mempengaruhi penjualan dan strategi pemasaran produk tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sentimen publik secara signifikan mempengaruhi penjualan produk telur ayam ras di UPTD Pembibitan dan Agribisnis Ternak. Sentimen positif berkaitan dengan peningkatan penjualan, sedangkan sentimen negatif menunjukkan dampak penurunan. Penelitian ini menyarankan peningkatan kualitas produk dan pelayanan sebagai langkah strategis untuk meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap produk tersebut.

PENDAHULUAN

Di era global saat ini kondisi persaingan antar perusahaan semakin tinggi, setiap perusahaan berpacu untuk memperluas pasar. Harapan adanya perluasan pasar secara langsung adalah untuk meningkatkan penjualan, sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak konsumen. Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk produksi yang berkualitas, sehingga

perusahaan dituntut agar terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas produknya. Hal ini yang dimaksud agar seluruh produk telur yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik dimata pembeli/konsumen.

Menjaga kualitas produk sangat penting dalam memasarkan suatu produk sehingga konsumen tidak cepat beralih keperusahaan lain. Dengan menjaga kualitas produk akan menambah tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk baik barang atau jasa berdasarkan Tingkat mutu yang diharapkan seperti durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, reparasi produk serta atribut produk lainnya dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan [1]. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, terdapat juga sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Jika hal ini dapat dilaksanakan oleh perusahaan, Maka perusahaan tersebut akan tetap memuaskan para konsumen dan dapat menambah jumlah konsumen dalam jangka waktu yang panjang. Kepuasan konsumen menjadi hal yang penting untuk diperhatikan oleh perusahaan. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan adalah seseorang yang menggunakan produk atau jasa yang dipasarkan [2]. Salah satu pengukuran tingkat kepuasan dalam penelitian ini adalah telur ayam ras, telur ras merupakan salah satu salah satu produk peternakan unggas yang memiliki kandungan gizi yang lengkap dan mudah dicerna. Oleh karena itu dalam memberikan telur ayam ras kepada masyarakat luas dibutuhkan analisis sentimen kepuasan pelanggan agar bisa memberikan hasil yang maksimal sehingga masyarakat tetap puas dengan hasilnya.

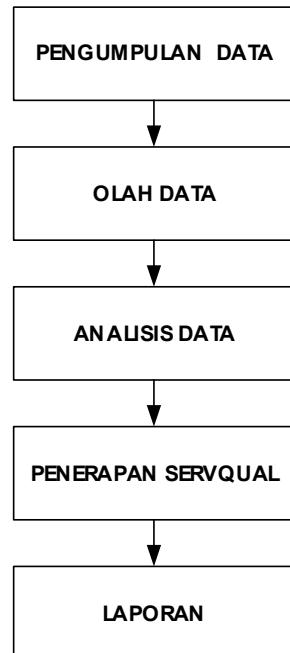
Mengenai Analisis sentimen sendiri adalah suatu teknik yang digunakan untuk melihat pendapat, evaluasi, sentimen, sikap, penilaian, dan emosi terhadap suatu entitas topik seperti layanan individu, masalah, topik, dan lainnya [3]. Penelitian yang pernah dilakukan adalah bagaimana menganalisis peran media sosial atas keputusan pelanggan D'brothers laundry. Menurut pandangannya media sosial ini adalah suatu hal yang baru. Pelaku usaha yang ada sekarang sudah banyak menggunakan media sosial untuk memasarkan usahanya. Adapun tujuan yang dilakukan penelitian ini adalah agar bisa mengetahui peran dari media sosial ini apakah cukup dalam mengetahui efektivitas marketing yang ada. Adapun penerapan metode yang dipakai dalam penulisan ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa marketing media sosial sosial facebook sudah cukup efektif terhadap keputusan pelanggan [4]

Adapun penelitian dengan judul Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada Umkm Chacha Flowers, Pemberdayaan UMKM yang ada pada era globalisasi saat ini dan juga tingginya persaingan antara sesama UMKM harus mampu menghadapi tantangan global seperti hal nya meningkatkan inovasi produk jasa. Tujuan dari penelitian ini adalah guna mengetahui efektivitas promosi yang dilakukan UMKM di media sosial instagram. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa efektivitas media sosial Instagram sebagai media promosi pada UMKM Chacha Flowers bermanfaat menarik minat konsumen untuk mengetahui produk yang tersedia [5]

Berdasarkan pembahasan diatas peneliti merasa pengukuran tingkat kepuasan terhadap penjualan produk telur ayam ras kurang maksimal disebabkan adanya beberapa pertimbangan yang mempengaruhi dalam proses penjualan telur ayam ras. Untuk mengatasi hal tersebut diperlukan sebuah analisis sentimen sehingga dari hasil analisis kepuasan masyarakat dinas terkait bisa meningkatkan hasil pemberian telur ayam ras secara maksimal.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menambahkan alur tahapan penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Alur Tahapan Penelitian

Pengumpulan Data

Pengertian pengumpulan data pada proses penelitian juga diartikan sebagai suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu [6]. proses ini peneliti melakukan pengumpulan data mengenai data yang akan digunakan dalam proses penelitian ini seperti, pada tahapan pengumpulan data ini menggunakan teknik observasi dan wawancara terhadap pihak terkait. Dalam pengumpulan data ini peneliti melakukan proses pengumpulan kuisioner yang disebarluaskan terhadap masyarakat melalui form online, berikut hasil pengumpulan datanya:



Gambar 2. Pengumpulan data kuisioner

Olah Data

Pada tahapan olah data ini, yang dilakukan adalah setelah mendapatkan data maka penulis melakukan pengolahan data yang didapat untuk dipilih atau memfilter data mana yang perlu digunakan dan tidak digunakan.

Dalam pengolahan data yang sudah dikumpulkan maka akan dilakukan cleaning, celaning yang dimaksud adalah bagaimana melakukan pemisahan data-data yang tidak valid dan juga memilih data-data yang akan dipakai dalam melakukan analisis, berikut ini contoh dari pengolahan data :

S.NO	Submitted Time	3. Secara keseluruhan, bagaimana tanggapan anda tentang pembagian telur ras pada dinas Peternakan Sumba tengah.?		
1	Submitted Time			
2	"Penjualan telur ayam ras di UPTD sangat memberi se: 18-09-2024 12:39:04	Baik		
3	"Telur ayam ras dari UPTD selalu berkualitas, kami 18-09-2024 12:39:28	Buruk		
4	"Layanan di UPTD Pembibitan dan Agribisnis sangat 18-09-2024 12:47:45	Baik		
5	"Telur ayam ras yang kami beli dari UPTD selalu se: 18-09-2024 12:49:50	Baik		
6	"UPTD membantu kami mengembangkan usaha de 18-09-2024 13:05:19	Baik		
7	"Kami sangat terbantu dengan penjualan telur ayu 18-09-2024 13:05:43	Baik		
8	"Harga telur ayam ras di UPTD sangat bersaing dan 18-09-2024 13:06:06	Baik		
9	"Layanan UPTD sangat memuaskan, semua pesana 18-09-2024 13:06:26	Baik		
10	"Kami sangat mengapresiasi UPTD yang selalu mer 18-09-2024 13:06:43	Baik		
11	"Terima kasih UPTD atas dukungannya, usaha kami 18-09-2024 13:07:04	Baik		
12	"Kualitas telur ayam ras dari UPTD sering tidak kon 18-09-2024 15:04:13	Baik		
13	"Pelayanan di UPTD lambat dan sering mengecewakan 18-09-2024 15:06:32	Baik		
14	"Telur yang kami terima dari UPTD kadang sudah m 18-09-2024 15:06:49	Baik		
15	"Harga telur di UPTD terlalu tinggi dibandingkan k 18-09-2024 15:07:02	Baik		
16	"Ketersediaan stok telur ayam ras di UPTD sering t 18-09-2024 22:50:20	Baik		
17	"Kami sering mengalami keterlambatan pengiriman 18-09-2024 22:51:02	Baik		
18	"Telur yang diterima sering kali ukurannya tidak se 18-09-2024 22:51:34	Baik		
19	"Pelayanan di UPTD kurang ramah dan terkesan ac 18-09-2024 22:51:59	Baik		
20	"Kualitas telur dasar UPTD tidak selalu segar, beberapa: 18-09-2024 22:52:26	Baik		
21	"Telur ayam dasar UPTD kadang-kadang pecah se 18-09-2024 22:53:02	Baik		
22	"Kami sering mengalami kendala komunikasi dengan 18-09-2024 22:53:41	Buruk		
23	"Pemesanan telur dari UPTD sering tidak sesuai jui 18-09-2024 22:54:29	Baik		

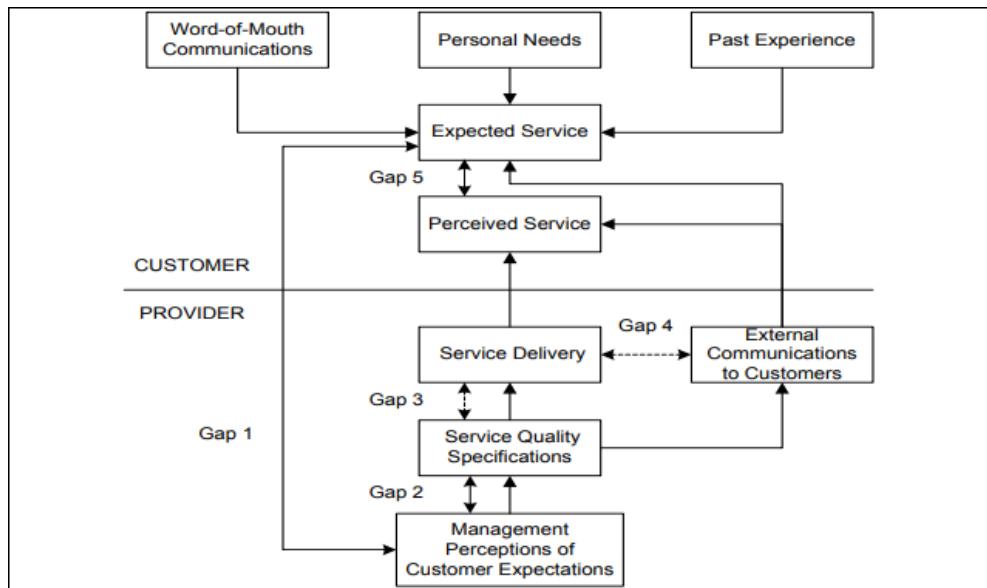
Gambar 3. Hasil Pengumpulan data kuisioner

Penerapan Servqual

Pada tahapan ini akan diterapkan metode pengembangan sistem menggunakan Service Quality, Metode pengembangan sistem yang diterapkan pada penelitian ini adalah Metode Service Quality, dengan metode ini kita bisa mengukur suatu kualitas pelayanan efektivitas media sosial terhadap topik lingkungan sehingga bisa dilihat apakah mampu memberikan kepuasan kepada penggunaanya [7] yang dimana proses ini akan mencoba menggabungkan metode Servqual didalam proses analisis sehingga mendukung penelitian ini. Dalam servqual sendiri memiliki 5 Gap dalam proses nya, 5 gap tersebut sebagai berikut :

1. Gap 1, adalah kesenjangan antara suatu persepsi manajemen atas ekspektasi konsumen itu dengan ekspektasi konsumen lain.
2. Gap 2, adalah suatu kesenjangan yang terjadi atas spesifikasi kualitas jasa yang ada.
3. Gap 3, adalah proses kesenjangan antara penyampaian suatu jasa dan bernilai negatif yang terjadi sebab penyampaian jasa tidak memenuhi target yang diharapkan serta tidak ada pengukuran target.
4. Gap 4, merupakan suatu kesenjangan terhadap suatu jasa dan komunikasi eksternal
5. Gap 5, kesenjangan yang dirasakan melalui harapan konsumen serta persepsi konsumen, yang berarti suatu jasa dipersepsikan tidak sesuai dengan jasa yang diharapkan.

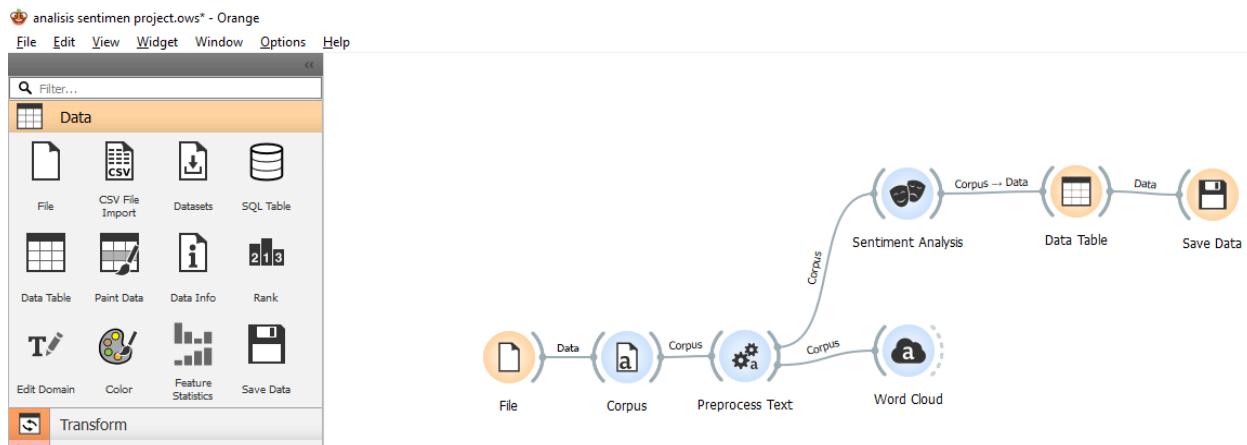
Berikut ini model dari metode Servqual:



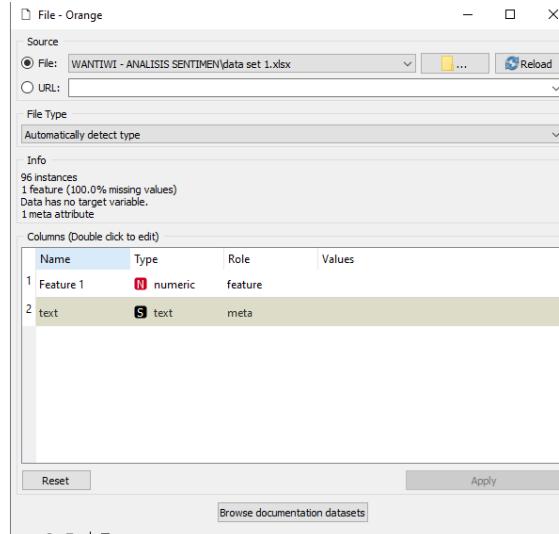
Gambar 4. Model Servqual

HASIL DAN PEMBAHASAN

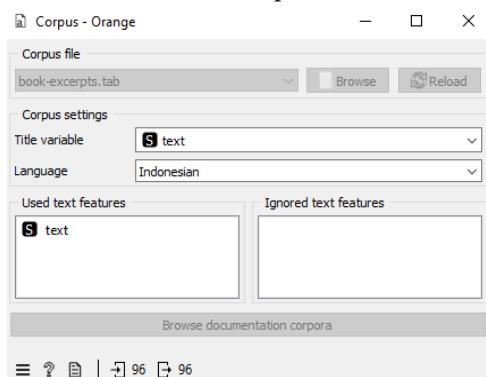
Pada bab ini penulis akan menampilkan hasil dari analisis yang dilakukan dengan orange guna melihat sentimen masyarakat dalam hal mengenai pemberian telur ayam ras, adapun proses dalam menganalisis ini sebagia berikut:



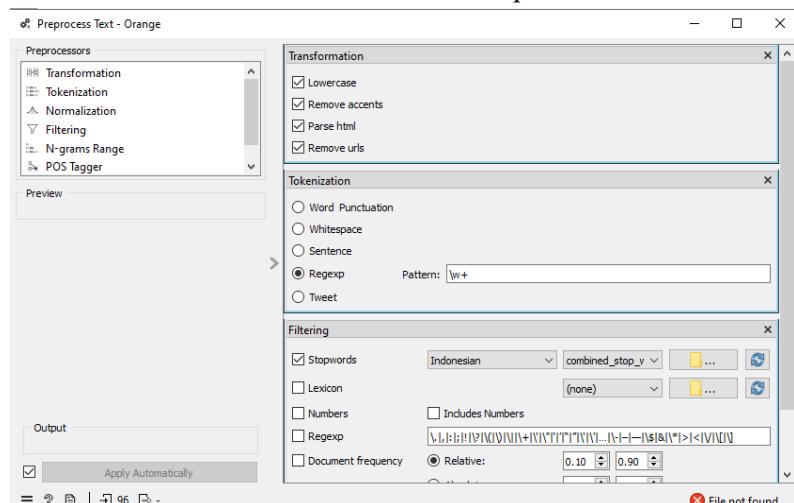
Gambar 5. Rancangan Analisis Sentimen



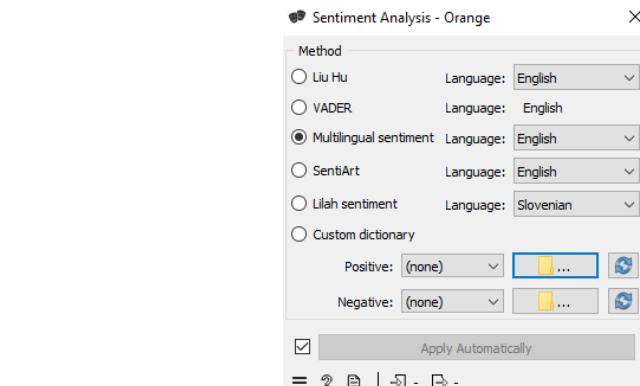
Gambar 6. Proses Upload File Excel



Gambar 7. Proses Corpus



Gambar 8. Proses Preprocess Text



Gambar 9. Proses Pemilihan Sentimen Analysis

title	text True	sentiment	
		Feature 1	
65	"Kami sangat menghargai dukungan UPTD dalam me...	?	66.6667
40	"Pelayanan UPTD sangat cepat dan responsif, kami sel...	?	60
43	"Telur dari UPTD selalu bersih dan segar, sangat mem...	?	60
38	"UPTD sangat mendukung pertumbuhan UMKM kam...	?	50
50	"Terima kasih UPTD atas produk yang selalu berkualita...	?	42.8571
9	"Kami sangat mengapresiasi UPTD yang selalu meny...	?	40
73	"Produk dari UPTD selalu segar, pelanggan kami sang...	?	40
93	"Layanan UPTD sangat memuaskan, kami selalu men...	?	40
63	"Kami puas dengan penjualan telur dari UPTD, kualita...	?	33.3333
94	"Telur ayam ras dari UPTD selalu segar dan berkualitas...	?	33.3333
4	"Telur ayam ras yang kami beli dari UPTD selalu segar ...	?	28.5714
18	"Pelayanan di UPTD kurang ramah dan terkesan acuh ...	?	28.5714
72	"UPTD membantu kami menjaga kualitas produk yan...	?	28.5714
2	"Telur ayam ras dari UPTD selalu berkualitas, kami san...	?	25
10	"Terima kasih UPTD atas dukungannya, usaha kami bi...	?	25
30	"Pelayanan kurang responsif dan kami harus menung...	?	25
36	"Kami puas dengan layanan dan produk yang diberik...	?	25
47	"UPTD selalu memberikan layanan terbaik, pesanan k...	?	25
62	"Pelayanan di UPTD sangat ramah, kami selalu dilaya...	?	25
95	"UPTD membantu kami memastikan pasokan telur sel...	?	25
			20

title	text True	sentiment	
		Feature 1	
26	"Pengiriman telur sering terlambat, membuat usaha k...	?	-60
12	"Pelayanan di UPTD lambat dan sering mengecewakan...	?	-50
58	"Pengiriman telur dari UPTD sering terlambat, menye...	?	-42.8571
51	"Kualitas telur dari UPTD menurun belakangan ini, ka...	?	-40
25	"Beberapa kali kami menemukan telur yang kualitas...	?	-33.3333
16	"Kami sering mengalami keterlambatan pengiriman d...	?	-25
22	"Pemesanan telur dari UPTD sering tidak sesuai jumlah...	?	-25
28	"Telur ayam ras yang kami dapatkan kadang-kadang r...	?	-25
48	"Kami tidak perlu khawatir dengan pasokan telur kare...	?	-25
53	"Pemesanan sering tidak sesuai dengan permintaan, a...	?	-25
76	"Pelayanan UPTD sering mengecewakan, tidak ada tin...	?	-25
60	"Kami beberapa kali menerima telur yang pecah atau ...	?	-20
77	"Harga telur dari UPTD naik, tapi kualitas tidak ikut m...	?	-20
21	"Kami sering mengalami kendala komunikasi dengan ...	?	-16.6667
29	"Stok telur di UPTD sering kosong sehingga mengha...	?	-16.6667
82	"Telur yang diterima sering kali ukurannya tidak serag...	?	-16.6667
84	"Kami kecewa dengan layanan UPTD yang sering tida...	?	-16.6667
32	"Kualitas telur ayam ras di UPTD selalu prima, tidak pe...	?	-14.2857
7	"Harga telur ayam ras di UPTD sangat bersaing dan ku...	?	-12.5
20	"Telur ayam ras dari UPTD kadang-kadang pecah saat ...	?	-12.5
			0

Gambar 10. Data Table Dari Sentimen



Gambar 11. Word Cloud Hasil Analisis

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis maka disimpulkan bahwa berdasarkan tanggapan pengguna ada 66 tanggapan positif dengan akurasi mencapai +60 dan 20 tanggapan negatif dengan akurasi -66.6667. Dan juga berdasarkan hasil word cloud kata yang banyak muncul berdasarkan tanggapan positif adalah Kualitas, berkualitas, segar dan puas. Oleh karena ini pada penelitian kali ini analisis sentiment tanggapan pengguna telur ayam ras yang diberikan oleh dinas sudah banyak yang merasa puas dengan hasil yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ermini, Suryati, M. Najib, and D. S. Nindiati, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada The Hungry Burger,” *J. Media Wahana Ekon.*, vol. 20, no. 1, pp. 36–51, 2023, doi: 10.31851/jmwe.v20i1.9814.
- [2] N. Hasanah and F. Fatmawati, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Katering Shobia Di Kelurahan Sungai Malang Kecamatan Amuntai Tengah,” *Inov. J. Adm. Niaga*, vol. 5, no. 2, pp. 41–48, 2023, doi: 10.36658/ijan.5.2.107.
- [3] N. P. G. Naraswati, R. Nooraeni, D. C. Rosmilda, D. Desinta, F. Khairi, and R. Damaiyanti, “Analisis Sentimen Publik dari Twitter Tentang Kebijakan Penanganan Covid-19 di Indonesia dengan Naive Bayes Classification,” *Sistemasi*, vol. 10, no. 1, p. 222, 2021, doi: 10.32520/stmsi.v10i1.1179.
- [4] A. Willem, A. L. Tumbel, and R. L. Samadi, “Analisis Efektivitas Marketing Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Pelanggan D’Brothers Laundry,” *J. EMBA*, vol. 8, no. 1, pp. 156–165, 2020.
- [5] D. S. Haryani and S. Fauzar, “Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada Ukm Chacha Flowers,” *Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang*, vol. 4, no. 1, pp. 12–20, 2021, doi: 10.52624/manajerial.v4i1.2227.
- [6] Z. Afif, D. S. Azhari, M. Kustati, and N. Sepriyanti, “Penelitian Ilmiah (Kuantitatif) Beserta Paradigma , Pendekatan , Asumsi Dasar, Karakteristik, Metode Analisis Data Dan Outputnya,” *Innov. J. Soc. Sci. Res.*, vol. 3, no. 3, pp. 682–693, 2023, [Online]. Available: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative%0APenelitian>
- [7] N. Navarone and S. Evanita, “Pengaruh Service Quality Dan Brand Trust Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Sebagai Mediasi Pada Produk Smartphone Samsung Di Kalangan Mahasiswa Kota Padang,” *J. Kaji. Manaj. dan Wirausaha*, vol. 01, pp. 50–62, 2019, [Online]. Available: <https://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/mnj/article/view/6397/3279>