

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada zaman sekarang situs-situs online *marketplace* menjadi pilihan yang banyak digemari masyarakat untuk berbelanja suatu produk. Ini merupakan perkembangan dari *e-commerce* sebagai media daring berbasis internet untuk tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara penjual dan pembeli. *E-Commerce* adalah proses jual beli barang maupun jasa secara elektronik dengan menggunakan teknologi digital dan jaringan internet. Berjualan secara online menggunakan situs-situs *e-commerce* menjadi pilihan untuk para penjual dalam menawarkan barang kepada konsumen. Di era modern ini, sentimen atau pendapat masyarakat semakin banyak disebarluaskan dan diungkapkan secara bebas di berbagai media. Sentimen dapat menjadi potensi besar bagi perusahaan yang ingin mendengar umpan balik publik tentang merek [13]. Belanja online atau *e-commerce* adalah transaksi yang dilakukan melalui media berupa jual beli online website atau jejaring sosial yang menyediakan barang atau jasa untuk pertukarkan. Contoh aplikasi belanja yang terkenal di Indonesia adalah Tokopedia. Tokopedia memiliki fitur yang dapat digunakan pengguna untuk memberikan review, seperti dalam bentuk rating bintang produk atau dapat mengomentari suatu produk (Harli et al, 2021). Review dari para pengguna ini secara umum dapat dijadikan sebagai referensi yang berguna dan efektif untuk mencari informasi tentang suatu produk. Ulasan pengguna atau ulasan aplikasi *e-commerce* sering kali berisi rekomendasi positif tertulis atau keluhan negatif tetapi disini untuk melihat ulasan menentukan produk bagus dan tidak bagus secara tidak langsung akan mempengaruhi pelanggan lainnya.

Analisis ulasan produk dapat dilihat dengan mudah dilakukan dengan melihat peringkat bintang yang diberikan oleh pembeli, tetapi peringkat bintang tidak dapat mewakili isi keseluruhan ulasan. Teks lengkap dari komentar ulasan harus ditinjau untuk memahami maksud keseluruhan dari ulasan. Ulasan dapat

dianalisis secara manual dengan cepat jika menggunakan analisis sentimen ini. Peneliti ini melakukan sentimen analisis terhadap review produk di *e-commerce* Tokopedia. Ulasan produk termasuk umpan balik teks bebas dan peringkat satu hingga lima. Umpan balik ulasan digunakan untuk menemukan informasi menjadi fokus pembeli saat mereka memberikan peringkat. Tanggapan ulasan dapat berisi beberapa peringkat atribut, sedangkan setiap ulasan hanya memiliki satu peringkat bintang, sehingga peringkat bintang tidak dapat mewakili setiap fitur produk yang dinilai oleh pembeli. Informasi yang disampaikan pembeli dapat mengacu pada karakteristik produk seperti harga, kualitas, bahan, warna, bentuk, ukuran, rasa, jumlah, serta layanan yang diberikan seperti pengepakan, waktu pengiriman, dan tanggapan penjual [12].

Sistem analisis sentimen dibangun menggunakan algoritma klasifikasi Naïve Bayes. Fitur utama dari algoritma Naïve Bayes adalah asumsi yang sangat kuat tentang independensi setiap kondisi atau peristiwa. Kelebihan dari algoritma Naïve Bayes adalah proses klasifikasi data dapat disesuaikan dengan sifat dan kebutuhan masing-masing. Naïve Bayes *Classifier* adalah teknik klasifikasi yang didasarkan pada teorema Bayes yang ditemukan oleh ilmuwan Inggris, Thomas Bayes. Teorema ini bekerja berdasarkan asumsi independen dari prediktor sehingga peluang di masa depan dapat diidentifikasi berdasarkan pengalaman sebelumnya. Dalam algoritma Naïve Bayes, sejumlah petunjuk yang disebut atribut diperlukan untuk membantu dan membentuk kelas yang sesuai untuk sampel yang sedang dianalisis, dimana keberadaan fitur tertentu di dalam kelas tersebut tidak berhubungan dengan fitur lainnya. Oleh karena itu, penulis akan menerapkan penelitian ini menggunakan teknik data mining menggunakan metode klasifikasi dengan algoritma Naïve Bayes untuk produk yang di pasarkan di aplikasi *e-commerce* Tokopedia.

Analisis sentimen adalah area umum pemrosesan bahasa alami yang berkaitan dengan deskripsi data untuk menentukan tujuan dari sumber teks, yang mungkin berupa apresiasi (positif) atau kritik (negatif). Sentimen dalam analisis review film penting karena memiliki beberapa manfaat yang signifikan. Sentimen analisis ulasan untuk menentukan produk terbaik di *e-commerce* tokopedia yang menyediakan ringkasan cepat tentang bagaimana orang-orang merespon atau

merasa tentang ulasan produk tersebut. Dengan melihat judul sentimen, pelanggan atau pembaca dapat segera gambaran umum tentang apakah produk tersebut lebih banyak disukai atau tidak disukai secara umum. Insight pengguna, melalui analisis judul sentimen dari berbagai review, kita mendapatkan wawasan tentang bagaimana pelanggan secara umum merespons aspek-aspek tertentu dari ulasan produk tersebut.

Penelitian ini menggunakan algoritma Naïve Bayes penerapan metode Naïve Bayes tergolong sangat mudah sehingga banyak digunakan dalam penelitian. Menurut penelitian sebelumnya, Naïve Bayes merupakan klasifikasi dengan akurasi paling tinggi [14].

Dari ulasan pengguna dapat diperoleh informasi sentimen berupa opini positif maupun negatif yang mencerminkan penilaian masyarakat terhadap suatu produk. Analisis terhadap sentimen tersebut memberikan gambaran pola penilaian konsumen dan membantu mengevaluasi kualitas produk berdasarkan pengalaman pembeli. Hasil analisis sentimen berupa komentar positif dan negatif, penilaian bintang, serta umpan balik lainnya dapat dimanfaatkan oleh penjual maupun perusahaan sebagai dasar peningkatan kualitas produk dan layanan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis melakukan penelitian dengan judul “Analisis Sentimen Ulasan untuk Menentukan Kualitas Produk Terbaik E-Commerce (Tokopedia) Menggunakan Algoritma Naïve Bayes”. Penelitian ini bertujuan untuk menggali pendapat publik mengenai kualitas produk di Tokopedia melalui ulasan konsumen, kemudian mengklasifikasikannya ke dalam kategori sentimen positif dan negatif menggunakan algoritma Naïve Bayes, sehingga dapat diketahui kecenderungan opini masyarakat terhadap kualitas produk yang ditawarkan.

Penelitian ini memberikan kontribusi yang sangat penting dalam memahami perilaku dan preferensi dari pelanggan terkait tentang produk-produk yang terbaru. Mengambil data dari ulasan komentar dalam beberapa toko dan melihat produk yang ingin kita ambil untuk melakukan penelitian dan mampu memberikan informasi yang lebih akurat tentang respons dari seorang pelanggan terhadap produk. Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode *Naïve Bayes*,

yang merupakan salah satu metode populer dalam analisis sentimen. Metode ini memanfaatkan teori probabilitas untuk mengklasifikasikan teks-teks berdasarkan sentimen positif atau negatif yang terkandung di dalamnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah umumnya pendapat publik cenderung positif atau negatif terhadap suatu produk-produk yang mereka inginkan. Hasil dari penelitian ini yaitu dapat memberikan wawasan yang berharga bagi para pembuat keputusan di industri perbelanjaan di *e-commerce* Tokopedia yang terdapat beberapa fitur yang berupa memiliki kualitas terbaik.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana cara kinerja metode Naïve Bayes dalam memprediksi sentimen ulasan untuk menentukan kualitas terbaik di *e-commerce* Tokopedia dan bagaimana hasil analisis sentimen dapat diaplikasikan pada kualitas produk yang diinginkan oleh pelanggan secara keseluruhan?

1.3. Batasan masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian saya mengenai analisis sentimen ulasan untuk menentukan kualitas produk terbaik *e-commerce* (Tokopedia) Menggunakan Algoritma *Naive Bayes*” yaitu:

1. Ruang lingkup penelitian ini mencakup sebuah toko yang menjual berbagai produk, seperti laptop, alat-alat elektronik, dan lain sebagainya.
2. Menggunakan algoritma Naïve Bayes untuk melakukan pengambilan data.
3. Analisis sentimen ulasan pada penelitian ini yaitu menggunakan dua pelabelan positif dan negatif.

1.4. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui hasil analisis sentimen berupa kecenderungan opini positif dan negatif terhadap komentar pengguna pada produk di *e-commerce* Tokopedia menggunakan metode Naïve Bayes, serta menerapkan hasil tersebut untuk

menentukan kualitas produk terbaik yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan secara keseluruhan.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, penelitian ini merupakan sebuah eksplorasi teori-teori yang selama ini dipelajari, serta menambah wawasan, ilmu pengetahuan, dan pengalaman terhadap analisis sentimen.
2. Membantu peneliti dalam memahami efisiensi dalam pemrosesan data menggunakan algoritma Naïve Bayes untuk analisis sentimen memungkinkan pemrosesan data ulasan dalam jumlah besar secara efisien dan cepat.
3. Mencari sumber data dan informasi bagi pengembangan industri perbelanjaan *e-commerce* Tokopedia untuk menentukan produk terbaik. Hasil analisa sentimen ulasan produk dapat memberikan gambaran tentang keadaan industri perbelanjaan *e-commerce* Tokopedia pada suatu waktu tertentu, serta dapat membantu lebih dalam mengidentifikasi tren belanja dan perkembangan industri *e-commerce* Tokopedia.