

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang pesat membawa pengaruh yang besar bagi manusia. Salah satu pengaruh dari teknologi tersebut merupakan jual beli secara *online* melalui media internet. Pesatnya perkembangan jual beli *online* memunculkan banyaknya *marketplace* di Indonesia salah satunya, yaitu Tokopedia. *Marketplace* merupakan model bisnis yang memfasilitasi para pedagang untuk berjualan dengan media internet. Konsep dasarnya sama dengan pasar tradisional yang dimana terdapat berbagai perdagangan dalam satu lingkungan yang sama dalam menjajakan dagangannya, namun *marketplace* memfasilitasi pedagang dengan cara online menggunakan media internet. Berkaitan dengan hal tersebut *marketplace* memberikan konsumen promosi pasar yang lebih luas, dengan bantuan internet produk yang didagangkan dapat dilihat oleh siapa saja, diwaktu apapun itu dan dimana pun itu, tidak hanya dilokasi penjual tersebut berada tetapi pelanggan bisa datang dari mana saja bahkan sampai ke negara lain[1].

Salah satu *marketplace* terbaik di Indonesia, yaitu Tokopedia yang resmi diluncurkan pada 17 Agustus pada 2009, dibawah naungan PT. Tokopedia yang didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada 6 Februari 2009. Sejak resmi diluncurkan, PT. Tokopedia berhasil menjadi salah satu perusahaan internet Indonesia dengan pertumbuhan yang sangat pesat. Pada tahun

2014 Tokopedia memecahkan rekor sebagai *marketplace* dengan investasi terbesar saat itu yakni senilai USD 100 juta[2].

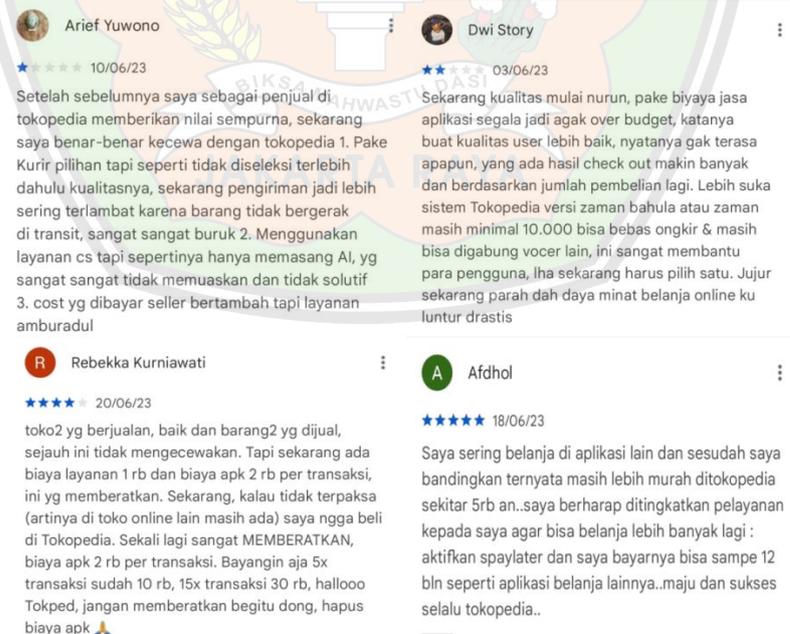
Tokopedia merupakan sebuah aplikasi yang bergerak pada jual beli barang secara online yang tergolong kedalam kategori *marketplace* dan *e-commerce*. Tokopedia menyediakan berbagai layanan dalam produknya, seperti jasa pengiriman, acara bulanan, *voucher* pembelian, *voucher* gratis ongkir, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, paket data dan sebagainya. Pada kuartal 3 2021, data dari iprice menunjukkan bahwa Tokopedia menjadi situs *e-commerce* terpopuler, dengan rata-rata 158 juta kunjungan per bulan. Tokopedia juga menduduki peringkat kedua di Appstore dan playstore[3].

Tokopedia telah diunduh sebanyak 100 juta lebih dan memiliki 6 juta ulasan pada *Google Play Store*[4]. *Google Play Store* memiliki fitur yang berisi ulasan dari penggunanya. Hal ini dapat dimanfaatkan untuk melihat ulasan dari pengguna aplikasi tertentu, salah satunya Tokopedia. Ulasan dari pengguna tersebut dapat digunakan sebagai tolak ukur yang efektif dan efisien untuk menemukan informasi pada suatu produk.

Ulasan dari pengguna aplikasi seperti halnya Tokopedia umumnya berisi saran bersifat positif maupun keluhan yang bersifat negatif yang dituliskan baik sedikit maupun banyak, akan berpengaruh pada calon pengguna. Menurut Winarko Ulasan pengguna berisi dua bagian, yaitu nilai *rating* dan komentar secara tekstual. Nilai *rating* menunjukkan evaluasi keseluruhan pengalaman pengguna menggunakan skala numerik, namun komentar tekstual mampu bercerita lebih dalam[5]. Ulasan pengguna pada *Google Play Store* tidak hanya

dijadikan sebagai tolok ukur yang efektif dan efisien untuk menemukan informasi pada suatu aplikasi bagi pengguna lain melainkan dapat juga dijadikan informasi yang berguna pada aplikasi untuk mengembangkan aplikasi tersebut.

Banyaknya ulasan aplikasi Tokopedia pada *Google Play Store* maka membutuhkan waktu bagi pengembang untuk membaca semua ulasan yang mereka terima secara manual. Oleh karena itu untuk mengumpulkan ulasan dan menganalisis dengan jumlah data berskala besar diperlukan suatu teknik, salah satunya adalah analisis sentimen[6]. Analisis sentimen merupakan teknik untuk mengolah data tekstual menjadi untuk memperoleh informasi pada teks[7]. Tujuannya untuk menganalisis ulasan, sikap, evaluasi, sentimen, dan penilaian pengguna terkait dengan aplikasi tersebut[8]. Gambar 1.1 adalah contoh ulasan pengguna aplikasi Tokopedia pada *Google Play Store*.

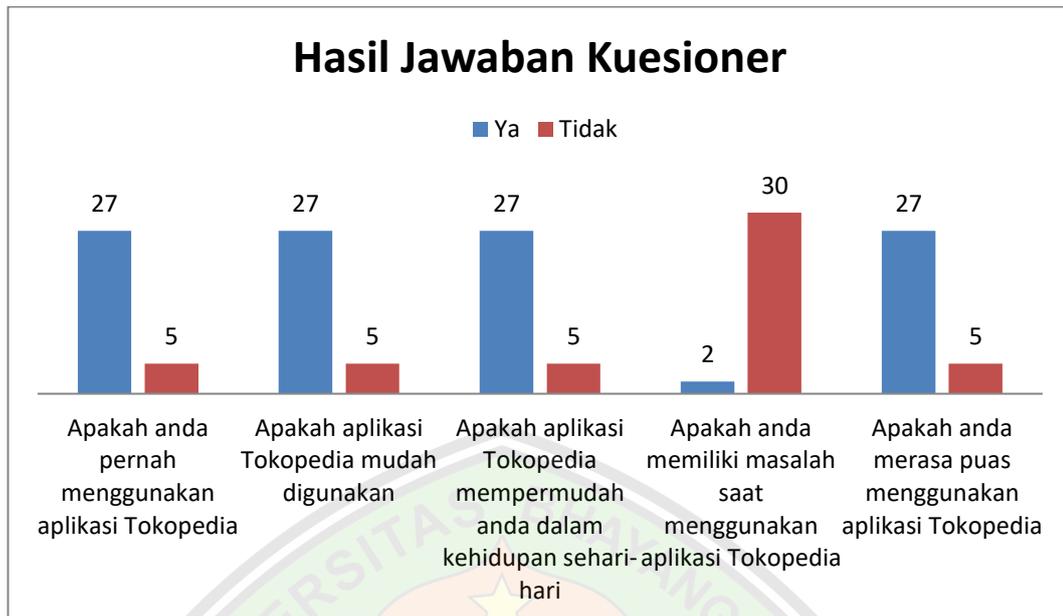


Gambar 1.1 Ulasan Pengguna Aplikasi Tokopedia
Sumber: *Google Play Store*(2023)[4]

Analisis sentimen dapat dilakukan menggunakan beberapa metode klasifikasi seperti, *Support Vector Machine* dan *Naïve Bayes*. Pada penelitian yang telah dilakukan tentang Perbandingan *Naive Bayes*, SVM, dan K-NN untuk Analisis Sentimen *Gadget* pada Komentar Youtube, menghasilkan bukti bahwa model klasifikasi SVM menunjukkan hasil terbaik. Rata-rata *accuracy* SVM sebesar 96,43% dilihat dari empat aspek, yaitu aspek desain sebesar 94,40%, aspek harga sebesar 97,44%, aspek spesifikasi sebesar 96,22%, dan aspek citra merk sebesar 97,63%[9].

Pada penelitian sebelumnya tentang Perbandingan Kinerja Metode Naive Bayes Dan K-Nearest Neighbor Untuk Klasifikasi Artikel Berbahasa Indonesia, hasil yang didapatkan menunjukkan metode Naive Bayes memiliki kinerja yang lebih baik dengan tingkat akurasi 70%, sedangkan metode K-Nearest Neighbor memiliki tingkat akurasi yang cukup rendah yaitu 40%[10].

Pada tahap awal penelitian membuat sebuah kuesioner awal yang ditujukan kepada warga Alinda Kencana 1 seputar tentang aplikasi Tokopedia. Pada tahap ini melakukan pembuatan dan penyebaran sebuah form yang berisi dari beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan aplikasi Tokopedia setelah itu dijawab oleh warga sekitar. Penyebaran kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui apakah aplikasi Tokopedia bermanfaat untuk warga sekitar. Pada Gambar 1.2 menjelaskan grafik hasil dari jawaban kuesioner. Pada grafik tersebut menghasilkan 27 orang menyatakan bahwa Tokopedia mempermudah mereka dalam kehidupan sehari-hari.



Gambar 1.2 Hasil Jawaban Kuesioner

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Dari serangkaian latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka diperlukan analisis lebih lanjut mengenai ulasan pengguna Tokopedia di *Google Play Store* untuk mengetahui bagaimana opini pengguna terhadap Tokopedia. Penulis akan mengklasifikasikan ulasan pengguna Tokopedia apakah ulasan positif atau negatif untuk bahan evaluasi Tokopedia biasa disebut dengan analisis sentimen menggunakan algoritma *Support Vector Machine* dan *Naïve Bayes*. Proses klasifikasi dilakukan menggunakan algoritma *Support Vector Machine* dan *Naïve Bayes*, Setelah itu mengekstrak dan mengeksplorasi seluas-luasnya informasi apa yang ada pada setiap klasifikasi sentimen positif maupun sentimen negatif yang sekiranya dianggap penting untuk digunakan pada berbagai keperluan.

Oleh karena itu, untuk penyusunan penelitian dengan judul “**Analisis Sentimen Pada Aplikasi Tokopedia Di Ulasan Google Play Store Dengan**

Algoritma Support Vector Machine Dan Naïve Bayes”. Penelitian ini diharapkan mampu mengklasifikasikan teks ulasan dengan baik sehingga nantinya informasi yang ada didalamnya dapat diekstraksi dengan baik serta penyajian informasi dari data yang diminati dapat memberikan informasi yang berguna bagi berbagai pihak yang membutuhkan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perubahan fitur pada aplikasi Tokopedia pada penelitian analisis sentimen sebelumnya dengan fitur sekarang yang sudah banyak berubah mempengaruhi sentimen pengguna Tokopedia.
2. Diperlukan sebuah metode untuk menghasilkan tingkat akurasi tinggi dalam melakukan analisis sentimen pada ulasan Tokopedia di *Google Play Store*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah diberikan pada latar belakang, maka dalam penelitian ini masalah yang akan dirumuskan adalah:

1. Bagaimana gambaran umum ulasan pengguna aplikasi Tokopedia pada *Google Play Store*?
2. Bagaimana mengimplementasikan algoritma *Support Vector Machine* dan *Naïve Bayes* dalam mengklasifikasikan ulasan pengguna aplikasi Tokopedia pada *Google Play Store*?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis data ulasan pengguna aplikasi Tokopedia pada *Google Play Store*
2. Menguji hasil penerapan *Support Vector Machine* dan *Naïve Bayes* dalam menganalisis data sentimen ulasan pengguna Tokopedia pada *Google Play Store*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Mengetahui gambaran umum mengenai ulasan pengguna Tokopedia pada *Google Play Store*.
2. Pihak yang memiliki kepentingan dapat melihat informasi yang ada dalam kumpulan ulasan yang sangat banyak, sehingga dapat fokus melakukan penanganan serta evaluasi kearah yang lebih baik.

1.6 Batasan Masalah

Batasan masalah untuk menghindari perluasan pada pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ulasan yang digunakan adalah ulasan yang berbahasa Indonesia.
2. Data yang diklasifikasi hanya menggunakan data ulasan pengguna Tokopedia di *Google Play Store* sebanyak 20.000 data 1 Januari 2023 sampai dengan 16 Juni 2023.
3. Penelitian ini hanya mengklasifikasikan data ke dalam label positif dan label negatif.

4. Penelitian ini hanya menggunakan metode *Support Vector Machine* dan *Naïve Bayes*.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penulisan, berikut adalah masing-masing bab:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dijelaskan tentang teori yang berhubungan dengan pokok pembahasan dalam penelitian dan secara garis besar berisi tentang analisis sentimen yang menjadi acuan dalam penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi mengenai objek penelitian, kerangka penelitian, metode pengumpulan data, metode analisis data, dan analisis sistem kebutuhan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas mengenai hasil dari berbagai perhitungan-perhitungan dan juga pembahasan dan analisa perhitungan dijelaskan pada bab ini.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan juga saran untuk penelitian selanjutnya yang akan dilakukan.

