

**ANALISIS SENTIMEN PADA *REVIEW* PENGGUNA *E-COMMERCE*
BIDANG PANGAN MENGGUNAKAN METODE *SUPPORT VECTOR
MACHINE***

(Studi Kasus: *Review* Sayurbox dan Tanihub pada Google Play)

GEYESSELLA MANIK

ABSTRAK

Sayurbox dan Tanihub merupakan *startup digital* yang membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dapur dengan menjual hasil pertanian secara online. Citra dari opini publik berupa kesan positif dan negatif merupakan hal yang penting yang biasanya ingin diketahui sebuah perusahaan karena dapat mempengaruhi daya tarik perusahaan serta berpengaruh terhadap efektifitas pemasaran produk atau layanan perusahaan. Opini dari publik dimuat dengan jumlah yang banyak, sehingga diperlukan suatu teknik yang dapat mengelompokkan opini tersebut secara otomatis dengan cepat. Teknik yang dapat digunakan pada bisnis untuk menentukan opini publik termasuk positif atau negatif adalah aplikasi *text mining*. Salah satu bidang *text mining* yang biasa digunakan yaitu analisis sentimen yang berguna untuk mendapatkan suatu informasi dengan memantau opini pengguna terhadap produk atau jasa yang diberikan perusahaan tersebut. Sayurbox dan Tanihub merupakan dua *e-commerce* yang berbeda namun menyediakan layanan dengan bidang yang sama yang dapat diakses dengan mengunduhnya dari situs *Google Play*. Dalam melakukan proses analisis sentimen, data mentah diperoleh dengan melakukan penarikan data *rating* dan *review* dari situs *google play*. Selanjutnya data dibersihkan dari kata dan simbol yang tidak relevan dengan sentimen lalu melabelinya kedalam dua kelas yakni positif dan negatif. Sebelum masuk ke proses klasifikasi, data review yang masih bernilai kualitatif diubah dahulu menjadi data yang bernilai kuantitatif dengan penggunaan metode *Term Frequency-Invers Document Frequency*(TF IDF). Hasil dari pengklasifikasian dengan metode *Support Vector Machine*(SVM) dengan jangka waktu Februari 2020

hingga Januari 2021 diperoleh besaran akurasi tertinggi yaitu pada data *review* sayurbox sebesar 91,4% dengan jumlah sentimen terbanyak adalah sentimen positif sebanyak 738 (70%). Sedangkan pada data *review* Tanihub, total akurasi sebesar 88,8% dengan sentimen terbanyak yaitu sentimen positif berjumlah 348 (65%). Adapun proporsi pembagian data yang digunakan adalah 80 : 20.

Kata Kunci : Analisis Sentimen, *E-commerce*, Sayurbox, Tanihub, *Text Mining*, *SVM Classifier*, *Google Play*.

**SENTIMENT ANALYSIS OF USER REVIEWS OF E-COMMERCE IN
THE FOOD SECTOR USING SUPPORT VECTOR MACHINE
(Case Study: Review of Sayurbox and Tanihub on Google Play)**

GEYESSELLA MANIK

Abstract

Sayurbox and Tanihub are digital startups that help people by selling agricultural products online. The image of public opinion in the form of positive and negative impressions is an important thing that a company usually wants to know because it can affect the attractiveness of the company and affect the effectiveness of marketing the company's products or services. Opinions from the public are loaded in large numbers, so we need a technique that can group those opinions automatically quickly. Techniques that can be used in businesses to determine public opinion, including positive or negative are text mining applications. One of the fields of text mining that is commonly used is sentiment analysis which is useful for obtaining information by monitoring user opinions on the products or services provided by the company. Sayurbox and Tanihub are two different e-commerce sites but provide services in the same field that can be accessed by downloading them from the Google Play site. In conducting the sentiment analysis process, raw data is obtained by withdrawing rating and review data from the Google Play site. Furthermore, the data is cleaned of words and symbols that are not relevant to the sentiment and then labeled it into two classes, namely positive and negative. Before entering the classification process, the review data which is still of qualitative value is converted into data of quantitative value by using the Term Frequency Inverse Document Frequency (TF IDF method). The results of the classification using the Support Vector Machine (SVM method) with a period of February 2020 to January 2021 obtained the highest accuracy is in the data review sayurbox of 91.4% with the highest number of sentiments being positive sentiment as much as 738 (70%).

While in the data review tanihub, the total accuracy is 88.8% with the most positive sentiment, which is 348 (65%). The proportion of data sharing used is 80 : 20.

Keywords : Sentiment Analysis, E-commerce, Sayurbox, Tanihub, Text Mining, SVM Classifier, Google Play.