

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan meningkatnya tingkat persaingan bisnis saat ini, sangat penting bagi pengusaha untuk memanfaatkan kemajuan teknis dalam memasarkan produk untuk kemajuan usahanya. (Masripah and Utami 2020). Seiring berkembangnya era sekarang, maka teknologi informasi berkembang secara pesat. Era digital telah mengantarkan transformasi budaya yang signifikan, membuat individu beralih ke semua perangkat elektronik. Dengan teknologi saat ini, mencapai kebutuhan manusia, apapun yang dilakukan menjadi lebih mudah. Dengan meningkatnya aksesibilitas dan mobilitas, harapan masyarakat untuk pemenuhan kebutuhan yang cepat juga meningkat. Teknologi telah memainkan peran penting dalam mendorong manusia ke era digital, dimana kita sering menemukan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Diantaranya yang sering kita gunakan adalah *smartphone*.

Pemakaian *smartphone* saat ini juga berkembang dengan cepat, karena dalam teknologi sekarang, semua dapat menggunakan *smartphone* bahkan bekerja menggunakan *smartphone*. Sebuah *smartphone* dilengkapi sistem operasi yang dapat disesuaikan oleh pengguna, dimana fungsinya bukan hanya untuk berkirim pesan dan telepon saja tetapi pengguna dapat dengan bebas menambahkan fitur dan fungsi sesuai keinginan pengguna. *Smartphone* saat ini memfasilitasi setiap kegiatan yang kita lakukan untuk membantu kegiatan kita sehari-hari seperti berbelanja. Dengan berkembangnya zaman, untuk memudahkan kita dalam berbelanja, banyak layanan aplikasi belanja online di Indonesia diantaranya adalah Shopee, Tokopedia, Lazada, Zalora dan lainnya. Aplikasi tersebut, membuat manusia menghabiskan waktunya untuk berbelanja online. Karena dengan berbelanja online dapat di akses kapan saja dan fleksibel dari mana saja.

Selain karena hal itu, aplikasi belanja online juga menawarkan berbagai promo dimana dengan kita memilih suatu barang maka kita akan mendapatkan sebuah promo termasuk diskon pada aplikasi tersebut. Promo tersebut bisa berupa voucher gratis ongkir dan voucher cashback. Shopee merupakan aplikasi belanja online yang berasal dari Singapura. Menurut TheAsianParent pada Desember 2017 (Marketing Interactive, 2018) 73% ibu Indonesia menyukai aplikasi Shopee dan menempati peringkat pertama sebagai aplikasi yang populer.

Shopee adalah pasar online yang menawarkan beragam produk untuk dibeli dan dijual mulai dari pakaian, alat elektronik, *furniture*, otomotif dan sebagainya. Dalam aplikasi Shopee pengguna dapat dengan nyaman mencari produk dengan menuliskan nama produk yang ingin dicari dan pengguna dapat memilih jenis produk yang diinginkan. Pengguna dapat memilih metode pembayaran, memilih layanan pengiriman, dan juga melakukan komunikasi dengan penjual hingga memilih promo yang disediakan oleh Shopee. Promo yang disediakan oleh Shopee ada promo voucher gratis pengiriman dan voucher uang tunai atau poin (*cashback*) Fitur yang digunakan oleh *platform* Shopee juga mempunyai keunggulan yaitu, menyediakan garansi dan dapat melakukan *return* jika barang yang dibeli tidak sesuai harapan.

Aplikasi Shopee dapat diunduh dari aplikasi *Google Play Store* atau di *App Store*. *Google Play Store* adalah salah satu *app markets* yang memfasilitasi sistem distribusi software bagi pengguna, aplikasi tersebut diperoleh dari pengembang. Dalam melakukan penilaian ini, ada yang memberi rating dan ada yang memberi ulasan. Pengguna memiliki kapasitas dalam memberikan umpan balik dalam skala 1 hingga 5 dan memberikan komentar tentang aplikasi dengan detail. Ulasan ini berguna untuk meningkatkan layanan secara keseluruhan dan meningkatkan kepercayaan terhadap pengguna. Selain itu ulasan diberikan agar perusahaan dapat mengevaluasi kinerja aplikasi tersebut.

Dalam melakukan proses pengolahan data ulasan, penelitian ini menggunakan analisis sentimen. Selain untuk mendapatkan informasi sentimen yang ada pada teks (Pratama, et al., 2019), juga dapat dilihat apakah opini tentang teks tersebut memiliki sentimen positif atau negatif yang berkaitan terhadap masalah atau objek (Sulthana, Jaithunbi, & Ramesh, 2018). *Support Vector Machine* diperkenalkan pada tahun 1992 oleh Vapnik. SVM adalah *supervised learning* yang diawasi terkait algoritma dimana data akan menganalisis dan digunakan sebagai klasifikasi dan analisis regresi (Liu, Bi, & Fan, 2017).

Dari latar belakang tersebut, penelitian ini akan melakukan analisis sentimen pada ulasan pengguna Shopee. *Support Vector Machine* adalah metode yang akan digunakan dalam penelitian ini untuk melakukan klasifikasi pada ulasan di *Google Play Store* pada aplikasi Shopee.

1.2 Rumusan Masalah

Beberapa perumusan masalah yang akan ditetapkan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana membangun klasifikasi sentimen ulasan pengguna Shopee di *Google Play Store* menggunakan *Support Vector Machine*?
2. Bagaimana hasil performa *Support Vector Machine* dari model yang dibuat terhadap pengguna aplikasi Shopee?

1.3 Batasan Masalah

1. Data yang digunakan adalah data ulasan pengguna Shopee di *Google Play Store*
2. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Support Vector Machine*.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Melakukan klasifikasi sentimen pada ulasan Shopee di *Google Play Store* untuk mengetahui berapa banyak sentimen positif dan negatif.
2. Melihat hasil performa algoritma *Support Vector Machine* dalam melakukan klasifikasi data sentimen aplikasi Shopee di *Google Play Store*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana penerapan metode Algoritma *Support Vector Machine* dalam melakukan pengklasifikasian ulasan pengguna Shopee di *Google Play Store*.
2. Memberikan informasi terhadap gambaran sentimen pengguna terkait layanan yang diberikan aplikasi Shopee.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dimaksudkan agar pembaca dapat memahami isi penelitian yang dilakukan. Secara garis besar sistematika penulisan yang telah disusun ini terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini, membahas latar belakang penelitian ini dilakukan yaitu untuk mengetahui alasan penelitian ini dibuat dan membahas rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian serta langkah untuk pengerjaannya.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini juga membahas teori-teori mendasar, referensi jurnal dan metode yang digunakan yang memiliki kaitan dengan klasifikasi sentimen yang menerapkan metode *Support Vector Machine* yang digunakan ketika mengerjakan penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Di bagian ini, berisi tentang kerangka pikir data penelitian serta tahapan yang dilakukan dalam melakukan penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, berisi tentang proses pengolahan data yang didapat, pengujian data dan membahas tentang analisis dari hasil pengujian data yang diolah.

BAB V PENUTUP

Pada bagian ini, penulis merangkum hasil dari penelitian ini dan memberikan kesimpulan dan saran serta masukan selama melakukan penelitian ini agar dapat menjadi pengembangan yang lebih baik di masa yang akan datang.