

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini belanja online semakin populer di Indonesia terutama di berbagai marketplace, seperti contohnya di Tokopedia. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan biasanya mereka menyediakan layanan pelanggan di laman mereka. Tetapi sebagian besar para konsumen memberikan ulasannya di berbagai jejaring sosial, salah satunya di twitter. Ulasan konsumen ini dapat dimanfaatkan sebagai informasi yang berharga apabila di olah dengan baik dengan menerapkan analisis sentimen terhadap ulasan konsumen tersebut.

Perkembangan dunia jejaring sosial telah mempengaruhi hampir ke seluruh aspek kehidupan masyarakat. Sebut saja dari mulai sosial, budaya, ekonomi bahkan politik. Semua ini tak terlepas dari mudahnya akses internet dengan tarif terjangkau ke berbagai pelosok di Indonesia. Sehingga masyarakat semakin mudah mengunggah keseharian mereka dan membaca berita terkini dan status teman temannya dengan real time di jejaring sosial.

Pengguna internet aktif di Indonesia pada tahun 2018 telah mencapai 64,8% dari total jumlah penduduk sebanyak 264,16 juta jiwa. Data ini berasal dari hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2017).

Twitter adalah jejaring sosial populer yang banyak diminati karena memberikan informasi yang dibutuhkan banyak pengguna internet. Informasi tersebut dapat berupa ulasan, pertanyaan maupun ulasan suatu produk, baik yang positif maupun negatif. Banyak alasan mengapa twitter masih tetap populer dibanding jejaring sosial lainnya, antara lain karena lebih hemat kuota, masih menjadi andalan untuk mendapatkan informasi terkini berserta update informasi terkait, sebagian juga menganggap konten twitter lebih orisinal dibanding jejaring sosial lain, Twitter juga membuat penggunaanya lebih bebas berekspresi dan menjadi diri sendiri.

Dalam dunia market place, status dan ulasan dari pembeli sebelumnya di jejaring sosial twitter juga mempengaruhi para konsumen untuk mengambil keputusan dalam melakukan pembelian melalui aplikasi market place di gawai mereka. Kata-kata yang memiliki frekuensi muncul nya tinggi dalam ulasan menggambarkan yang dimana keadaan penerimaan pasar secara umum pada produk-produknya (Muktafin et al., 2020). Hal ini karena calon konsumen merasa perlu meyakini produk yang akan mereka beli sesuai dengan deskripsi dan kualitas produk tersebut dengan membaca ulasan dari para konsumen sebelumnya.

Hal inilah mengapa kemudian jejaring sosial twitter kini menjadi sumber data yang besar, yang dapat dikumpulkan untuk dianalisa sesuai kebutuhan informasi. Salah satunya adalah dapat digunakan untuk mengevaluasi laman market place yang sudah berkembang pesat di Indonesia, salah satunya yang akan menjadi objek penelitian ini adalah Tokopedia. Tokopedia merupakan suatu perusahaan berbasis teknologi internet yang menjadi tempat bertemunya setiap pembeli dengan para pemilik bisnis di Indonesia. Tokopedia juga menyediakan layanan pembayaran dan teknologi finansial yang dapat melayani kebutuhan keuangan para pengguna mulai dari pinjaman, asuransi hingga investasi. Para mitra usaha tokopedia juga diuntungkan dengan menggunakan layanan tokopedia sebagai jembatan kesenjangan antara online serta offline yang hendak menaikkan nilai ke toko fisik tradisional lewat perluasan jangkauan pelanggan online dan mengekspos penjual ke lebih banyak pemasok dengan harga yang lebih kompetitif, disertai layanan logistik & fulfillment yang bisa melacak pengiriman benda hingga sampai ke tangan pelanggan dalam kondisi baik dan pengiriman yang cepat (Bayes & Mining, 2020). Tokopedia adalah salah satu market place yang paling sangat tinggi popularitasnya di Indonesia berdasarkan pada follower twitternya yang mencapai diatas enam ratus ribu followers.

Berdasarkan latarbelakang kasus tersebut, maka diperlukan suatu indikator atau ukuran mengenai kepuasan konsumen dengan melakukan penelitian terkait dengan ulasan mereka terhadap Tokopedia. Salah satunya dengan mendeteksi *tweet-tweet* yang mengandung ulasan terhadap Tokopedia. Pada penelitian ini menggunakan metode

klasifikasi *Naïve Bayes* untuk mendeteksi *tweet* yang mengandung ulasan terhadap Tokopedia di social jejaring twitter. Untuk menyederhanakan analisis sentimen terhadap ulasan terbagi menjadi dua, yaitu kelas positif dan negatif. Algoritma yang digunakan adalah algoritma klasifikasi yang dapat diolah data dalam mempresentasikan jumlah besar *ulasan* positif dan negatif terhadap marketplace tokopedia dan memprediksikan seberapa akurasi pada *ulasan* tersebut.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas, maka ditentukan rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

- 1 Bagaimana mengetahui informasi melalui ulasan kepuasan para pelanggannya di jejaring sosial twitter?
- 2 Bagaimana performa metode *naïve bayes* ini dapat digunakan sebagai parameter atau tolak ukur yang akurat terhadap marketplace Tokopedia?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui informasi melalui ulasan kepuasan para pelanggannya di jejaring sosial twitter.
2. Untuk mengetahui performa metode *naïve bayes* dalam mengklasifikasikan analisis pengaruh ulasan kepuasan pelanggan terhadap marketplace Tokopedia.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai hasil pengolahan data sentiment analisis pelanggan marketplace Tokopedia, dan mengetahui performa atau akurasi algoritma *naïve bayes*.

## 1.5 Ruang Lingkup

Berikut adalah beberapa ruang lingkup dalam melakukan penelitian ini, yaitu:

1. Data yang dipakai dari twitter adalah merupakan hasil *crawling tweet* yang berserta publik twitter dalam mengenai tentang tokopedia atau tokped di Indonesia. Data yang dipakai dimulai tanggal 15 Januari 2021 – 03 Februari 2021.
2. Isi *Tweet* menggunakan bahasa Indonesia.
3. Label sentimen pada data hanya berupa sentimen positif dan negatif.
4. Algoritma yang digunakan untuk klasifikasi data adalah algoritma Naive Bayes.

## 1.6 Luaran Yang Diharapkan

Luaran yang diharapkan dari penelitian ini adalah berupa informasi hasil sentiment analisis terhadap marketplace Tokopedia.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini merupakan urutan dalam menyelesaikan masalah sehingga masalah-masalah penelitian akan terdiri dari 5 (lima) bab, berdasarkan dari penulisan memiliki 5 (lima) sub bab pada masing-masing sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup, luaran yang diharapkan, dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori dasar yang relevan dan materi yang terkait dengan penelitian yang dilakukan.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai metode penelitian yang digunakan oleh penulis untuk memecahkan sebuah masalah yang harus dikaji agar dapat hasil jalan keluarnya.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan mengenai hasil dan pembahasan yang berisi objektif, menyusun, dan eksperimen dalam penelitian dengan sesuai metode penelitian yang telah dibuat.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini menjelaskan mengenai penutup yang berisi kesimpulan dan saran pada hasil yang sudah dilakukan keluarannya dari penelitian tersebut.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **RIWAYAT HIDUP**

## **LAMPIRAN**