

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut (Darmawan & Nurul Pratiwi, 2020) perkembangan teknologi digital telah menghadirkan cara baru dalam berbelanja, yaitu secara *daring*, yang menjadi solusi praktis bagi masyarakat dengan keterbatasan waktu serta energi untuk datang ke toko secara langsung. Aktivitas jual beli melalui internet bukan semata-mata memberi kepraktisan bagi pelanggan, sekaligus menghadirkan kesempatan terhadap pelaku bisnis untuk memperluas pasar tanpa perlu membangun toko fisik yang memerlukan biaya besar.

Dari penelitian (Hermawati & Sholihaningtias, 2021) mengatakan bahwa Tokopedia, termasuk salah satu sarana bisnis elektronik terpopuler di Indonesia, menyediakan layanan yang mendukung individu maupun pemilik bisnis dalam memulai dan mengembangkan toko *online* secara mudah dan tanpa biaya. Fitur ulasan yang disediakan oleh Tokopedia memberikan ruang bagi pengguna untuk menyampaikan pengalaman mereka terhadap produk maupun layanan yang digunakan.

Seperti yang disampaikan (Ransi et al., 2020), mengidentifikasi tren dan informasi dalam ulasan pengguna merupakan tugas yang kompleks, terutama karena besarnya volume data dan keterbatasan analisis manual. Tokopedia, termasuk sarana bisnis elektronik terbesar di Indonesia, menghadirkan fitur ulasan produk yang dapat diterapkan sebagai sumber pengkajian kualitas produk dan jasa. Analisis ulasan ini penting bagi penjual untuk meningkatkan kualitas produk dan bagi calon pembeli sebagai bahan pertimbangan sebelum melakukan pembelian. Meskipun rating bintang memberikan indikasi awal kepuasan pengguna, nilai tersebut tidak sepenuhnya mencerminkan isi ulasan secara detail. Oleh karena itu, analisis menyeluruh terhadap isi komentar diperlukan agar informasi berupa pujian, kritik, dan saran yang terkandung dalam ulasan dapat diidentifikasi. Dengan demikian, hasil analisis akan memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai pengalaman dan persepsi pengguna terhadap produk atau layanan.

Menurut (Darmawan & Nurul Pratiwi, 2020) sangat memungkinkan untuk menganalisa komentar dengan cara konvensional dengan membaca satu per satu. Namun seiring meningkatnya volume ulasan dari pengguna, proses menganalisis komentar secara manual menjadi tidak efisien. Informasi yang terkandung dalam ulasan sangat berharga untuk mengevaluasi kualitas layanan, jumlahnya yang besar menyulitkan proses pembacaan satu per satu. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan otomatis seperti **analisis sentimen** untuk mengelompokkan opini pengguna menjadi kategori positif atau negatif.

Menurut (Sari & Wibowo, 2019) Analisis sentimen atau *opinion mining* merupakan strategi yang digunakan untuk memahami opini dalam bentuk teks terhadap suatu topik atau entitas tertentu, dan menentukan polaritas dari opini tersebut, apakah bersifat positif atau negatif. Metode ini sangat bermanfaat dalam menyaring tanggapan pengguna terhadap layanan atau produk.

Pada penelitian (Manik et al., 2018) Penelitian yang dilakukan oleh Ridawati Manik, Pristiwanto, dan Kennedi Tampubolon pada tahun 2018 berjudul "Prediksi Kolektibilitas Kredit Anggota Dewan Menggunakan Algoritma C5.0" membahas tentang penggunaan Algoritma C5.0 dalam mengenali dan menganalisis elemen-elemen yang memengaruhi kolektibilitas kredit anggota dewan. Algoritma C5.0 digunakan untuk membentuk pohon keputusan yang menjadi dasar untuk mengambil keputusan terkait masalah tersebut. Pohon keputusan ini menjadi alat bantu alternatif dalam pemecahan masalah terkait prediksi kolektibilitas kredit anggota dewan. Melalui klasifikasi yang dilakukan menggunakan pohon keputusan tersebut, peneliti dapat menilai tingkat kinerja prediksi kolektibilitas kredit anggota dewan. Ini memperlihatkan bahwa Algoritma C5.0 memiliki peran yang relevan dalam proses pengambilan keputusan dan penilaian kinerja dalam konteks prediksi kolektibilitas kredit.

Menurut (Zamasi, 2021) dalam konteks ulasan pengguna aplikasi Tokopedia, banyaknya ulasan yang tersedia dapat menyulitkan proses penyimpulan hasil ulasan secara manual. Salah satu pendekatan yang bisa digunakan untuk melakukan klasifikasi sentimen adalah algoritma *Decision Tree* C5.0. Algoritma ini dikenal memiliki keunggulan dalam efisiensi pemrosesan data dan pemahaman

terhadap ulasan pengguna secara efisien, sehingga dapat menyajikan perspektif yang lebih baik mengenai persepsi dan evaluasi pengguna terkait aplikasi Tokopedia.

Berdasarkan penjelasan di atas, algoritma *Decision Tree C5.0* mampu mengambil keputusan dalam meninjau suatu masalah. Peran algoritma ini dalam membuat pohon keputusan menjadikannya sebagai sarana pendukung yang efektif dalam penanganan masalah. Dalam konteks penelitian ini, algoritma *Decision Tree C5.0* diaplikasikan untuk menganalisis kecenderungan komentar dalam ulasan dengan mengkategorikan ulasan sebagai positif atau negatif. Dalam penelitian akhir ini, penulis akan mengkaji secara lanjut seputar implementasi dan hasil dari penggunaan algoritma ini dalam analisis sentimen terhadap ulasan pengguna aplikasi Tokopedia. “Analisis Sentimen Terhadap Aplikasi Tokopedia Menggunakan Algoritma *Decision Tree C5.0*”.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada uraian latar belakang sebelumnya, rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana merancang sistem yang digunakan untuk menganalisis komentar positif dan negatif pada aplikasi Tokopedia dengan memanfaatkan Algoritma *Decision Tree C5.0*?
2. Sejauh mana tingkat akurasi yang dihasilkan dari Algoritma *Decision Tree C5.0* dalam menganalisis sentimen pada ulasan terhadap aplikasi Tokopedia?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada latar belakang serta rumusan masalah sebelumnya, tujuan yang hendak diperoleh pada penelitian ini adalah :

1. Membangun sistem yang dapat digunakan untuk menganalisis komentar positif dan negatif pada ulasan pengguna terhadap aplikasi Tokopedia menggunakan Algoritma *Decision Tree C5.0*.

2. Mengukur sejauh mana tingkat akurasi algoritma *Decision Tree C5.0* yang digunakan dalam analisis sentimen pada ulasan produk terhadap aplikasi Tokopedia menggunakan perhitungan *confusion matrix*.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini mampu memberikan manfaat. Berikut merupakan manfaat yang ingin dicapai berdasarkan hasil penelitian ini adalah :

1. Memperoleh sistem yang mampu melakukan klasifikasi otomatis terhadap opini pengguna berdasarkan kategori sentimen positif dan negatif.
2. Mengetahui seberapa tinggi akurasi algoritma *Decision Tree C5.0* dalam mengklasifikasi sentimen dari aplikasi Tokopedia.
3. Menyediakan informasi tambahan yang bermanfaat bagi calon pembeli dalam mempertimbangkan pengalaman pengguna lain sebelum melakukan transaksi..
4. Menjadi sumber masukan bagi masyarakat dalam menilai kualitas layanan yang disediakan oleh Tokopedia.
5. Memberikan alat bantu analisis kepada pelaku usaha dan pengelola *platform* Tokopedia dalam rangka mengevaluasi dan meningkatkan kualitas produk serta layanan mereka.
6. Menjadi referensi untuk pengembangan sistem klasifikasi sentimen dengan algoritma *Decision Tree C5.0* dalam studi selanjutnya.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Penelitian ini ditentukan pada ruang lingkup dan batasan antara lain :

1. Metode yang diterapkan pada penelitian ini adalah algoritma *Decision Tree C5.0*.
2. Melakukan sentimen pada ulasan toko *online* yang berbahasa Indonesia.
3. Komentar yang dikumpulkan dari ulasan berupa teks ulasan pengguna.
4. Objek pada penelitian ini yaitu hanya aplikasi Tokopedia, khususnya ulasan produk toko *online* pada aplikasi Tokopedia.
5. Toko yang digunakan pada penelitian ini yaitu Wardah Official.

6. Kategori komentar yang digunakan yaitu komentar positif dan negatif.
7. Tidak menganalisis kalimat yang mengandung *emoticon*.
8. Teks komentar yang ditulis dengan tidak biasa atau ringkas, tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini.
9. Jumlah data yang penulis gunakan yaitu 2.500 data.