

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Shopee adalah perusahaan *e-commerce* yang didirikan pada tahun 2015. Pada tahun 2021, Shopee menjadi *platform e-commerce* terbesar di Asia Tenggara dan secara cepat mengambil alih ruang *e-commerce* yang sangat kompetitif (Kee et al., 2023). Indonesia menjadi negara dengan jumlah kunjungan Shopee tertinggi. Sebuah laporan yang dibuat oleh *Webretailer*, perusahaan data *e-commerce*, menunjukkan bahwa pada tahun 2023, Shopee menerima rata-rata 124,9 juta kunjungan bulanan dari orang Indonesia, yang merupakan 27% dari total kunjungan bulanan di seluruh dunia (Annur, 2024).

Pengguna Shopee sering berbagi pengalaman mereka melalui ulasan dan penilaian di *platform* seperti Google Playstore. Ulasan atau penilaian ini biasanya berisi saran positif dan keluhan negatif, yang masing-masing dapat mempengaruhi calon pelanggan secara tidak langsung. Namun, semakin banyak ulasan pengguna yang masuk ke Google Playstore untuk aplikasi Shopee membuat perusahaan sulit untuk memahami semua ulasan tersebut (Nurian, 2024). Menurut Rona Nisa Sofia Amriza dan Didi Supriadi (2021 dalam Candra, 2024), dalam teks, khususnya yang tersebar luas di media sosial, identifikasi emosi seperti kebahagiaan, kesedihan, kemarahan, ketakutan, keterkejutan, dan rasa jijik dianggap sebagai informasi penting untuk memahami bagaimana seseorang bertindak terhadap berbagai peristiwa. Emosi dapat mempengaruhi banyak hal, seperti manajemen dan pemasaran, interaksi pengguna, keuangan, politik, kesehatan, dan pendidikan.

Oleh karena itu, tugas akhir ini bertujuan untuk mempelajari lebih lanjut tentang pendapat pengguna terhadap aplikasi Shopee karena ulasan pengguna merupakan indikator penting dari kepuasan pelanggan terhadap layanan dan produk yang ditawarkan Shopee. Ulasan tersebut akan diberikan klasifikasi emosi yang dapat digunakan untuk mempelajari persepsi pengguna terhadap aplikasi Shopee. Analisis sentimen pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Naive Bayes*

Classifier, karena algoritma ini memiliki kemampuan untuk mengkategorikan teks ke dalam berbagai kategori sentimen. Diharapkan hasilnya akan membantu Shopee meningkatkan layanan dan produk mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Pada latar belakang di atas, terdapat beberapa rumusan masalah dari tugas akhir ini, yaitu :

1. Bagaimana cara menerapkan teknik *preprocessing data* ulasan pengguna Shopee dari Google Playstore?
2. Bagaimana menganalisis data ulasan pengguna Shopee dari Google Playstore?
3. Bagaimana cara menggabungkan hasil analisis sentimen algoritma *Naive Bayes* ke dalam proses pengambilan keputusan untuk perbaikan layanan Shopee?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dibuat untuk membuat penyusunan tugas akhir fokus dan terarah pada tujuan masalah. Batasan masalah ini adalah sebagai berikut :

1. Pengambilan data hanya berdasarkan pada ulasan pengguna Shopee dari Google Playstore.
2. Rentang waktu data yang digunakan tahun 2023-2024.
3. Metode yang digunakan adalah algoritma *Naive Bayes*.
4. Mengelompokkan ulasan pengguna menjadi empat kategori emosi yaitu kecewa, ragu-ragu, netral, dan senang.

1.4 Tujuan

Adapun tujuan dari penulisan laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi sentimen pengguna terhadap aplikasi Shopee berdasarkan ulasan yang ada di Google Playstore.
2. Membuat visualisasi data yang informatif dan interaktif dari hasil analisis data sentimen untuk memudahkan interpretasi dan pengambilan keputusan.

3. Memberikan saran yang spesifik dan dapat diimplementasikan untuk peningkatan layanan aplikasi Shopee berdasarkan analisis sentimen yang dilakukan.

1.5 Manfaat

Tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Memberikan kemudahan untuk tim pengembang aplikasi Shopee dalam memahami sentimen pengguna dan menggunakan informasi ini untuk meningkatkan dan memperbaiki layanan.
2. Memberikan data sentimen yang terorganisir dan divisualisasikan dengan baik sehingga dapat membantu perusahaan untuk membuat keputusan yang lebih baik dan tepat sasaran.
3. Memberikan kemudahan dalam membuat interpretasi dan pemahaman data sentimen dengan menggunakan visualisasi data.