

**ANALYSIS OF PUBLIC SENTIMENT TOWARDS THE USE OF
TOKOPEDIA E-COMMERCE USING THE NAÏVE BAYES
ALGORITHM**

Ratih Ayuninghemi, S.ST, M.Kom as chief counselor

Nofaira Amin

*Study Program of Informatics Engineering
Majoring of Information Technology*

ABSTRACT

This study was conducted with the aim of analyzing the sentiment of Tokopedia visitor, buyer or customer reviews using the Naive Bayes classification method. Review data was obtained from scraping on the Google Playstore platform, which is used to assess the responses of visitors, customers or buyers to the facilities available on Tokopedia. The Naive Bayes Classifier method was chosen because it is effective in handling data with a large number of features, making it suitable for text analysis or document classification. The stages of sentiment analysis include the data pre-processing process, where reviews are processed and adjusted into a format that can be analyzed. The Naive Bayes model is then trained using 70% of the data as training data, and the remaining 30% as test data. Model performance evaluation is carried out using metrics such as accuracy, precision, recall, and f1- score. The results of this study indicate that the Naive Bayes algorithm is able to achieve an accuracy of 92.88%, a precision of 92.88%, a recall of 92.88%, and an f1-score of 92.88%. The division of training data and test data in a 70:30 ratio also contributes to the model's performance in effectively classifying sentiment from visitor reviews.

Key Words: *Sentiment Analysis, reviews, Naïve Bayes, Google Playstore*

ANALISIS SENTIMEN MASYARAKAT TERHADAP PENGUNAAN *E-COMMERCE* TOKOPEDIA MENGGUNAKAN ALGORITMA *NAÏVE BAYES*

Ratih Ayuninghemi,S.ST, M.Kom selaku dosen pembimbing

Nofaira Amin

Program Studi Teknik Informatika
Jurusan Teknologi Informasi

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis sentimen ulasan pengunjung, pembeli atau pelanggan tokopedia menggunakan metode klasifikasi *Naive Bayes*. Data ulasan diperoleh dari *scrapping* di platform *Google Playstore*, yang digunakan untuk menilai tanggapan pengunjung, pelanggan atau pembeli terhadap vasilitas yang ada di Tokopedia. Metode *Naive Bayes Classifier* dipilih karena efektif dalam menangani data dengan jumlah fitur yang besar, menjadikannya tepat untuk analisis teks atau klasifikasi dokumen. Tahapan analisis sentimen mencakup proses *pre-processing* data, di mana ulasan diolah dan disesuaikan ke dalam format yang bisa dianalisis. Model *Naive Bayes* kemudian dilatih menggunakan 70% data sebagai data latih, dan 30% sisanya sebagai data uji. Evaluasi performa model dilakukan dengan menggunakan metrik seperti akurasi, *precision*, *recall*, dan *f1-score*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa algoritma *Naive Bayes* mampu mencapai akurasi 92,88%, *precision* 92,88%, *recall* 92,88%, dan *f1-score* 92,88%. Pembagian data latih dan data uji dalam rasio 70:30 turut berkontribusi terhadap kinerja model dalam mengklasifikasikan sentimen dari ulasan pengunjung secara efektif.

Kata Kunci: Analisis Sentimen, ulasan, *Naive Bayes*, *Google Playstore*

RINGKASAN

ANALISIS SENTIMEN MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN *E-COMMERCE* TOKOPEDIA MENGGUNAKAN ALGORITMA *NAÏVE BAYES*, Nofaira Amin, NIM E41232548, Tahun 2025, 122 hlm, Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Jember, Ratih Ayuninghemi, S. ST., M.Kom. (Dosen Pembimbing).

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong pertumbuhan *e-commerce* secara pesat, termasuk Tokopedia yang menjadi salah satu platform terdepan di Indonesia. Tokopedia menawarkan kemudahan transaksi online dan memiliki basis pengguna serta strategi pemasaran yang kuat, bersaing ketat dengan Shopee. Seiring meningkatnya jumlah pengguna dan transaksi, penting untuk memahami sentimen masyarakat terhadap platform ini guna mengetahui tingkat kepuasan, permasalahan, dan area yang perlu ditingkatkan. Analisis sentimen menjadi alat penting dalam era digital, karena ulasan konsumen dapat memberikan wawasan berharga bagi perusahaan.

Tokopedia, yang kini memiliki lebih dari 14 juta penjual (hampir seluruhnya UMKM), telah berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal, terutama di daerah dengan inisiatif Hyperlocal. Namun, keluhan pengguna di media sosial seperti keterlambatan pengiriman, salah kirim, dan lambatnya respon customer service masih sering terjadi. Salah satu metode yang efektif dalam analisis sentimen adalah algoritma *Naive Bayes*, yang termasuk dalam pembelajaran mesin dengan pendekatan probabilistik. Metode ini cocok untuk klasifikasi teks seperti ulasan pengguna karena sederhana dan efisien. Dengan menggunakan *Naive Bayes*, sentimen pengguna Tokopedia dapat diklasifikasikan menjadi positif atau negatif, memberikan data penting untuk perbaikan layanan dan strategi perusahaan.