

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berbagai aspek kehidupan manusia telah berubah oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, termasuk cara kita berbelanja. Perdagangan elektronik atau *e-commerce* telah menjadi salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Dua di antara *platform e-commerce* yang populer di Indonesia adalah Lazada dan Tokopedia. Dengan semakin meningkatnya pengguna *smartphone*, aplikasi *mobile* seperti Lazada dan Tokopedia semakin banyak diunduh dan digunakan oleh konsumen untuk melakukan berbagai transaksi belanja. Aplikasi tersebut tersedia di berbagai *platform*, termasuk *Google Play Store*, yang memungkinkan pengguna Android untuk mengunduh dan memberikan ulasan terhadap aplikasi-aplikasi tersebut.

Perkembangan industri *e-commerce* di Indonesia mengalami lonjakan signifikan seiring kemajuan teknologi digital dan peningkatan penetrasi internet. Dua *platform* yang menonjol dalam persaingan pasar digital adalah Tokopedia dan Lazada. Tokopedia menjadi semakin populer setelah bergabung dengan Gojek membentuk entitas teknologi besar bernama GoTo, yang mengintegrasikan layanan *e-commerce*, transportasi, pembayaran digital, dan logistik dalam satu ekosistem digital yang saling mendukung. Selain itu, integrasi Tokopedia dengan TikTok Shop pada akhir 2023 semakin memperkuat posisinya di ranah *social commerce*, memanfaatkan kekuatan konten video dan jangkauan pengguna di Indonesia. Di sisi lain, Lazada yang didukung oleh Alibaba Group juga terus memperluas ekosistem layanannya melalui strategi harga, promosi, dan infrastruktur logistik yang kuat. Kedua aplikasi ini berhasil menarik banyak pengguna karena inovasi berkelanjutan dan peningkatan kualitas layanan. Namun, mengingat jumlah ulasan yang sangat banyak, diperlukan metode yang efisien untuk menganalisis sentimen yang terkandung dalam ulasan-ulasan tersebut. Ulasan dari pengguna ini sangat berharga bagi pengembang aplikasi karena dapat memberikan masukan yang konstruktif terhadap aplikasi (Huda & Hananto, 2023). Maka permasalahan ini diambil karena dengan meningkatnya daya beli masyarakat yang cenderung beralih pada analisis belanja online, sentimen terhadap ulasan pengguna menjadi sangat penting untuk

memahami preferensi konsumen dan mendukung pengembangan layanan aplikasi e-commerce yang lebih baik (A. Hananto, 2023).

Analisis sentimen adalah teknik dalam menerjemahkan bahasa yang bertujuan mendeteksi serta mengelompokkan pendapat yang terdapat dalam teks, terutama untuk menilai apakah sentimen dalam teks tersebut bersifat positif, negatif, atau netral. *Naive Bayes* adalah salah satu algoritma yang cocok digunakan dalam analisis, berkat kemudahan dan efisiensinya dalam mengolah data teks, serta kemampuannya memberikan hasil yang cukup akurat (C.A. Nrhaliza Agustina, 2022). Algoritma *Naive Bayes* dipilih karena memiliki kecepatan komputasi yang tinggi, mudah diimplementasikan, dan cocok untuk analisis teks seperti ulasan pengguna di *platform e-commerce*. Hal ini menjadikannya metode yang relevan dan andal untuk penelitian ini. Selain itu, kemampuannya yang sederhana namun efektif dalam menangani teks data, termasuk ulasan pengguna (Azizah & Ernawati, 2024). Algoritma ini bekerja berdasarkan prinsip probabilitas Bayes, yang memungkinkan pengklasifikasian sentimen dengan akurasi tinggi meskipun data bersifat besar dan kompleks. Melalui pendekatan ini, dapat diperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang persepsi dan pengalaman pengguna kedua aplikasi tersebut, sekaligus mampu memberikan informasi yang berguna bagi penggunanya (Salsabila, 2022).

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, beberapa poin penting dapat diambil. Google Colaboratory digunakan sebagai alat analisis sentimen pada aplikasi *e-commerce*, ulasan dikumpulkan melalui metode *web scraping* di *Google Play Store* dari Februari 2024 hingga Januari 2025. Data tersebut kemudian melalui proses *preprocessing data* tersebut kemudian *Hold-Out* sebagai teknik pembagian data untuk mengevaluasi performa model (Novalia & Voutama, 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen ulasan pengguna terhadap aplikasi e-commerce Tokopedia dan Lazada yang tersedia di *Google Play Store* dengan memanfaatkan algoritma *Naive Bayes*. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kecenderungan sentimen pengguna. Temuan ini diharapkan juga dapat menjadi acuan berharga bagi pengembang aplikasi dalam meningkatkan kualitas layanan serta pengalaman pengguna secara keseluruhan.

1.2 Rumusan Masalah

Analisis sentimen adalah proses dalam pengolahan bahasa alami yang bertujuan mengidentifikasi pendapat pengguna dari teks ulasan. *Naive bayes* Salah satu algoritma yang umum digunakan untuk klasifikasi teks dalam analisis sentimen. Berdasarkan latar belakang di atas rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana analisis sentimen dapat digunakan terhadap aplikasi Lazada dan Tokopedia di *Google Play Store*?
2. Bagaimana menerapkan Algoritma *Naive Bayes* untuk mengklasifikasikan sentimen pada ulasan pengguna aplikasi Lazada dan Tokopedia di *Google Play Store*?

Penelitian ini difokuskan pada analisis sentimen ulasan berbahasa Indonesia yang diunduh dari *Google Play Store* untuk aplikasi Lazada dan Tokopedia, menggunakan algoritma *Naive Bayes* sebagai metode klasifikasi sentimen.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini dapat di rumuskan sebagai berikut :

1. Untuk membandingkan aplikasi Lazada dan Tokopedia melalui hasil analisis sentimen terhadap ulasan pengguna di *Google Play Store*.
2. Menerapkan Algoritma *Naive Bayes* dalam klasifikasi sentimen ulasan pengguna aplikasi Lazada dan Tokopedia di *Google Play Store* berdasarkan sentimen yang ada.

1.4 Manfaat

Berikut adalah manfaat yang didapat dari penelitian ini berdasarkan pembahasan dalam penelitian yaitu :

1. Memberikan gambaran bagi pengembang aplikasi *e-commerce* mengenai persepsi pengguna berdasarkan hasil analisis sentimen, sebagai dasar peningkatan kualitas layanan.
2. Mengetahui pemahaman mengenai cara kerja Algoritma *Naive Bayes* dalam mengklasifikasikan sentimen, serta memungkinkan peneliti untuk memahami proses klasifikasi sentimen secara lebih rinci dari hasil analisis yang dilakukan.