# BAB I
# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang pesat di era revolusi industri 4.0, telah membawa dampak besar terhadap cara manusia berinteraksi, bekerja, dan berbelanja. Salah satu transformasi yang paling mencolok adalah sektor perdagangan digital, di mana *e-commerce* menjadi alternatif utama masyarakat untuk melakukan transaksi [1]. Di indonesia, *Shopee* muncul sebagai salah satu platfrom e-commerce terbesar dan paling sering digunakan oleh masyarakat [2]. *Shopee* menyediakan fitur-fitur menarik seperti gratis ongkir, flash sale, dan berbagai promo lain yang mendorong lonjakan pengguna setiap tahunnya [3] [4].menjadi salah satu marketplace dengan jumlah kunjungan paling tinggi di Indonesia. Salah satu wadah dari segala kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan menggunakan sarana media elektronik terbesar di Asia Tenggara ini meluncurkan aplikasi *mobile* yang bisa diakses melalui beberapa *platform* seperti *Android, ios* dan *browser*. *Shopee* menawarkan berbagai produk dan layanan yang memudahkan konsumen dalam berbelanja secara *online*. Shopee adalah aplikasi untuk berbelanja dan melakukan transaksi jual beli yang bisa diunduh melalui halaman Google [5].

Dari berbagai platfrom yang tersedia, *Shopee* merupakan salah satu aplikasi Marketplace terpopuler di Asia Tenggara, khususnya di Indonesia. Keberhasilan shopee yang tersedia si serta meningkatkan akurasi dalam mengidentifikasi opini pengguna terhadap aplikasi *Shopee* dengan mengevaluasi berbagai bentuk umpan balik atau *review*. Analisis sentimen sendiri merupakan metode yang berfungsi untuk membersihkan data dari kata atau simbol yang tidak relevan serta mengubah data bersifat kualitatif menjadi bentuk kuantitatif. Setelah itu, ulasan pengguna dikategorikan untuk menentukan apakah termasuk ulasan positif atau negative [6].

*Naive Bayes* merupakan salah satu algoritma klasifikasi yang berlandaskan pada teorema Bayes dalam ilmu statistika.[7]. Metode ini bekerja dengan asumsi bahwa setiap fitur bersifat independen satu sama lain. Dalam konteks analisis sentimen, algoritma ini terbukti mampu memberikan akurasi

tinggi dalam membedakan komentar pengguna menjadi sentimen positif atau negatif. Kelebihan utama dari *Naive Bayes* adalah kemampuannya dalam mengelompokkan data secara fleksibel sesuai dengan kebutuhan. Selain itu, algoritma ini juga dikenal karena kesederhanaannya, kecepatan prosesnya, dan ketepatan hasil klasifikasinya.[8]. Dengan memanfaatkan algoritma ini, kita dapat mengklasifikasikan ulasan-ulasan pengguna *Shopee* di *play store* ke dalam kategori sentimen yang relevan[9].

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terdapat beberapa permasalahan utama yang menjadi dasar penelitian ini, yaitu:

1. Minimnya Evaluasi Performa Aplikasi *Shopee* sebagai *Marketplace App* Kurangnya perhatian pada aspek teknis ini menyebabkan adanya gap pengetahuan mengenai sejauh mana *Shopee* sebagai aplikasi *marketplace* memenuhi standar kenyamanan dan efisiensi penggunaan dari sudut pandang pengguna.
2. Kurangnya Pemahaman tentang Persepsi Publik terhadap *Shopee* melalui Data Ulasan , Ketiadaan pemahaman ini berpotensi menghambat upaya evaluasi kualitas layanan dan tingkat kepuasan pengguna secara komprehensif.

## 1.3 Rumusan Masalah

Dengan melihat uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana proses pengumpulan dan pengolahan data ulasan pengguna shopee dari google play store sehingga dapat digunakan dalam analisis sentimen?
2. Bagaimana menerapkan algoritma Naive Bayes untuk mengklasifikasi sentimen ulasan pengguna shopee menjadi sentimen positif dan negatif?
3. Bagaimana hasil akurasi , presisi, dan recall dari model Naive Bayes dalam melakukan klasifikasi sentimen pada ulasan pengguna shopee?

## 1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini, sumber data berasal dari ulasan pengguna Shopee berbahasa Indonesia yang diambil dari Play Store, dengan kriteria rating bintang 1, 2, 4, dan 5.
2. Data yang digunakan berupa tanggapan atau sentimen pengguna menggunakan algoritma *Naive Bayes* sebagai media klasifikasi.

## 1.5 Tujuan Penelitian

1. Mengumpulkan dan melakukan preprocessing terhadap data ulasan pengguna shopee dari Google Play Store agar siap digunakan dalam proses analisis sentimen.
2. Menerapkan algoritma *Naive Bayes* dalam mengklasifikasi ulasan pengguna shopee menjadi dua kategori sentimen, yaitu positif dan negatif.
3. Mengevaluasi performa model Naive Bayes pada data ulasan shopee melalui pengukuran akurasi, presisi, dan recall.

## 1.6 Manfaat Penelitian

1 Bagi Peneliti , Penelitian ini memberikan manfaat untuk mengetahui dan memahami secara mendalam proses kerja algoritma *Naive Bayes* dalam menganalisis dan mengklasifikasikan sentimen dari data ulasan pelanggan di *platform e-commerce Shopee.*

2 Bagi kampus, penelitian ini memberikan manfaat penting untuk mengetahui bagaimana perkembangan metode *machine learning* seperti *Naive Bayes* dapat diaplikasikan dalam mengolah data ulasan pelanggan di *e-commerce*, sebagai respons terhadap kebutuhan industri 4.0, disamping untuk melengkapi syarat dalam menyelesaikan program S1 Program Studi Ilmu Komputer pada Fakultas Sains dan Ilmu Komputer , Universitas Muhammadiyah Gorontalo.