

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi di era globalisasi memberikan pengaruh besar terhadap berbagai aspek kehidupan. Salah satunya dibidang industri perdagangan. Kebutuhan akan kaya informasi yang akurat sangat dibutuhkan dalam kehidupan. Namun kebutuhan informasi yang tinggi kadang tidak diimbangi dengan penyajian yang memadai. Tetapi dengan adanya teknologi pola pikir manusia mulai berkembang terutama dalam bidang berbisnis memanfaatkan aplikasi dengan tujuan untuk memajukan usahanya. Aplikasi ecommerence yang mendukung ekonomi digital. Tidak hanya untuk penjualan barang, usaha bagi yang menjualkan jasanya banyak yang memanfaatkan pemasaran penggunaan pada aplikasi shopee.

Shopee merupakan aplikasi *E-commerce* yang didirikan sejak tahun 2019 yang mendukung ekonomi digital yang membantu para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi penjualan dan pembelian barang maupun jasa. Aplikasi ini sudah didownload sebanyak 100jt lebih dengan rating 4+ dengan kapasitas 160MB, dan memiliki 11jt ulasan, baik ulasan positif maupun ulasan negative (Masripah & Utami, 2020). Para pengguna aplikasi terutama *E-commerce* sebelum mendownload aplikasi biasanya calon pengguna akan bertanya pada kerabat atau keluarga yang sudah menggunakannya, atau kebanyakan calon pengguna melihat review pengguna sebelumnya yang ada pada aplikasi tersebut. Ulasan aplikasi sangat penting bagi calon pengguna baru dengan melakukan analisis sentimen terhadap ulasan penilaian atau review akan memudahkan develop aplikasi meneliti kekurangan aplikasi untuk di kembangkan lagi.

Pemanfaatan data yang berada di dalam sistem informasi untuk menunjang pengambilan keputusan, tidak hanya mengandalkan data operasional saja, diperlukan suatu analisis data untuk potensi informasi yang ada. Para pengambil keputusan berusaha untuk memanfaatkan gudang data yang sudah dimiliki untuk menggali informasi yang berguna membantu mengambil keputusan hal ini mendorong untuk mengatasi masalah penggalian informasi atau pola yang penting atau menarik dari data dalam jumlah besar, yang disebut data mining.

Analisis sentimen merupakan teknik text mining yang merupakan suatu proses untuk menemukan pendapat negatif maupun positif (Diyah Hepatika & Nurlaela, 2021). Untuk pengolahan data opini dilakukannya analisis sentimen yang mampu memahami, mengolah data, mengekstrak secara komputasi yang sering dihubungkan dengan proses analisis data pada media sosial. Pada pengolahan data menggunakan algoritma K-Nearest Neighbor (K-NN) yang tujuannya adalah untuk mengklasifikasikan opini negatif maupun opini positif dan perhitungan nilai akurasi dengan menggunakan algoritma K-NN. Dengan hasil yang di dapatkan akan menjadi bahan evaluasi terkait model sentimen analisis (Mara et al., 2021).

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dari penelitian ini yaitu :

1. Pengklasifikasian data dengan membaca ulasan riviw aplikasi memerlukan waktu yang cukup lama dan tidak efektif untuk para pengguna baru
2. Untuk developer aplikasi agar mudah menyaring ulasan negatif dan positif dengan menganalisis sentimen aplikasi riviw menggunakan Algoritma K-Nearst Neighbor (K-NN)

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui presentase yang di dapat pada penyaringan pengkalsifikasian data ulasan negatif dan ulasan positif menggunakan algoritma K-Nearsr Neighbor untuk sentimen ulasan riviw aplikasi shopee.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah yang akan di bahas yaitu :

1. Data yang di gunakan sebagai pengujian merupakan data dari situs : <https://www.kaggle.com/datasets/herafajrin/shopee-review-indonesian>
2. Database pada aplikasi dibuat menggunakan MySQL dan menggunakan bahasa pemrograman PHP
3. Metode yang digunakan yaitu algoritma K-Nearst Neighbor (K-NN)

1.5 Kontribusi

Kontribusi pada penelitian ini yaitu membantu pengembang aplikasi shopee dalam menyaring komentar positif dan negatif dengan mengimplementasikan algoritma K-Nearst Neighbor (KNN).

