

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet telah mempermudah sistem yang rumit menjadi lebih mudah dan efisien. Salah satu sistem yang kini sedang marak menggunakan internet yaitu sistem perdagangan. Sistem perdagangan digitalisasi ini biasa kita sebut dengan sistem *e-commerce*, yaitu sistem layanan jual beli produk melalui platform elektronik, terutama internet. *E-commerce* memungkinkan para konsumen bertransaksi tanpa langsung bertemu dengan penjualnya yang bersifat fleksibel. *E-commerce* telah memberikan fleksibilitas bagi para konsumen, baik dari segi efisiensi waktu hingga penghematan biaya operasional bagi para pelaku usaha.

Indonesia merupakan penghasil terbesar produk *furniture* di dunia, terkenal akan kualitas dan keunikan produk yang dihasilkan. Selain penghasil *furniture*, Indonesia juga menjadi salah satu penghasil dekorasi rumah ramah lingkungan yang mempunyai nilai seni tersendiri. PT. Bali Art Furniture merupakan salah satu perusahaan di Indonesia khususnya Bali yang mengeksport produk *furniture* dan dekorasi rumah. Dalam memasarkan produknya, perusahaan ini menggunakan berbagai layanan *platform* seperti *Website*, *Facebook Marketplace*, *Instagram*, *WhatsApps Business*, *Pinterest* dan *Google Ulasan*. Perusahaan ini telah berdiri dari 2021, selama 3 tahun beroperasi telah mengeksport produknya ke berbagai negara, seperti Thailand, Australia, Maldives, French, Arab, India, Malaysia, Singapore, Chili dan negara-negara lainnya. Tidak hanya berfokus dengan ekspor perusahaan juga menjual produknya di dalam negeri seluruh Indonesia.

PT. Bali Art Furniture juga menggunakan sistem *e-commerce* untuk menawarkan produknya melalui online, yaitu dengan memanfaatkan media sosial dan *website*. Hal ini bertujuan agar produk dapat dikenal di seluruh dunia dan dapat dijangkau dengan mudah. Seiring dengan perjalanan waktu perusahaan beroperasi dan kini semakin berkembang perusahaan telah banyak merekrut karyawan untuk meningkatkan pelayanan. Meski demikian hingga saat ini evaluasi maupun analisis

dari pihak *internal* maupun *eksternal* mengenai kepuasan pelayanan kepada konsumen belum dilakukan, meskipun beberapa kali konsumen telah mengkritik perusahaan melalui komentar/ulasan dan juga secara langsung saat interaksi dengan konsumen. Selama ini kepuasan konsumen hanya diketahui begitu saja dari ulasan dan interaksi langsung tanpa pernah melakukan analisis secara sistematis. Dengan demikian pihak perusahaan memberikan dukungan penuh kepada peneliti untuk melakukan evaluasi tingkat kepuasan konsumen bertujuan untuk mengoptimalkan efisiensi operasional, meningkatkan kinerja perusahaan, meningkatkan pengalaman dan kepuasan konsumen, menyusun rencana jangka panjang yang lebih baik, mengurangi potensi resiko, dan dengan evaluasi juga dapat menentukan keputusan rencana jangka panjang yang jauh lebih akurat.

Dari ringkasan permasalahan yang dijelaskan, peneliti meminta izin kepada pihak perusahaan untuk melakukan penelitian. Salah satu aspek yang ingin diteliti yaitu pada analisis peningkatan pengalaman dan kepuasan konsumen, sebab untuk aspek lainnya seperti evaluasi kinerja perusahaan, kinerja karyawan serta sistem di dalamnya akan dilaksanakan oleh pihak perusahaan secara internal. Untuk melakukan analisis kepuasan konsumen ini peneliti menerapkan dua metode yaitu metode VADER dan metode ARM. Tujuan utama dari penggunaan dua metode ini untuk mengetahui perbandingan efektivitas kedua metode dan untuk mengetahui tingkat perbedaan akurasi yang dihasilkan oleh masing-masing metode.

Penelitian menggunakan metode VADER yang dikenal efektif dalam menganalisis sentimen teks pendek seperti data ulasan di media sosial dan komentar daring (Arifin & Febryanto, 2025). Teks pendek yang dimaksud merupakan teks singkat yang mengandung informasi yang jelas seperti komentar dan jumlahnya tidak lebih dari satu paragraf. Selain itu, penggunaan metode VADER dalam analisis kepuasan konsumen digunakan untuk mengevaluasi seberapa sering respon konsumen yang disampaikan mengandung opini positif hingga negatif untuk mengukur perasaan umum pelanggan. Penggunaan metode berbasis leksikon ini dinilai sesuai untuk menganalisis sentimen seperti ulasan, komentar dan pola komunikasi yang mengandung komentar. Penggunaan metode dalam analisis

kepuasan juga dapat mengidentifikasi hubungan antar aspek-aspek pelayanan seperti kualitas produk, pelayanan, harga dan juga tingkat kepuasan konsumen. Dalam penggunaan metode ini peneliti menerapkan algoritma apriori yang dapat menganalisis hubungan antar atribut dalam dapat seperti layanan atau preferensi konsumen. Di antara kedua metode yang diterapkan bertujuan untuk mengetahui tingkat akurasi metode yang tepat dalam menganalisis kepuasan konsumen di perusahaan PT. Bali *Art Furniture*.

Sebagai referensi dan belajar dari pengalaman peneliti terdahulu peneliti melakukan studi literatur dari jurnal-jurnal. Pada penelitian (Maulidah & Bachtiar, 2021) yang membahas penerapan metode ARM untuk menganalisis asosiasi antara ulasan dengan aspek tempat wisata Jawa Timur Park 3, fokus penelitian ini pada ulasan pengunjung dari aplikasi *google maps*. Teknik ini mampu menemukan hubungan tersembunyi antara *variable*, dengan menggunakan algoritma apriori. Manfaat praktis dan efektivitas dari penerapan metode ARM ini dengan menggunakan algoritma apriori terbukti efektif dalam mengidentifikasi aturan asosiasi (Larasati & Komputer, 2024). Sedangkan dalam manfaat praktis penerapan ARM mampu meningkatkan strategi pemasaran.

Analisi sentimen *Valance Aware Dictionary and Sentiment Reasoner* (VADER) merupakan metode analisis sentimen yang mampu mengolah berbagai jenis data dengan memanfaatkan kekuatan emosional pengguna dari berbagai ulasan melalui kamus *Lexicon* yang tersedia (Wicaksono & Cahyono, 2024). Dengan analisis sentiment, informasi yang tidak terstruktur dapat diolah menjadi data yang lebih terstruktur dan sistematis (Padel Mohammad Agam et al., 2023). Pada penelitian (Andika Joni et al., 2024) yang membahas analisis sentimen dengan menggunakan algoritma *naïve bayes* dan *super vector machine* mengatakan bahwa penerapan SVM lebih unggul dalam hal *precision* dan memberikan performa yang lebih baik secara keseluruhan. Dengan demikian analisis sentimen Vader dengan menerapkan algoritma SVM diyakini mampu menghasilkan tingkat akurasi yang relatif tinggi dibandingkan dengan algoritma sejenisnya seperti *Random Forest*. Berdasarkan pengalaman para peneliti terdahulu, peneliti yakin menerapkan kedua

metode ini yaitu metode VADER dengan metode ARM, di Sdalam penerapannya mengkolaborasikan algoritma-algoritma yang diyakini mampu memberikan akurasi yang baik. Setelah mendapatkan akurasi terbaik dari penerapan kedua metode ini diharapkan mampu memberikan rekomendasi yang dapat meningkatkan strategi pelayanan konsumen di PT. *Bali Art Furniture*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, diperoleh beberapa permasalahan penelitian yang dapat diidentifikasi sebagai berikut.

1. Terdapat berbagai komentar dan ulasan mengenai pelayanan PT. *Bali Art Furniture* di media sosial seperti *Google* ulasan, *Whatapps*, *Instagram*, *Facebook Marketplace*, *Pinterest* dan *Website*, baik yang bersifat mengkritik hingga memberikan saran. Hal tersebut belum pernah ditindaklanjuti karena belum pernah dilakukan analisis terhadap komentar konsumen.
2. PT. *Bali Art Furniture* belum pernah melakukan evaluasi kepuasan konsumen secara terstruktur dan sistematis. Akibatnya, pelayanan yang diberikan selama perusahaan beroperasi belum dapat diukur secara objektif dan komprehensif.
3. Kepentingan perusahaan akan karyawan dan fasilitas yang relevan belum bisa dikenali, karena belum pernah dilakukan evaluasi analisis berbasis data komentar.

1.3 Batasan Masalah

Untuk mendukung keberhasilan penelitian ini sehingga peneliti memberikan batasan permasalahan diantaranya:

1. Penelitian ini hanya menggunakan data ulasan, komentar dan tanggapan konsumen dari media sosial seperti *Instagram*, *Facebook Marketplace*, *Google* ulasan, *Website* dan tanggapan komunikasi di *Whatapps*.
2. Penelitian ini hanya menggunakan data yang dikumpulkan dalam periode Januari – Desember 2024.

3. Aspek yang dianalisis terbatas pada peningkatan kepuasan konsumen yang merujuk pada bagian pelayanan saja.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian identifikasi masalah di atas, maka diperoleh rangkuman rumusan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana hasil analisis kepuasan konsumen di perusahaan PT. Bali *Art Furniture* dengan menerapkan metode VADER?
2. Bagaimana hasil analisis kepuasan konsumen di perusahaan PT. Bali *Art Furniture* dengan menerapkan metode ARM?
3. Bagaimana perbandingan efektivitas penerapan metode VADER dan metode ARM dalam analisis kepuasan konsumen di perusahaan?

1.5 Tujuan Penelitian

Mengacu pada permasalahan yang akan dianalisis, maka tujuan penelitian dapat dirumuskan seperti berikut:

1. Untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen di perusahaan PT. Bali *Art Furniture* dengan menerapkan metode VADER.
2. Untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen di perusahaan PT. Bali *Art Furniture* dengan menerapkan metode ARM.
3. Untuk mendeskripsikan perbandingan efektivitas penerapan metode VADER dan metode ARM dalam menganalisis tingkat kepuasan konsumen, sehingga dapat memberikan rekomendasi yang tepat kepada perusahaan ini dalam sajian data *real*.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang dijelaskan secara terperinci, manfaat penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dari aspek manfaat teoritis dan manfaat praktis

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan bidang text mining dan analisis sentimen dalam ilmu komputer khususnya dalam perbandingan efektivitas metode VADER dan ARM, sehingga menghasilkan pembuktian secara empiris. Selain itu, penelitian ini juga menjadi kajian baru mengenai metode yang saling melengkapi menjadi metode yang dibandingkan dengan perspektif yang adaptif dan kontekstual. Penyajian pengolahan data yang terstruktur dan sistematis dengan hasil penelitian yang bersifat aplikatif sehingga penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan penelitian lanjutan dalam bidang analisis teks kecerdasan buatan dan pengolahan bahasa alami atau NLP.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pihak PT. Bali *Art Furniture*:

Mengetahui analisis tingkat kepuasan konsumen menjadi bahan atau acuan bagi perusahaan dalam memberikan pelayanan yg lebih baik. Serta dapat menjadi pedoman perusahaan dalam membuat strategi marketing yang lebih baik di masa yang akan datang.

