

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap pola belanja masyarakat di Indonesia. Aktivitas belanja secara daring melalui aplikasi e-commerce semakin meningkat karena memberikan kemudahan dalam mencari produk, membandingkan harga, serta melakukan transaksi secara praktis[1][2]. Berdasarkan survei dari Asosiasi Penyedia Layanan Internet Indonesia (APJII) pengguna internet di Indonesia tahun 2024 mencapai sekitar 221 juta jiwa, dan survei pengguna internet tahun 2025 mencapai sekitar 229 juta jiwa[3]. Angka ini terus meningkat setiap tahun seiring perluasan akses internet hingga ke wilayah pedesaan dan pesatnya penetrasi smartphone[4].

Perubahan perilaku konsumen dalam belanja online memunculkan fenomena “ambient shopping”, di mana aktivitas berbelanja terjadi terus-menerus tanpa menjadi fokus utama. Di berbagai platform e-commerce, Shopee dan Tokopedia mendominasi pasar Indonesia dengan jumlah unduhan lebih 100 juta kali di Google Play Store[5]. Persaingan ketat ini menempatkan *usability* aplikasi sebagai faktor penentu kepuasan, loyalitas, dan retensi pengguna aplikasi[6]. *Usability* yang buruk seperti kecepatan loading lambat, aplikasi sering crash, navigasi membingungkan, dan tampilan yang terlalu ramai masih banyak dikeluhkan pengguna pada ulasan publik[7]. UI/UX pada aplikasi Shopee lebih sederhana dan mudah dipahami dibandingkan Tokopedia hal tersebut memudahkan pengguna dalam pencarian produk serta berpindah antar halaman[8]. Keluhan tidak hanya memengaruhi persepsi merek, tetapi juga berdampak langsung pada tingkat konversi pembelian dan churn rate pengguna platform[9].

Oleh karena itu, penelitian ini melakukan perbandingan *usability* aplikasi Shopee dan Tokopedia berdasarkan sentimen ulasan pengguna menggunakan algoritma Multinomial Naïve Bayes dengan ekstraksi fitur TF-IDF. Penggunaan algoritma Naïve Bayes dalam analisis sentimen terbukti efektif untuk mengklasifikasikan opini pengguna berdasarkan teks ulasan karena kesederhanaan dan tingkat akurasi tinggi pada data teks berukuran besar[10][11]. Analisis difokuskan pada kecepatan, stabilitas, navigasi, dan tampilan antarmuka, yang merupakan indikator penting evaluasi *usability* aplikasi digital[12]. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan memberikan perbandingan *usability* aplikasi Shopee dan Tokopedia secara objektif berbasis analisis sentimen, serta menghasilkan rekomendasi perbaikan strategis bagi pengembang guna meningkatkan pengalaman pengguna di pasar e-commerce Indonesia.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Apa aspek *usability* pada aplikasi Shopee dan Tokopedia yang paling banyak mendapat sentimen negatif dari ulasan pengguna di Google Play Store?
2. Bagaimana kinerja model Multinomial Naive Bayes dengan ekstraksi fitur TF-IDF dalam mengklasifikasikan sentimen ulasan berbahasa Indonesia terkait aspek *usability* jika dievaluasi menggunakan metrik akurasi, presisi, recall, dan *F1-score*?
3. Apa aspek *usability* yang perlu diprioritaskan untuk perbaikan pada aplikasi Shopee dan Tokopedia?

## 1.3 Batasan Masalah

Ruang lingkup penelitian dibatasi secara tegas untuk menjaga fokus dan akurasi analisis sebagai berikut:

1. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa ulasan pengguna aplikasi Shopee dan Tokopedia yang tersedia pada Google Play Store.
2. Analisis penelitian difokuskan pada empat aspek *usability* dengan menerapkan algoritma Multinomial Naive Bayes serta ekstraksi fitur TF-IDF.
3. Sentimen ulasan dikategorikan menjadi positif (bintang 4-5) dan negatif (bintang 1-2), sementara netral (bintang 3) dihapus untuk mendapatkan klasifikasi yang lebih tegas. Seluruh proses pengolahan data dilakukan menggunakan Google Colab.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi dan membandingkan proporsi sentimen negatif pada masing-masing aspek *usability* (kecepatan, stabilitas, navigasi, dan tampilan antarmuka) pada aplikasi Shopee dan Tokopedia.
2. Mengevaluasi kinerja model Multinomial Naive Bayes dengan ekstraksi fitur TF-IDF dalam klasifikasi sentimen ulasan berbahasa Indonesia menggunakan metrik akurasi, presisi, *recall*, dan *F1-score*.
3. Memberikan rekomendasi prioritas perbaikan *usability* berdasarkan hasil analisis sentimen serta pola kata kunci dominan pada ulasan negatif.

## 1.5 Manfaat Penelitian

1. Memberikan kontribusi pengetahuan mengenai penerapan algoritma Naïve Bayes dalam analisis sentimen ulasan berbahasa Indonesia untuk mengevaluasi pengalaman pengguna aplikasi mobile e-commerce.
2. Menghasilkan daftar prioritas perbaikan *usability berdasarkan* keluhan pengguna yang tercermin dalam ulasan publik, sehingga dapat menjadi acuan dalam peningkatan kualitas aplikasi.
3. Menyediakan dasar pengambilan keputusan pengembangan fitur aplikasi yang berbasis data bagi pengelola dan pengembang platform e-commerce.
4. Memberikan penilaian objektif terhadap tingkat *usability* pada aplikasi Shopee dan Tokopedia berdasarkan analisis sentimen ulasan pengguna.