

**Abstrak**

Opinion Mining pada penelitian kali ini digunakan untuk menyederhanakan penelitian secara kualitatif untuk melakukan Market Research dan menganalisa suatu ulasan produk yang ada pada smartphone yang memiliki penjualan yang rendah. Turunnya penjualan produk terdapat pada brand Sony, HTC, dan LG. Dalam penelitian kali ini Market Research menggunakan Opinion Mining pada product features dapat mengidentifikasi fitur produk yang memiliki nilai positif negatif dan netral. Diawali dari preprocessing, feature extraction, dan opinion summarization. Pengujian yang dilakukan pada sistem ini menghasilkan akurasi hingga 60% dan *precision* hingga 100% yang menandakan sistem sudah cukup baik untuk mengidentifikasi fitur pada ulasan yang ada pada penelitian ini.