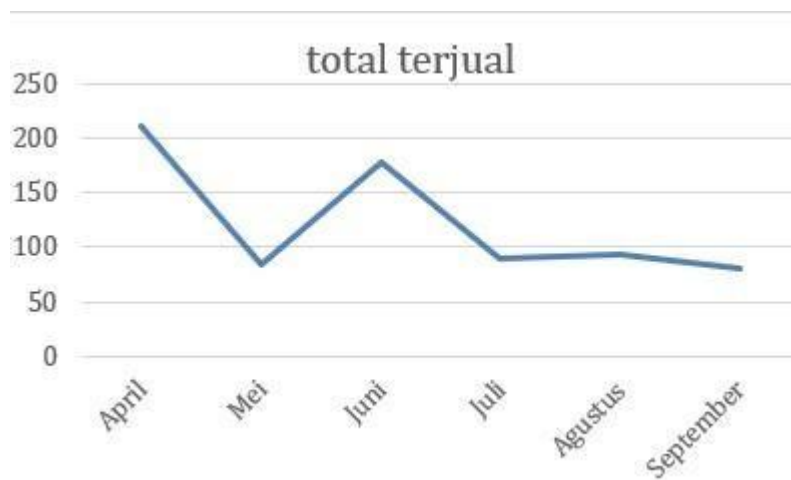


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pada Gambar 1.1 dapat terlihat bahwa penjualan dari toko Rava.id sedang tidak terlalu bagus, karena bisa dilihat pada penjualan terakhir hanya memperoleh 80 penjualan saja, di bandingkan dengan bulan puncaknya yaitu April sebesar 212 penjualan, yang dimana nilai tersebut menunjukkan bahwa turunnya nilai penjualan bulanan rava.id. Hal itu dapat menjadi ancaman bagi rava.id karena dapat menghambat perusahaan memperoleh target yang sudah mereka tetapkan. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah penyebab yang membuat penjualan rava.id tidak mengalami kenaikan.



Gambar 1. 1 Total penjualan Rava.id selama 6 bulan

Sumber: data pribadi perusahaan yang diolah oleh penulis (2024)

Gambaran umum yang dijelaskan pada penelitian ini berfokus pada analisis ulasan pelanggan di platform *e-commerce* Shopee terhadap produk Baju di perusahaan *fashion*, Rava.ID adalah platform *fashion* yang berfokus pada penjualan produk-produk *fashion* terkini, baik untuk pria maupun wanita. Rava.ID menyediakan berbagai pilihan busana dengan tren terbaru yang mengikuti perkembangan gaya hidup modern. Menghadirkan koleksi *fashion* dengan kualitas premium, dan juga menawarkan pengalaman belanja online yang mudah, nyaman, dan aman. Ulasan pelanggan sangat berguna untuk keputusan pembelian suatu barang, karena dari hal tersebut kita mendapatkan informasi secara langsung mengenai produk yang akan di beli. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti ulasan

pelanggan terhadap produk *fashion* Rava.ID yang tersedia di platform *e-commers* Shopee. Hasil dari penelitian ini memberikan gambaran tentang kualitas barang dalam ulasan produk *fashion*, yang dapat membantu perusahaan menyusun strategi untuk kedepannya.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Di tengah ketatnya persaingan industri *e-commerce*, khususnya pada sektor *fashion*, perusahaan dituntut untuk mampu menjaga kualitas produk dan layanan secara berkelanjutan. Salah satu pendekatan yang digunakan untuk memastikan kualitas tersebut adalah melalui manajemen operasi, khususnya dengan penerapan konsep Total Quality Management (TQM). Dalam TQM, kepuasan pelanggan menjadi fokus utama, di mana umpan balik dari konsumen — seperti ulasan dan opini — dianggap sebagai sumber data penting untuk proses perbaikan berkelanjutan (*continuous improvement*).

Rava.ID, sebagai toko *fashion* online yang menjual berbagai produk di platform Shopee, menghadapi tantangan dalam menjaga konsistensi kualitas di tengah banyaknya ulasan konsumen yang beragam. Ulasan-ulasan ini mencerminkan persepsi pelanggan terhadap aspek penting dari produk seperti estetika, keandalan, kenyamanan, hingga pelayanan. Maka dari itu, analisis sentimen terhadap ulasan konsumen bukan hanya berfungsi sebagai alat teknologi, tetapi juga sebagai bagian dari sistem pengendalian mutu dalam manajemen operasi.

Di tengah ketatnya persaingan industri *e-commerce*, khususnya pada sektor *fashion*, perusahaan dituntut untuk mampu menjaga kualitas produk dan layanan secara berkelanjutan. Sebelum berkembangnya teknologi digital, pendekatan peningkatan kualitas produk lebih banyak menggunakan metode survei, observasi manual, atau studi kepuasan pelanggan berbasis kuesioner. Penelitian-penelitian terdahulu dalam manajemen seperti TQM (Total Quality Management) banyak mengandalkan data terbatas dan bersifat agregat, sehingga kurang mampu menangkap opini spesifik pelanggan dalam skala besar.

Namun, perkembangan teknologi informasi, khususnya dalam bidang big data dan text mining, memberikan peluang baru untuk mengelola umpan balik konsumen secara lebih masif, cepat, dan granular. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengakses dan menganalisis ribuan ulasan produk dari platform digital dalam waktu singkat. Dalam

konteks manajerial, hal ini mendukung pendekatan berbasis data (data-driven decision making) yang menjadi kunci dalam manajemen modern.

Salah satu pendekatan terkini yang relevan adalah Aspect-Based Sentiment Analysis (ABSA), yang memungkinkan analisis sentimen pelanggan terhadap aspek tertentu dari produk. Dengan bantuan algoritma NLP mutakhir seperti IndoBERT dan RoBERTa, analisis ini menjadi lebih akurat dan kontekstual untuk bahasa Indonesia.

Penelitian ini hadir sebagai jembatan antara pendekatan klasik manajemen mutu (seperti TQM) dan pendekatan analitik modern berbasis big data. Dengan menggabungkan keduanya, penelitian ini bertujuan memberikan wawasan strategis berbasis opini pelanggan secara langsung untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan Rava.ID.

Sebelum pemanfaatan big data secara luas, studi manajemen mutu banyak mengandalkan survei manual, wawancara, atau observasi lapangan untuk mengevaluasi persepsi pelanggan (Heizer et al., 2020). Namun pendekatan ini memiliki keterbatasan dalam hal skala dan kedalaman data. Seiring perkembangan teknologi, pendekatan modern seperti Aspect-Based Sentiment Analysis (ABSA) mulai diadopsi dalam sektor manajemen, tidak hanya di industri ritel tetapi juga di layanan publik seperti kesehatan dan pendidikan (Alegabie et al., 2024). ABSA memungkinkan organisasi memahami sentimen pelanggan terhadap aspek spesifik dari layanan atau produk yang ditawarkan. Dengan demikian, riset ini berupaya menjembatani pendekatan klasik dan modern dalam manajemen mutu berbasis data.

1.3 Rumusan Masalah

Pesatnya perkembangan *e-commerce* di Indonesia telah mendorong tumbuhnya berbagai sektor, termasuk industri *fashion online*. Sebagai salah satu toko *fashion online* di Indonesia, Rava.ID berupaya menjaga kepuasan pelanggan di tengah ketatnya persaingan. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah review produk pelanggan. Ulasan ini berisi informasi positif, negatif atau netral yang mempengaruhi cara pelanggan lain melihat produk dan layanan Rava.ID. Oleh karena itu, kemampuan mengelola dan menganalisis sentimen ulasan produk sangat penting untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk dan daya saing bisnis.

Secara akademis, analisis sentimen menggunakan algoritma IndoBERT dan RoBERTa menjadi topik yang menarik untuk dieksplorasi karena algoritma ini dapat memberikan hasil yang berbeda dalam memahami pola sentimen dari data ulasan konsumen. Penelitian ini berusaha untuk menjawab bagaimana algoritma tersebut dapat digunakan secara efektif untuk menganalisis sentimen ulasan produk dan apa dampaknya terhadap perbaikan kualitas layanan dan produk di Rava.ID.

Dari perspektif praktis, terdapat permasalahan mengenai bagaimana ulasan yang diberikan konsumen, terutama yang bersifat negatif, dapat diidentifikasi dan dianalisis secara tepat untuk memberikan rekomendasi peningkatan layanan yang lebih baik. Dengan demikian, penelitian ini perlu mengidentifikasi masalah-masalah spesifik yang terjadi di lapangan, seperti kualitas produk, kecepatan pengiriman, atau responsivitas layanan pelanggan yang mungkin menjadi sumber ulasan negatif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana distribusi sentimen ulasan produk di Rava.ID? Apakah ulasan yang diberikan konsumen lebih cenderung bersifat positif, negatif, atau netral?
2. Bagaimana kinerja algoritma Indobert dan Roberta dalam mengklasifikasikan sentimen ulasan produk di Rava.ID?
3. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi ulasan negatif di Rava.ID dan bagaimana rekomendasi peningkatan layanan berdasarkan hasil analisis sentimen tersebut? Bagaimana sentimen negatif dapat diidentifikasi dan digunakan untuk mengembangkan strategi peningkatan layanan Rava.ID?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen ulasan produk di toko online Rava.ID dengan menggunakan algoritma Indobert. Tujuan-tujuan spesifik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi distribusi sentimen ulasan produk di Rava.ID

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana distribusi sentimen ulasan yang diberikan oleh konsumen, apakah lebih banyak bersifat positif, negatif, atau netral.

2. Mengetahui kinerja algoritma Indobert dan Roberta dalam mengklasifikasikan sentimen ulasan produk

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kinerja algoritma Indobert, dan Roberta dalam hal akurasi dan efektivitas untuk mengklasifikasikan sentimen ulasan produk.

3. Mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi ulasan negatif dan memberikan rekomendasi peningkatan layanan di Rava.ID

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan faktor-faktor utama yang menyebabkan ulasan negatif dan memberikan rekomendasi strategis kepada Rava.ID untuk meningkatkan kualitas produk berdasarkan hasil analisis sentimen.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek data

Memberikan gambaran data ulasan pelanggan dari dataset besar dalam analisis sentimen yang lebih akurat dan *representative*.

1.5.2 Aspek Praktis

Dengan analisis sentimen dapat memberikan informasi pada keputusan pembelian bagi konsumen.

1.5.3 Aspek Manajemen Pemasaran

Memberikan Gambaran tentang trend preferensi dan persepsi konsumen terhadap produk *fashion*. Hal ini berguna bagi Perusahaan dalam Menyusun strategi pemasaran produktif bagi industri *fashion* yang terarah terhadap kebutuhan konsumen.

1.5.4 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berikut isi sistematika dan penjelasan ringkasan ringkas laporan yang terdiri dari BAB I hingga BAB IV dalam laporan penelitian.

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi Gambaran objek, latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

b. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi teori umum sampai khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

c. **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian.

Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasional Variable, Populasi, dan Sampel, Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Rehabilitas, serta Teknik Analisis Data.

d. **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

e. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan pemanfaatan penelitian.