

ABSTRAK

Industri *e-commerce* di Indonesia mendorong pertumbuhan *marketplace* yang menjadikan wadah jual beli *online*, seperti Shopee. Salah satu kategori produk yang paling populer ialah *skincare*, yang sangat diminati oleh konsumen Indonesia, terutama kaum wanita. Merk-merk *skincare* lokal seperti Daviena telah menarik perhatian karena menawarkan produk yang mampu memenuhi kebutuhan perawatan kulit. Namun, dalam pemilihan *skincare*, konsumen dihadapi dengan selektivitas karena sesuai dengan kebutuhan tipe kulit masing-masing. Ulasan sebuah produk yang meliputi rating bintang dan ulasan komentar dari pembeli menjadi penting untuk mengevaluasi sebuah kualitas produk dari perspektif pengguna. Penelitian ini mengumpulkan 4.000 ulasan produk Daviena dari shopee, dengan memanfaatkan web scrappy untuk mengelola data. Sentimen analisis dilakukan untuk mengklasifikasi ulasan menjadi kategori positif, netral, dan negatif, serta membantu pemilik produk dalam memahami persepsi konsumen. Dengan pengklasifikasian, konsumen dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai kualitas sebuah produk. Hasil pengujian menunjukkan bahwa akurasi tertinggi yang dicapai ialah sebesar 94% dengan kombinasi pembagian data latih dan data uji 90:10 menggunakan metode SVM dalam melakukan klasifikasi dengan baik.

Kata Kunci: Shopee, Skincare, Daviena, Sentimen analisis

UNIDA
GONTOR
UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR

ABSTRACT

The e-commerce industry in Indonesia is driving the growth of marketplaces that make online buying and selling platforms, such as Shopee. One of the most popular product categories is skincare, which is in high demand by Indonesian consumers, especially women. Local skincare brands such as Daviena have attracted attention for offering products that are able to fulfill skincare needs. However, in choosing skincare, consumers are faced with selectivity as it suits the needs of their respective skin types. Reviews of a product that include star ratings and review comments from buyers are important to evaluate a product's quality from a user's perspective. This study collected 4,000 Daviena product reviews from shopee, utilizing web scrapy to manage the data. Sentiment analysis was conducted to classify reviews into positive, neutral, and negative categories, and help product owners understand consumer perceptions. With the classification, consumers can gain a better understanding of the quality of a product. The test results show that the highest accuracy achieved is 94% with a combination of training and test data division of 90:10 using the SVM method to perform classification.

Keywords: *Shopee, Skincare, Daviena brand, Sentiment analysis*

