BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi berkembang pesat dan turut memengaruhi perubahan sosial dalam kehidupan masyarakat. Teknologi informasi dan komunikasi berkontribusi besar terhadap berbagai bidang kehidupan, salah satunya sektor perdagangan. Pemanfaatan teknologi komunikasi telah mendorong munculnya berbagai jenis usaha baru (Rahman & Sutanto, 2023). *E-commerce* telah menjadi salah satu solusi utama pelanggan dan pelaku usaha untuk melakukan transaksi secara efisien dan efektif. Di tengah pertumbuhan pesat *E-commerce*, metode *Live Selling* muncul sebagai inovasi yang menawarkan pengalaman berbelanja yang lebih interaktif dan menarik. Dalam dunia bisnis, tingkat kepuasan pelanggan menjadi salah satu elemen krusial yang memengaruhi kesuksesan sebuah usaha. Hal ini juga berlaku pada aktivitas penjualan secara daring, seperti *Live Selling*, yang kini semakin diminati melalui berbagai platform media sosial.

Naken Shop merupakan *E-commerce* interaktif yang mengusung konsep *Live Selling*, di mana penjual dapat berinteraksi langsung dengan pembeli melalui siaran langsung. Meskipun rutin mengadakan sesi *Live Selling* untuk berinteraksi dengan pelanggan, hingga saat ini, Naken Shop belum memiliki sistem yang dapat mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan secara efektif. Tanpa adanya sistem evaluasi yang tepat, perusahaan kesulitan mengetahui apakah pelanggan merasa puas atau tidak dengan produk dan pelayanan yang diberikan. Meskipun perusahaan telah mengumpulkan data terkait *feedback* pelanggan melalui komentar di media sosial, proses analisis kepuasan pelanggan masih dilakukan secara manual. Hal ini menyebabkan informasi yang diperoleh tidak terorganisir dengan baik, kurang akurat, dan sulit untuk dianalisis secara mendalam. Akibatnya, manajemen kesulitan dalam membuat keputusan yang tepat untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Selain itu, hal ini juga menyulitkan manajemen dalam merancang strategi perbaikan layanan dan

pemasaran yang lebih baik. Oleh karena itu, diperlukan suatu sistem analisis data kepuasan pelanggan yang dapat melakukan evaluasi dengan lebih akurat dan terstruktur.

Prediksi tingkat kepuasan pelanggan terhadap *Live Selling* agar dapat meningkatkan pengalaman berbelanja secara efektif dapat dilakukan dengan mengembangkan sistem prediksi kepuasan pelanggan. Sistem tersebut dibangun dengan model klasifikasi menggunakan teknik data mining untuk memprediksi tingkat kepuasan pelanggan pada *Live Selling*. Proses klasifikasi dalam menyelesaikan permasalahan prediksi kepuasan *customer* dengan metode *Naïve Bayes*. Proses prediksi menggunakan *Naïve Bayes* dilakukan melalui perhitungan kemungkinan kemunculan dari setiap fitur, dan menentukan kategori kepuasan pelanggan berdasarkan nilai probabilitas tertinggi.

Model klasifikasi *Naïve Bayes* terdapat beberapa langkah, dari pelatihan data (*training*) hingga pengujian (*testing*), dengan tujuan untuk mencapai keputusan yang akurat (Siska et al., 2023a). Algoritma *Naïve Bayes* dalam beberapa penelitian mendapat hasil yang optimal dalam pemecah permasalahan, diantaranya penelitian prediksi kepuasan untuk pembelajaran daring pada mahasiswa AMIK Tunas Bangsa Angkatan 2020/2021 memberikan tingkat akurasi tinggi yang sangat memuaskan (Damanik et al., 2021). Penelitian lain dalam penggunaan metode *Naïve Bayes* adalah klasifikasi pada PT. As Sabar Sukses Berkah dalam penilaian kinerja karyawan menunjukan tingkat akurasi cukup tinggi (Fajar & Dwi Bhakti, 2024). Selain itu, dalam penelitian evaluasi tingkat kepuasan *customer* pada layanan store di Ms Glow, algoritma *Naïve Bayes* juga menunjukkan akurasi yang sangat baik (Amanda et al., 2022). Penelitian lain yang menerapkan metode *Naïve Bayes* adalah memprediksi tingkat kepuasan konsumen Gojek yang berhasil mencapai akurasi yang baik (Rahman & Sutanto, 2023)..

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini ialah bagaimana memprediksi tingkat kepuasan pelanggan terhadap *Live Selling* Naken Shop?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan informasi mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap aktivitas *Live Selling*.

1.4 Batasan Penelitian

1. Pelanggan yang telah berpartisipasi dan terdaftar di admin Naken Shop.
2. Parameter yang digunakan fokus pada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, seperti variasi produk, harga produk, interaksi penjual, pelayanan pelanggan, kualitas produk, proses pembelian, kecepatan respon, penanganan keluhan. Menggunakan dataset kuantitatif dari kuesioner survei kepuasan pada pelanggan Naken Shop pada tanggal 20 – 22 November 2024.

1.5 Manfaat Penelitian

Diharapkan bahwa penelitian ini akan bermanfaat untuk hal-hal berikut:

1. Memberikan pemahaman terkait penerapan metode *Naïve Bayes* dalam memprediksi tingkat kepuasan *customer* pada Naken Shop.
2. Hasil penelitian ini membantu kemajuan ilmu dan teknologi, terutama dalam analisis data dan *E-commerce*, dengan menawarkan penedekatan yang sistematis dalam menilai kepuasan pelanggan.
3. Naken Shop dapat memperoleh bantuan dalam meningkatkan kualitas produk mereka melalui penelitian ini, layanan dan pengalaman berbelanja, sehingga kepuasan pelanggan dapat terjaga dan loyalitas dapat meningkat.

1.6 Metodologi Penelitian

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Studi Literatur

   Tahap studi literatur untuk memahami konsep dasar pengolahan data dari topik yang telah ditentukan dari referensi buku dan jurnal. Referensi dari buku dan jurnal digunakan untuk menemukan metode pemecahan masalah yang digunakan pada penelitian.

2. Pengumpulan Data

   Data penelitian dikumpulkan melalui distribusi kuesioner pada tanggal 20–22 November 2024., yang berisi pertanyaan-pertanyaan terkait faktor yang memengaruhi kepuasan *customer*, seperti: variasi produk, harga produk, interaksi penjual, pelayanan pelanggan, kualitas produk, proses pembelian, kecepatan respon, penanganan keluhan. Kuesioner akan disebarkan secara online kepada responden pelanggan Naken Shop.

3. Analisis Data

   Analisis dilakukan dengan menggunakan model klasifikasi *Naïve Bayes*, yang mencakup langkah-langkah pelatihan (*training*) dan pengujian (*testing*) untuk mendapatkan akurasi prediksi.

4. Pengelolahan Data

   Perangkat lunak statistik akan digunakan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan. Teknik *analyst* yang diterapkan adalah *Naïve Bayes* untuk prediksi kepuasan *customer* berdasarkan variabel-variabel yang telah diidentifikasi.

5. Perancangan Sistem

   Perancangan mencakup analisis terhadap kebutuhan sistem, pemilihan bahasa pemrograman, serta penentuan arsitektur yang akan digunakan.

6. Implementasi Hasil Perancangan

   Proses perancangan sebelumnya diterapkan dalam sebuah perangkat sistem

7. Pengujian

   Tahap pengujian dilakukan pada proses pemecahan masalah menggunakan Algoritme *Naïve Bayes* pada sistem

8. Analisa Hasil

   Menganalisis hasil yang diperoleh pada saat pengujian

9. Penarikan Kesimpulan

   Setelah data terkumpul, dilakukan penarikan kesimpulan guna menjawab tujuan penelitian

1.7 Sistematika Penelitian

Proses penulisan skripsi ini disusun seperti berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab awal menjelaskan mengenai konteks permasalahan, pertanyaan penelitian, tujuan dan sasaran penelitian, ruang lingkup pembahasan, kegunaan penelitian, metode yang diterapkan, serta struktur penulisan skripsi

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua menyajikan beberapa teori relevan dan mendukung dalam penyusunan laporan ini.

BAB III: ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab tiga menguraikan tahapan analisis dan desain sistem yang diterapkan dalam pengembangan sistem yang dikaji.

BAB IV: IMPLEMENTASI DAN HASIL PENGUJIAN

Bab keempat memaparkan terkait implementasi *source code*, serta analisa dari hasil pengujian tersebut.

BAB V: PENUTUP

Bab kelima menyimpulkan hasil penelitian serta memberikan saran yang didapat dari penelitian sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA