Peranan Big Data dan Analisis Sentimen dalam Transformasi Bisnis Modern

C

O

V

E

R

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transformasi bisnis modern saat ini sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi yang pesat, khususnya dalam hal pengelolaan data. Salah satu tren utama yang menjadi fokus perhatian banyak perusahaan adalah Big Data. Big Data mengacu pada data yang memiliki volume, kecepatan, dan variasi yang sangat besar sehingga memerlukan teknologi dan metode khusus untuk menganalisisnya. Pemanfaatan Big Data memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumen, tren pasar, serta berbagai indikator kinerja bisnis lainnya.

Salah satu aplikasi utama dari Big Data adalah Analisis Sentimen, yaitu proses mengekstrak informasi subjektif dari data teks, seperti opini atau perasaan, yang sering ditemukan dalam media sosial, ulasan produk, atau komentar pelanggan. Dengan menggunakan teknik analisis sentimen, bisnis modern dapat memahami persepsi publik terhadap produk atau layanan mereka, yang kemudian dapat digunakan untuk menyusun strategi bisnis yang lebih tepat dan responsif terhadap kebutuhan pasar.

Namun, untuk memanfaatkan Big Data dan Analisis Sentimen secara efektif dalam konteks bisnis, diperlukan pendekatan metodologis yang terencana dengan baik. Dalam penelitian ini, akan dikaji bagaimana metode penelitian dapat diterapkan dalam pemanfaatan Big Data dan Analisis Sentimen untuk mendukung transformasi bisnis modern. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi metode yang paling efektif dalam mengelola dan

menganalisis data dalam skala besar, serta bagaimana hasil analisis ini dapat digunakan untuk meningkatkan pengambilan keputusan strategis di era bisnis digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran Big Data dalam mendukung transformasi bisnis modern?

2. Bagaimana metode Analisis Sentimen dapat digunakan untuk memahami persepsi publik dalam konteks bisnis?

3. Metodologi apa yang paling efektif untuk menggabungkan Big Data dan Analisis Sentimen dalam proses pengambilan keputusan bisnis?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Menjelaskan peranan Big Data dalam proses transformasi bisnis modern.

2. Mengidentifikasi metode dan teknik dalam Analisis Sentimen yang relevan dengan bisnis modern.

3. Menyusun metodologi penelitian yang efektif dalam menggabungkan Big Data dan Analisis Sentimen untuk mendukung pengambilan keputusan strategis dalam bisnis.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara akademis maupun praktis, sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam bidang metodologi penelitian terkait penggunaan Big Data dan Analisis Sentimen. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi studi lebih lanjut mengenai peran teknologi dalam transformasi bisnis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memahami pentingnya penggunaan Big Data dan Analisis Sentimen untuk merespons perubahan pasar dan meningkatkan daya saing. Penelitian ini juga akan membantu pengambil keputusan bisnis dalam menyusun strategi yang lebih efektif berdasarkan data dan sentimen konsumen.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa batasan, di antaranya:

1. Fokus penelitian ini terbatas pada sektor bisnis yang telah menggunakan Big Data dan media sosial sebagai sumber utama data.

2. Analisis akan difokuskan pada metode Analisis Sentimen yang berbasis pada data teks, seperti ulasan pelanggan atau komentar media sosial.

3. Studi ini tidak membahas aspek teknis detail dalam implementasi perangkat lunak atau algoritma, tetapi lebih pada metodologi dan pendekatan penelitian.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB 2 Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan konsep dan teori yang mendukung penelitian, termasuk teori tentang Big Data, Analisis Sentimen, serta metodologi yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB 3 Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan pendekatan dan metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini, meliputi desain penelitian, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB 4 Analisis dan Pembahasan

Bab ini memaparkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, serta membahas implikasi dari temuan tersebut dalam konteks bisnis modern.

BAB 5 Kesimpulan dan Rekomendasi

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan memberikan rekomendasi untuk penelitian lanjutan serta implikasi praktis bagi dunia bisnis.