

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa identifikasi sentimen dan topik-topik apa saja yang paling sering dibahas oleh konsumen *online marketplace* menurut *review*, komentar atau ulasan di media sosial twitter dapat dilakukan menggunakan metode *text mining* dengan *software* R studio. Dengan menggunakan *software* R studio, pengguna juga bisa melakukan *clustering*(pengelompokan) dengan algoritma *k-means*. Topik utama untuk Tokopedia adalah “belanja” dan “terimakasih” dengan nilai akurasi 95%; sedangkan untuk Shopee adalah “pilih” dan “jongho” dengan nilai akurasi 91% serta untuk Bukalapak adalah “prakerja” dengan nilai akurasi 97%. Dapat disimpulkan bahwa kebanyakan konsumen *online marketplace* membahas topik mengenai program yang diadakan oleh *online marketplace* tersebut pada media sosial twitter. Hasil analisis sentimen menunjukkan bahwa sentimen ketiga *online marketplace* tersebut secara dominan netral dengan akurasi 88% untuk sentimen Tokopedia, 81% untuk sentimen Shopee, dan 82% untuk sentimen Bukalapak. Dapat disimpulkan bahwa kebanyakan konsumen *online marketplace* tidak memiliki sentimen positif maupun negatif terhadap *online marketplace*.

#### **5.2 Batasan Penelitian dan Saran**

Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan agar penelitian dilakukan dengan lebih banyak sumber data. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti topik-topik yang paling banyak dibahas oleh konsumen *online marketplace* di Indonesia melalui *review*, komentar ataupun ulasan yang ada pada media sosial twitter, untuk kesempurnaan penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat menggunakan sumber data dari media sosial lain contohnya seperti *facebook*, *forum*

*online* dan sejenisnya karena *review*, komentar ataupun ulasan juga banyak tersedia di *platform* lainnya walaupun akses datanya dapat dikatakan lebih sulit dibandingkan dengan akses data *tweets* yang disediakan oleh pihak twitter. Peneliti juga menyarankan agar penelitian dilakukan dengan lebih banyak jumlah data, keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti 1500 *tweets* pada tiga *online marketplace*. Keterbatasan penelitian ini juga hanya mengambil data berupa *mention* terhadap akun twitter ketiga *online marketplace*, oleh karena itu peneliti menyarankan untuk mengambil data berupa *mention* terhadap akun *customer service* ketiga *online marketplace* ataupun berupa *hashtag*. Peneliti juga menyarankan agar penelitian dilakukan dengan lebih dari satu algoritma *clustering*, untuk memperkaya data dan dapat dibandingkan antar algoritma yang dipakai, keterbatasan penelitian ini adalah penelitian ini hanya menggunakan satu algoritma *clustering* yaitu *k-means*.