

Penggunaan Aplikasi Analisis Sentimen Untuk Mengembangkan Digital Marketing Pada UMKM

Oktavia Fauzaturroisyah¹⁾, Cholid Fadil²⁾, Niniek Imaningsih³⁾
^{1,2,3)} Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

oktaviafr21@gmail.com

ABSTRAK: Media sosial adalah salah satu jenis media yang dapat dimanfaatkan dalam rangka berbagi informasi antar sesama penggunanya yang dapat mengakibatkan penuhnya berbagai sentimen yang berasal dari berbagai segi pandangan terhadap isue sosial yang sedang ramai diperbincangkan. Perkembangan ini merambah dalam dunia perkembangan ekonomi yang dapat dimanfaatkan pada UMKM dalam melakukan pengembangan bisnis melalui digitalisasi. Aplikasi TikTok merupakan salah satu media sosial yang diisi dengan berbagai ragam sentimen dari para penggunanya dimana sentimen tersebut terdapat sentimen positif, sentimen negatif, dan sentimen netral. Dengan demikian dapat diketahui bagaimana pandangan masyarakat terhadap aplikasi Shopee sebagai media yang digunakan untuk pengembangan digitalisasi UMKM. Pengembangan ini dilakukan dengan memberi pelatihan penggunaan sosial media yang diawali dengan menganalisis sentimen Aplikasi TikTok. Hal ini diharapkan mampu menjangkau target pasar yang dapat dijangkau dengan luas.

Kata kunci : Analisis Sentimen; UMKM; Digitalisasi

ABSTRACT: *Social media is a type of media that can be used to share information between fellow users which can result in various sentiments originating from various viewpoints on social issues that are being widely discussed. This development has penetrated the world of economic development which can be utilized by MSMEs in carrying out business development through digitalization. The TikTok application is a social media that is filled with various sentiments from its users, where these sentiments include positive sentiments, negative sentiments and neutral sentiments. In this way, it can be seen how the public views the Shopee application as a medium used to develop the digitalization of MSMEs. This development was carried out by providing training on the use of social media, starting with analyzing the sentiment of the TikTok application. This matter expected able to reach a broad target market.*

Keywords: *Sentiment Analysis; UMKM; Digitalization*

PENDAHULUAN

Di era 4.0 perkembangan teknologi menjadi salah satu hal yang berkembang pesat. Teknologi ini merambah hingga dunia internet yang saat ini diminati oleh seluruh masyarakat Indonesia. Masyarakat Indonesia merasa dengan adanya internet menjadikan mereka lebih mudah dalam mengakses informasi ataupun berbagi informasi dengan yang lainnya melalui jaringan. Pengguna media sosial ini dapat melakukan komunikasi jarak jauh atau yang biasa disebut dengan *daring*. Selain digunakan sebagai media komunikasi, media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana hiburan bagi para penggunanya. Salah satu aplikasi hiburan yang banyak diminati masyarakat Indonesia adalah TikTok.

Menurut databoks, Indonesia menjadi pengguna TikTok terbanyak kedua di dunia yaitu mencapai 112,97 juta. TikTok menjadi ramai peminatnya karena dalam aplikasinya berisikan video berbagai macam hal seperti suatu hal yang viral, tutorial make up, resep memasak, tutorial dance, serta informasi trending yang sedang terjadi. Tak heran jika aplikasi ini diminati oleh seluruh kalangan baik anak-anak hingga usia dewasa.

Dalam video yang terunggah pastinya terdapat informasi yang menjurus kedua arah, baik positif ataupun negatif. Hal tersebut berasal dari komentar yang dituliskan oleh para pengguna mengenai pendapat mereka terhadap video yang terunggah. Dengan demikian TikTok menjadi salah satu media sosial yang berisikan sentimen-sentimen terhadap suatu hal. Untuk menganalisis berbagai sentimen para pengguna aplikasi TikTok ini maka diperlukan metode untuk menganalisis sentimen tersebut.

Analisis sentimen atau yang dikenal dengan opinion mining adalah suatu proses untuk melakukan pemahaman, mengekstrak, serta melakukan pengolahan data dalam bentuk teks yang dilakukan secara otomatis yang ditujukan untuk mendapatkan suatu informasi dalam bentuk sentimen yang diperoleh dari suatu kalimat opini yang dituliskan oleh seseorang. Tujuan dari dilakukannya analisis sentimen ini adalah untuk mengetahui apakah opini yang ditulis atau muncul mengandung kecenderungan makna ke nilai positif, negatif apakah netral. Hal ini didapatkan dari hasil pengolahan opini yang telah dilakukan. Maksud dari melakukan analisis sentimen yaitu dapat dilakukan pengelompokan teks yang merupakan suatu tahapan yang dilakukan secara otomatis yakni menempatkan dokumen teks ke dalam kelompok yang berdasarkan isi dari teks terkait. Dalam suatu kalimat opini pastinya terdapat makna yang terkandung di dalamnya.

Penerapan aplikasi untuk menganalisis sentimen diperlukan dalam mengetahui sudut pandang masyarakat terkait dengan aplikasi TikTok. Analisis ini diperlukan untuk mengetahui apakah masyarakat menganggap aplikasi ini worth it digunakan atau tidak. Karena dengan menggunakan aplikasi ini dapat dijadikan seperti e-commerce yang lain. Saat ini masyarakat tentunya telah tidak asing dengan adanya TikTokShop yang merupakan bagian dari aplikasi TikTok. Dalam aplikasi tersebut berisikan berbagai macam barang yang dapat dijual dan dapat menjangkau secara luas pasaran sehingga produk yang terjual tidak hanya sedikit.

PERMASALAHAN

Di era saat ini tidak menutup kemungkinan jika seluruh pelaku usaha melakukan kegiatan jual beli melalui berbagai media. Baik media offline (di pasar) ataupun pada media online yang dapat menggunakan aplikasi e-commerce. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan jika masih banyak pelaku usaha yang ternyata masih belum melek teknologi sehingga diperlukan adanya pendampingan untuk mengembangkan usaha yang telah dimiliki. Jika tidak diimbangi dengan melakukan proses jual beli pada media online penghasilan yang didapatkan kurang maksimal. Bukan sampai disitu saja, aplikasi e-commerce sangatlah banyak sehingga pelaku usaha tentunya memiliki rasa bingung untuk menentukan aplikasi apa yang akan digunakan karena para pelaku usaha belum mengetahui aplikasi manakah yang memiliki banyak peminat.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilakukan secara individu dengan pendampingan serta pelatihan memberikan saran aplikasi untuk melakukan analisis sentimen yang dapat digunakan

untuk melakukan pemilihan aplikasi apakah yang tepat untuk dilakukan pendaftaran pada e-commerce yang banyak diminati masyarakat. Kegiatan ini sebagai implementasi dari ilmu yang telah didapatkan dalam program Studi Independen Berserfitikat di PT. Orbit Future Academy yang telah membuat suatu aplikasi analisis sentimen terhadap aplikasi yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM. Selanjutnya dilakukan pendampingan pendaftaran bisnis UMKM yang dimiliki ke aplikasi yang telah dipilih berdasarkan analisis sentimen yang telah digunakan. Digitalisasi UMKM ini dilakukan dengan tujuan meningkatkan visibilitas dan kontribusi bisnis kecil di lingkungan setempat serta meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Dengan demikian, diharapkan UMKM dapat meningkatkan produktivitas dan daya saing mereka. Digitalisasi juga bertujuan untuk mendorong UMKM agar lebih inovatif dalam mengembangkan produk dan layanan, sehingga dapat tetap relevan dan menarik minat pelanggan. Dengan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang nyata pada perkembangan bisnis lokal, menciptakan suatu lingkungan UMKM yang lebih kuat, dan membawa manfaat ekonomi bagi komunitas sekitar.

PELAKSANAAN

Sasaran dari program kerja ini adalah sosialisasi dan pendampingan pembuatan akun pada e-commerce. Kegiatan ini dilakukan terhadap ibu-ibu PKK yang terdapat di lingkungan sekitar penulis. Kegiatan yang dijalankan dalam program ini mencakup penyuluhan dan bimbingan dalam pembuatan akun pada platform e-commerce. Tujuan utamanya adalah membantu pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di untuk mendaftar dan memahami pengaruh digitalisasi dalam mengembangkan jangkauan pasar mereka. Fokus utama adalah menciptakan akun penjual bagi UMKM tertentu, memberikan pemahaman yang komprehensif tentang manfaat digitalisasi, dan membuka peluang lebih luas untuk pemasaran produk. Sosialisasi mengenai digitalisasi UMKM kepada masyarakat sekitar merupakan salah satu bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat hal ini dilaksanakan dengan tujuan untuk memberikan sosialisasi atau penyuluhan untuk memahami kemudahan dalam memasarkan produk UMKM dalam era modern seperti saat ini. Metode yang digunakan adalah dengan memberikan penjelasan mengenai digitalisasi UMKM.

Dalam pelaksanaannya penulis melakukan pendampingan dan pelatihan secara langsung dalam melakukan pemilihan e-commerce yang akan digunakan. Pemilihan ini ditujukan agar para pelaku usaha mendaftar pada aplikasi yang bersentimen positif sehingga banyak masyarakat yang berminat untuk menggunakan aplikasi tersebut. Setelah dilakukan pemilihan ini maka selanjutnya mendaftarkan UMKM dengan berbagai produk yang dijual ke dalam aplikasi tersebut guna untuk segera diaplikasikan dan dapat digunakan.

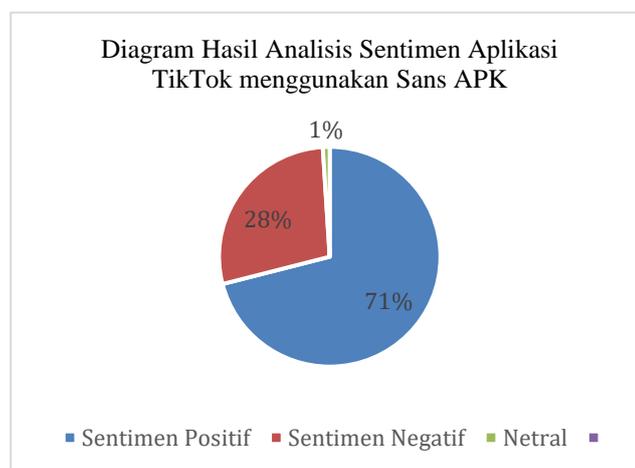
HASIL DAN LUARAN

Pendampingan penggunaan aplikasi sebagai hasil dari Studi Independen yang dibuat oleh penulis bernama "Sans APK". Aplikasi ini telah dapat dijalankan karena telah diuji coba oleh penulis. Aplikasi ini digunakan untuk menganalisis review yang telah dituliskan oleh para pengguna atas aplikasi tersebut. selain itu pada aplikasi ini juga dapat digunakan untuk menganalisis sentimen berdasarkan kata yang dimasukkan oleh pengguna aplikasi. Nantinya akan muncul hasil analisis dari kata yang telah dimasukkan

itu. Apakah hasil dari kata tersebut mengandung sentimen positif ataupun negatif. Aplikasi ini tentunya dapat memudahkan para pengguna untuk mengetahui apakah aplikasi yang akan dipakai “worth it” untuk digunakan atau tidak berdasarkan review dari pengguna sebelumnya yang telah berpengalaman dengan aplikasi terkait.

Penulis ketika melakukan pendampingan dan pelatihan kepada masyarakat memberikan inisiatif untuk menggunakan aplikasi TikTok sebagai media e-commerce yang digunakan untuk transaksi jual beli dan pengembangan digitalisasi UMKM. Aplikasi tiktok ini dipilih karena memang jika dilihat saat ini masyarakat banyak berminat menggunakan TikTok Shop untuk melakukan belanja online. Diketahui market TikTokShop sangat berjangkauan luas dan memiliki banyak peminat sehingga aplikasi ini dipilih untuk dilakukan pendaftaran produk UMKM yang dimiliki oleh masyarakat.

Berdasarkan hasil analisis sentimen pada aplikasi TikTok menggunakan aplikasi “Sans APK” dapat diketahui melalui diagram berikut.



Gambar 1. Diagram Analisis Sentimen Aplikasi TikTok dengan Sans APK

Berdasarkan hasil tersebut maka dapat diketahui bahwa sebesar 71% masyarakat memiliki sudut pandang positif terhadap aplikasi TikTok sehingga aplikasi ini cocok saja jika digunakan untuk melakukan transaksi online. Aplikasi TikTok Shop memanglah banyak diminati sehingga para pelaku UMKM merasa yakin jika menggunakan aplikasi ini dapat memperluas pasaran mereka sehingga produk yang telah mereka pasarkan akan terjual lebih banyak dari sebelumnya sebagai implementasi dari digitalisasi UMKM. Digitalisasi UMKM memiliki sejumlah kelebihan yang dapat memberikan dampak positif pada pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis seperti Platform e-commerce memungkinkan UMKM untuk mencapai pelanggan di luar wilayah lokal, meningkatkan potensi penjualan dan pemasaran produk.

KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh paparan yang telah dijabarkan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hampir seluruh kegiatan saat ini tak lepas dari perkembangan teknologi. Kegiatan transaksi online ini dapat berkembang melalui proses digitalisasi UMKM. Pendampingan dan pelatihan yang diberikan kepada masyarakat yang ada di

sekitar penulis dilakukan dengan menganalisis aplikasi TikTok pada suatu aplikasi analisis sentimen untuk mengetahui minat masyarakat terhadap aplikasi tersebut dan melakukan pendaftaran lapak digital pada TikTokShop. Penggunaan aplikasi TikTokshop ini digunakan karena peminat dari aplikasi TikTok sangatlah banyak dan dapat menjangkau masyarakat luas sehingga sangat cocok untuk merambah pada dunia digitalisasi UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Mahendra Ardiansyah, W. 2023. Peran Teknologi dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1–12. <https://journal.sabajayapublisher.com/index.php/jmeh>
- Samosir, P., Rajagukguk, W., & Simamora, D. B. S. 2023. Pendampingan Kegiatan MBKM Artificial Intelligence for Startup di PT. Orbit Ventura Indonesia. *JURNAL ComunitÃ Servizio : Jurnal Terkait Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, Terkhusus Bidang Teknologi, Kewirausahaan Dan Sosial Kemasyarakatan*, 5(2), 1340–1359. <https://doi.org/10.33541/cs.v5i2.4882>
- Sipayung, S. M. N., Ramadhany, S., Abdy, S., & ... 2022. Implementasi Dan Pengembangan E-Bisnis Era Revolusi Industri 4.0. ... *Nasional Sains Dan ...*, 1–5. <http://ejurnal.itats.ac.id/sntekpan/article/view/3512%0Ahttp://ejurnal.itats.ac.id/sntekpan/article/download/3512/2773>
- Solekhah, M. 2023. *Pemanfaatan teknologi artificial intelligence cubatbot (culture balinese chatbot) sebagai informasi kebudayaan bali*. 1(2), 1–17.
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. 2021. Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>

