

INTISARI

Inovasi produk merupakan salah satu hal terpenting yang dapat dilakukan dalam pengembangan sebuah perusahaan. Dalam melakukan inovasi produk, inovator perlu memperhatikan suara pelanggan karena akan berpengaruh pada kesuksesan dari penjualan produk itu sendiri. Sejumlah penelitian meyakini bahwa media survei, *interview*, FGD dan metode konvensional lainnya membutuhkan pengeluaran yang besar serta membutuhkan waktu yang tidak sebentar. Dengan penggunaan yang tepat, perpaduan media sosial dengan teknologi *text mining* dapat dijadikan celah dalam mendapatkan suara pelanggan tanpa harus mengeluarkan uang yang besar dan lebih cepat dibandingkan metode konvensional. Maka dari itu perlu dilakukan sebuah analisis untuk mengetahui apakah opini online mampu dijadikan peluang dalam mengidentifikasi inovasi atribut pada produk mobil Toyota Avanza dengan memanfaatkan algoritma *text mining*.

Penelitian dilakukan dengan melakukan pengambilan data Twitter pada twit yang menyebutkan mobil Toyota Avanza sejak tahun 2015 hingga 2019. Data opini ini akan dianalisis menggunakan metode pemodelan topik untuk menangkap topik utama yang dibahas oleh masyarakat. Data topik ini akan digunakan dalam identifikasi atribut pada mobil Toyota Avanza beserta tingkat kepentingan dan kepuasannya. Dengan menggunakan algoritma peluang, tingkat kepentingan dan kepuasan akan digunakan untuk mengidentifikasi peluang inovasi dari produk mobil Toyota Avanza.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa identifikasi peluang inovasi melalui Twitter dapat dilakukan. Teridentifikasi 22 atribut mobil Avanza yang menjadi pokok bahasan oleh masyarakat. Berdasarkan tingkat kepentingan dan kepuasannya, terdapat dua atribut yang memiliki peluang inovasi tinggi yaitu keamanan dan sistem rem. Setelah dilakukan perbandingan dengan spek Toyota Avanza keluaran tahun 2019 terdapat beberapa inovasi dari beberapa komponen mobil, salah satu dari atribut yang dikembangkan tersebut adalah atribut yang disarankan oleh penelitian yaitu keamanan dan pengereman. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data twit dapat menjadi media alternatif untuk pengambilan suara pelanggan dalam pengembangan atau inovasi produk.

Kata kunci: Peluang inovasi produk, Twitter, pemodelan topik, atribut penting, tingkat kepentingan, tingkat kepuasan, Algoritma Peluang

ABSTRACT

Product innovation is one of the most important things that can be done in the development of a company. In conducting product innovation, innovators need to pay attention to the voice of the customer because it will affect the success of selling the product itself. A number of studies believe that media surveys, interviews, FGDs and other conventional methods require large expenditures and take a long time. With proper use, the combination of social media with text mining technology can be used as a gap in getting customer voices without having to spend big money and faster than conventional methods. Therefore, it is necessary to conduct an analysis to find out whether online opinion can be used as an opportunity to identify attribute innovations in Toyota Avanza car products by utilizing text mining algorithm.

The research was conducted by taking Twitter data on tweets that mentioned Toyota Avanza cars from 2015 to 2019. This opinion data will be analyzed using the topic modeling method to capture the main topics discussed by the public. This topic data will be used in identifying the attributes of the Toyota Avanza along with the level of importance and satisfaction. By using the opportunity algorithm, the level of importance and satisfaction will be used to identify innovation opportunities from the Toyota Avanza car product.

The results showed that the identification of innovation opportunities through Twitter can be done. It has been identified that there are 22 Avanza car attributes that became the subject of discussion by the public. Based on the level of importance and satisfaction, there are two attributes that have high innovation opportunities, namely safety and brake systems. After a comparison was made with the specifications of the Toyota Avanza released in 2019, there were several innovations from several car components, one of the attributes developed was the attribute suggested by the research, namely safety and braking. The research concluded that tweet data can be an alternative media for taking customer voices in product development or innovation.

Key words: Product innovation opportunities, Twitter, topic modeling, important attributes, level of importance, satisfaction level, Opportunity Algorithm