

INTISARI

Sebagai upaya mempertahankan posisi puncak penjualan telepon pintar, terutama menggunakan produk me-too di kelas menengah sebagai produk utama, diperlukan strategi yang tepat. Produk me-too merupakan produk yang memiliki kemiripan dengan produk yang dimiliki pemimpin pasar. Maka dari itu, produk me-too memiliki kelebihan pada daya tarik yang mirip produk acuan dengan harga yang lebih murah. Namun, muncul pertanyaan apakah sebagai produk me-too masih perlu memperhatikan kebutuhan pelanggan atau tidak. Selain itu, dalam melakukan pengembangan produk kelas menengah perlu memperhatikan perilaku pelanggan dan rentang harga di kelas menengah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan apakah sebagai produk me-too masih perlu memperhatikan kebutuhan pelanggan atau tidak, sekaligus penelitian ini mencari cara untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan pada produk me too di kelas menengah.

Penelitian dilakukan dengan memanfaatkan data komentar pada 21 video Youtube yang membahas mengenai Oppo Reno 6 5G secara eksklusif pada rentang waktu 23 Juni 2020 hingga 25 Februari 2023. Penelitian ini melakukan analisis kebutuhan pelanggan yang didapat untuk mencari peluang inovasi yang dapat digunakan dalam pengembangan model Oppo Reno 7 tipe 5G. Kebutuhan pelanggan dianalisis menggunakan metode algoritma peluang untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan yang perlu diperbaiki. Aspek kepentingan dan tingkat kepentingan didapatkan menggunakan topic modelling dengan metode Latent Dirichlet Allocation. Tingkat kepuasan diukur menggunakan analisis sentimen menggunakan metode VADER. Hasil yang didapat akan dibandingkan dengan perubahan yang terjadi pada Reno 7 tipe 5G.

Berdasarkan hasil evaluasi diperoleh 18 topik kebutuhan pelanggan, dengan tiga topik yang termasuk dalam kategori underserved, satu appropriately served, dan 14 overserved. Lebih lanjut dari hasil analisis juga diperoleh tidak semua topik dibandingkan dengan produk acuannya, namun juga dengan produk sejenis di kelasnya misalnya terkait ketersediaan audio jack 3,5 mm dan slot memori tambahan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pencarian dan memprioritaskan kebutuhan pelanggan berbasis komentar Youtube dapat dilakukan, sebagai produk me-too perlu memperhatikan kebutuhan pelanggan, dan Oppo dalam mengembangkan produk seri reno telah mengikuti beberapa keluhan yang ada pada komentar video Youtube.

Kata Kunci: kebutuhan pelanggan, algoritma peluang, LDA, VADER, telepon pintar

ABSTRACT

To maintain the top position of smartphone sales, especially using me-too products for the middle class as the main product, the right strategy is needed. Me-too products are products that have similarities with products owned by market leaders. Therefore, me-too products have advantages in attractiveness similar to reference products at a cheaper price. However, the question arises, it is still needed to pay attention to customer needs of me-too products or not. In addition, to carry out middle-class product development, it is necessary to pay attention to customer behavior and price ranges. Hence the purpose of this study is to prove whether customer need identification still needs to be conducted or not when it comes to me-too products. This research also looks for ways to prioritize customer needs on me-too products for the middle class.

This research was conducted by analyzing the comments from 21 Youtube videos discussing the Oppo Reno 6 5G exclusively between June 23, 2020 and February 25, 2023. This research analyzes the customer needs obtained to look for any innovation opportunities that can be used for further development of the Oppo Reno 7 5G. The customer needs are analyzed using the opportunity algorithm method to prioritize customer needs that need to be improved. The importance aspect and the level of importance are obtained by topic modeling with the Latent Dirichlet Allocation method. The level of satisfaction is measured by sentiment analysis using the VADER method. The results will be compared with the changes in the Reno 7 type 5G.

Based on the evaluation results, 18 topics of customer needs were obtained, with three topics belong to the underserved category, one topic is appropriately served, and the other 14 topics are categorized as overserved. Furthermore, it is also found that not all of these topics were about the comparison of the product with its reference product, but instead with similar products in its class, for example, related to the availability of a 3.5 mm audio jack and additional memory slots. This research concludes that searching and prioritizing customer needs based on Youtube comments can be done, and to develop me-too products it is also needed to pay attention to customer needs. Lastly, we can also infer that Oppo in developing the Reno series products has followed some complaints that exist on Youtube video comments.

Keywords: customer needs, opportunity algorithm, LDA, VADER, smartphone