

INTISARI

Untuk menghadapi penurunan pangsa pasar dan mempertahankan posisi puncak dalam penjualan laptop, diperlukan strategi yang tepat. Sebagai *market leader*, inovasi produk merupakan hal yang penting dalam mempertahankan posisinya di pasar. Agar inovasi ini tepat, maka inovasi ini harus berfokus pada pemenuhan kebutuhan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah ASUS TUF F15 sebagai produk market leader masih perlu memperhatikan kebutuhan pelanggan, serta menentukan cara memprioritaskan kebutuhan tersebut dalam pengembangan produk.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan data komentar dari 40 video YouTube yang membahas ASUS TUF F15. Data ini digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan yang berpeluang inovasi sehingga dapat dimanfaatkan dalam pengembangan model ASUS TUF F15 selanjutnya. Peluang inovasi dianalisis menggunakan metode *Opportunity Algorithm*, dengan tingkat kepentingan topik diukur melalui *topic modelling* dengan metode *Latent Dirichlet Allocation* (LDA). Sementara tingkat kepuasan diukur melalui *sentiment analysis* dengan metode VADER. Hasil analisis ini akan digunakan untuk mengidentifikasi topik penting dari ASUS TUF F15 dan menentukan peluang inovasi bagi pengembangan model ASUS TUF F15 selanjutnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 19 topik kebutuhan pelanggan yang diidentifikasi dari komentar YouTube. Kebutuhan ini dibagi menjadi tiga kategori berdasarkan tingkat kepentingan dan kepuasan: *underserved*, *appropriately served*, dan *overserved*. Penelitian juga menemukan bahwa inovasi pada ASUS TUF F15 sesungguhnya telah menanggapi sebagian besar keluhan pelanggan dengan melakukan peningkatan pada prosesor, kartu grafis, memori, sistem pendingin, daya tahan panas, penampilan, dan baterai, yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang teridentifikasi.

Keywords : *opportunity algorithm, customer needs, gaming laptop, LDA, VADER.*

ABSTRACT

To address declining market share and maintain the top position in laptop sales, an appropriate strategy is essential. As a market leader, product innovation plays a critical role in maintaining its position in the market. For this innovation to be effective, it must focus on fulfilling customer needs. This study aims to analyze whether a market-leading product like the ASUS TUF F15 still needs to consider customer needs, as well as to determine how to prioritize these needs in product development.

The research was conducted using comment data from 40 YouTube videos discussing the ASUS TUF F15. This data was used to identify customer needs and innovation opportunities that could be leveraged in the development of the next ASUS TUF F15 model. Innovation opportunities were analyzed using the Opportunity Algorithm, with the importance of attributes measured through topic modeling using the Latent Dirichlet Allocation (LDA) method, while satisfaction levels were measured through sentiment analysis using the VADER method. The results of this analysis will be used to identify key attributes of the ASUS TUF F15 and determine innovation opportunities for the development of the next model.

The results of the study indicate that 19 key attributes were identified from the YouTube comments. These attributes are categorized into three groups based on importance and satisfaction levels: underserved, appropriately served, and overserved. The study also found that the actual innovations in the ASUS TUF F15 have addressed most of the users' complaints by making improvements to the processor, graphics card, memory, cooling system, heat resistance, appearance, and battery, in line with the identified customer needs.

Keywords : *opportunity algorithm, customer needs, gaming laptop, LDA, VADER.*