

ABSTRAK

PERBANDINGAN METODE *SUPPORT VECTOR MACHINE* DAN *NAÏVE BAYES* UNTUK ANALISIS SENTIMEN PADA *OPINI* PRODUK KECANTIKAN (STUDI KASUS: LACOCO WATERMELON GLOW MASK)

Oleh

Adela Putri Handayani

18102254

Desa Muntang berada di Kecamatan Kemangkon, Kabupaten Purbalingga merupakan desa dengan masyarakat yang aktif dalam menggerakkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) khususnya dibidang makanan dan kerajinan. Namun, masyarakat Desa Muntang memiliki kemampuan teknologi yang kurang (gagap teknologi). Hal ini membuat proses pemasaran produk yang dihasilkan masyarakat Desa Muntang belum optimal. Untuk mengatasi permasalahan di atas perlu dilakukan pemanfaatan teknologi seperti website, penggunaan sosial media, dan market place. Pemanfaatan teknologi agar dapat memperluas pasar penjualan produk sehingga mendongkrak penjualan produk. Usulan yang diajukan untuk meningkatkan perluasan wilayah pemasaran adalah dengan memanfaatkan teknologi website, sosial media, dan market place. Pemanfaatan teknologi tersebut dapat memperluas wilayah pemasaran sehingga mendongkrak penjualan produk. Sosial projek ini berfokus untuk membuat website, sosial media, dan market place untuk tiap usaha yang berada di Desa Muntang. Dengan harapan akan terciptanya perluasan pasar penjualan produk sehingga mendongkrak penjualan produk di desa ini.

Kata Kunci : UMKM, Produk, Market Place, Website