

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era serba digital ini, *e-commerce* mengalami perkembangan pesat di Indonesia. Sejalan dengan kebutuhan masyarakat akan layanan pengiriman barang yang cepat dan terpercaya. Hal ini mendorong peningkatan permintaan terhadap jasa kurir dan memicu persaingan ketat bagi perusahaan penyedia jasa kurir. Penyedia jasa kurir dituntut untuk mempersiapkan diri dengan baik agar bisa bertahan dalam persaingan bisnis. Semakin meningkatnya permintaan Masyarakat akan layanan pengiriman barang yang terpercaya, maka semakin banyak Perusahaan pengiriman yang akan bersaing untuk menawarkan layanan terbaik[1]. Melihat hal tersebut, Shopee sebagai salah satu Perusahaan *e-commerce* mulai meluncurkan jasa ekspedisi sendiri yang terintegrasi dengan layanannya. Shopee Express merupakan salah satu inovasi Shopee yang didirikan pada tahun 2018 dan dirancang untuk mengembangkan logistik dan jaringan pengiriman barang[2]. Shopee Express diluncurkan untuk meningkatkan layanan Shopee agar lebih maksimal dan mengurangi potensi kesalahan Perusahaan logistik[3]. Namun, kinerja layanan Shopee Express masih mendapatkan keluhan dari pelanggan, seperti keterlambatan pengiriman, barang diterima dalam keadaan rusak, barang hilang, serta kurang ramahnya pegawai shopee express dalam melayani pelanggan.

Kualitas layanan kurir menjadi factor kunci penentu daya saing, karna kualitas layanan merupakan penilaian pelanggan atas layanan yang diterima. Kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan daya saing Perusahaan dan kepuasan pelanggan[4]. Untuk meningkatkan kualitas layanan, Shopee Express harus tahu bagaimana Perusahaan memberikan layanan sesuai dengan kualitas layanan yang ada serta apa saja aspek layanan yang dianggap penting bagi pelanggan. Setiap pasti memiliki strategi untuk mempertahankan kualitas layanannya[5]. Media sosial X digunakan dalam penelitian ini untuk menggumpulkan data tentang opini pelanggan yang menggunakan Shopee Express. Mudahnya penyebaran opini oleh pengguna X, Perusahaan dapat mengetahui

seberapa baik layanan mereka. Analisis sentiment dapat diterapkan untuk mengklasifikasikan kualitas layanan berdasarkan persepsi pelanggan. Pendekatan ini dilakukan untuk memahami bagaimana perasaan diekspresikan dalam dokumen teks, untuk menentukan apakah pendapat yang terkandung didalamnya bersifat positif atau negatif[6]. Analisa sentiment menggunakan algoritma Naïve Bayes pernah dilakukan dalam penelitian terhadap komentar berita di X, penelitian dilakukan dengan mengklasifikasi tweet yang berisi komentar positif dan negative dan menghasilkan tingkat akurasi sebesar 71.50% dan AUC sebesar 0,500. Sehingga dapat dikatakan algoritma klasifikasi Naïve Bayes dapat digunakan untuk Analisa sentiment terhadap aplikasi shopee [7]. Terdapat penelitian terdahulu mengenai analisis sentimen pada facebook dan X menggunakan metode naïve bayes yang menggunakan data sebanyak 6000 data yang terdiri dari 2000 kalimat netral, 2000 kalimat positif dan 2000 kalimat negatif dengan menghasilkan akurasi hingga 85,44%. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu membuat sistem yang mampu mengklasifikasikan sentimen pada X kedalam sentimen positif, netral atau negatif serta menyalurkan opini tersebut ke setiap bagian pelayanan yang bersangkutan dengan opini yang muncul. Hasil yang didapatkan dari akurasi naïve bayes pada data uji negative memperoleh ketepatan 76% sedangkan untuk data uji positif memperoleh 83% [8]. Analisis sentiment akan melewati beberapa tahapan selama proses pengolahan data, seperti pengumpulan data, pembersihan data, Case Folding, Tokenization, Stemming, Stopword Removal, Pembobotan kata, hingga diklasifikasikan menggunakan salah satu metode yang populer dalam analisis sentiment yaitu Naïve Bayes.

Penerapan metode Naïve Bayes sering digunakan dalam proses analisis sentiment[9]. Pada penelitian ini metode Naïve Bayes diterapkan untuk mengklasifikasikan pendapat Masyarakat di X mengenai jasa kurir Shopee Express. Berdasarkan penjelasan diatas, dalam penyusunan penelitian ini peneliti memperoleh dataset menggunakan X crawling. Kemudian dataset yang sudah dikumpulkan akan diolah menggunakan Python. Setelah itu akan diklasifikasikan menjadi sentiment positif dan negatif dengan metode Naïve Bayes.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah dijelaskan, dirumuskanlah permasalahan pada penelitian ini berupa;

1. Bagaimana sentiment ulasan pengguna X terhadap jasa kurir Shopee Express?
2. Bagaimana tingkat akurasi algoritma Naïve Bayes pada analisis sentiment terhadap jasa kurir Shopee Express?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki beberapa Batasan, yaitu;

1. Data yang digunakan bersumber dari media sosial X.
2. Dataset diambil pada periode antara tanggal 01 Januari 2024 sampai 29 Februari 2024.
3. Dataset diambil menggunakan kata kunci Shopee Express
4. Penelitian ini hanya menggunakan metode Naïve Bayes untuk analisis sentiment.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kinerja metode Naïve Bayes dalam menganalisis sentimen dan mengetahui pendapat pengguna berupa sentiment positif atau negative terhadap jasa kurir Shopee Express di media sosial X. Sebagai bahan evaluasi sekaligus meningkatkan kinerja layanan Shopee Esxpress.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah;

1. Hasil dari penelitian ini dapat membantu Shopee Express dalam memahami persepsi pelanggan terhadap layanan mereka dan meningkatkan kualitas layanan.
2. Menambah pengetahuan mengenai analisis sentiment dengan metode Naïve Bayes.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan penelitian ini dibagi menjadi 5 (lima) bab yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang tinjauan literatur mengenai karya ilmiah yang sudah ada, gambaran pembelajaran dan memaparkan teori-teori serta pustaka yang dipakai pada waktu penelitian. Teori-teori ini diambil dari buku dan jurnal-jurnal penelitian sebelumnya sebagai penunjang referensi.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas alur penelitian, penjelasan alur penelitian, serta alat dan bahan yang digunakan dalam penelitian

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang spesifikasi perangkat keras dan perangkat lunak (*software*) yang digunakan dan implementasi dari sistem yang dibuat berdasarkan hasil analisis dan perancangan sistem yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi dari hasil penelitian mencakup tentang kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.