

BAB I

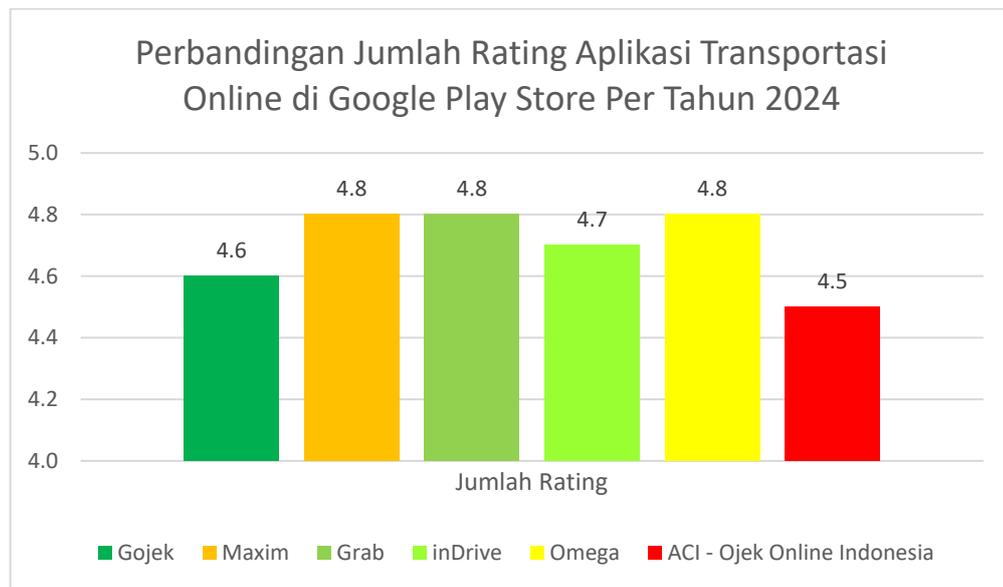
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang pesat membawa manfaat dan perubahan gaya hidup yang cukup signifikan bagi kemajuan teknologi industri yang dikenal sebagai Revolusi Industri. Salah satu pengaruh dari perkembangan teknologi adalah penggunaan layanan *on-demand* seperti transportasi online. Perkembangan teknologi dan penetrasi internet khususnya transportasi online yang semakin luas telah mendorong pertumbuhan industri. Kemajuan teknologi, terutama dalam bidang *smartphone* dan internet, telah memainkan peran krusial dalam perkembangan model bisnis ini. Menurut Nurmala dkk., (2023), Di Indonesia telah banyak dijumpai sepeda motor yang baralih fungsi sebagai kendaraan umum yaitu sebagai jasa mengangkut orang atau barang dengan memasang tarif biaya yang telah disepakati. Dengan teknologi GPS, sistem pembayaran digital, dan aplikasi *mobile* yang semakin canggih, konsumen kini dapat memesan layanan atau produk dengan beberapa ketukan di layar ponsel mereka. Salah satu *platform* yang memiliki fungsi tersebut adalah aplikasi bernama ACI – Ojek *Online* Indonesia.

ACI – Ojek *Online* Indonesia merupakan sebuah aplikasi yang menyediakan layanan transportasi berbasis *online* dan terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanannya sambil menawarkan harga yang bersaing dengan penyedia layanan transportasi lainnya. Dikarenakan cara pengaksesan aplikasi layanan tersebut yang terbilang sangat mudah, dan setiap orang membutuhkan layanan tersebut dalam

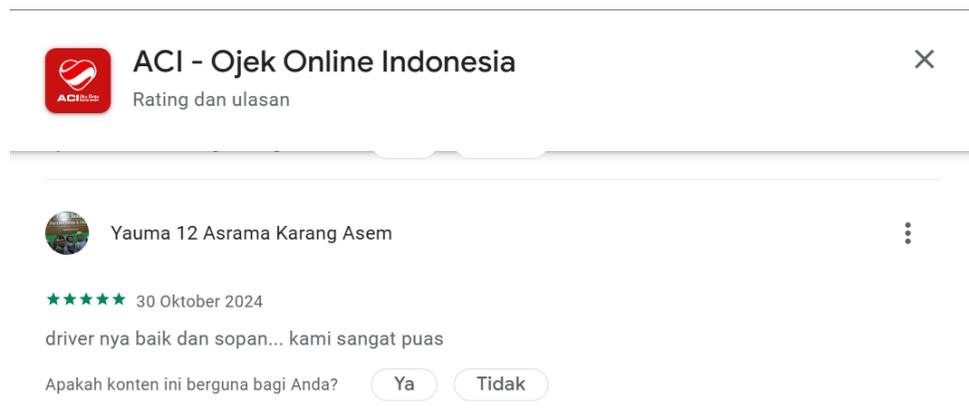
kehidupan sehari-hari di era digitalisasi ini, sehingga membuat pertumbuhan pengguna aplikasi layanan *on-demand* *ACI – Ojek Online* Indonesia mengalami lonjakan yang cukup drastis. Hal ini ditunjukkannya oleh semakin antusias masyarakat terhadap teknologi khususnya transportasi *online*, sehingga berdampak pada peningkatan basis pengguna aplikasi transportasi *online* di Indonesia.



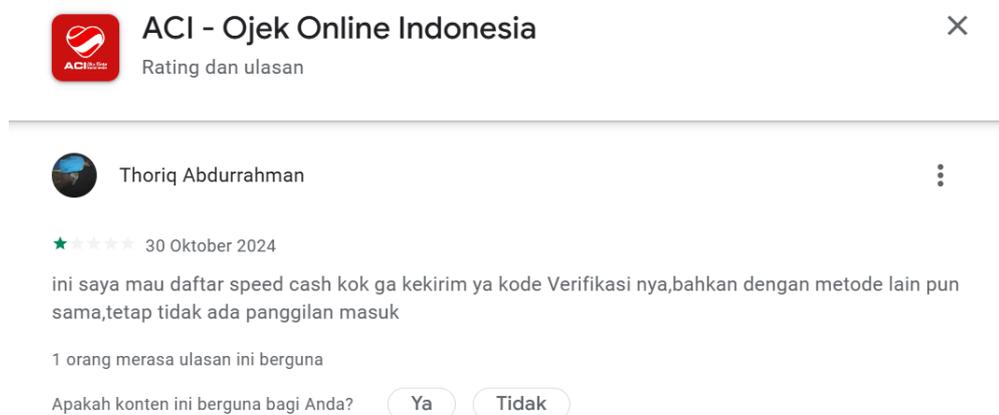
Gambar 1.1 Perbandingan Jumlah Rating Aplikasi Transportasi Online di *Google Play Store* Per Tahun 2024

Menurut Gambar 1.1 yaitu Perbandingan Jumlah Rating Aplikasi Transportasi Online di *Google Play Store* Per Tahun 2024. Aplikasi *ACI – Ojek Online* Indonesia mendapat jumlah rating yang cukup bagus yaitu di angka 4,5 dari 5,0 dalam jumlah rating di aplikasi *Google Play Store*. Namun, dapat dilihat pada gambar 1.1 Aplikasi Transportasi Online *ACI – Ojek Online* Indonesia berada di urutan terakhir, jauh dibawah dalam hal jumlah rating dibandingkan beberapa kompetitor aplikasi transportasi online lain seperti *Gojek*, *Grab*, *Maxim* dll. Penentuan jumlah rating di *Google Play Store* memiliki beberapa faktor yang menentukan, salah satunya ialah penilaian pengguna atau konsumen dalam

menggunakan aplikasi ACI – Ojek *Online* Indonesia tersebut. *ACI – Ojek Online* Indonesia ternyata masih banyak menuai berbagai sentimen negatif dari masyarakat meskipun sentimen positif pun turut mengiringinya. Hal ini terlihat dari ulasan aplikasi ACI – Ojek *Online* Indonesia pada *Google Play Store*.



Gambar 1.2 Contoh Review Pelanggan 1 Tanggal 31 Oktober



Gambar 1.3 Contoh Review Pelanggan 2 Tanggal 31 Oktober

Peneliti menemukan beberapa sentimen negatif atau keluhan yang dirasakan oleh pelanggan aplikasi ACI – Ojek *Online* Indonesia seperti kekhawatiran tentang pembayaran yang tidak jelas, aplikasi yang sering error, ketidakakuratan titik lokasi penjemputan atau pengantaran, adanya biaya tambahan yang tidak tertera pada

aplikasi, serta mengeluhnya pelanggan mendapatkan *driver* yang kurang memuaskan. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu apakah permasalahan tersebut masih ada pada aplikasi atau terdapat permasalahan lain yang ada pada aplikasi ACI – Ojek *Online* Indonesia. Pengguna aplikasi dapat memberikan ulasan dan skala penilaian terhadap aplikasi di *platform Google Play Store*. Ulasan yang diberikan oleh pengguna beragam dan termasuk kritik, saran, dan pujian, digunakan oleh pengembang aplikasi sebagai bahan evaluasi untuk mengembangkan aplikasi sesuai dengan pengalaman pengguna.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka dilakukan penelitian analisis sentimen penilaian pengguna aplikasi ACI – Ojek *Online* Indonesia dengan metode *Naïve Bayes*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sentimen penilaian pengguna aplikasi ACI – Ojek *Online* Indonesia di *Google Play Store* sehingga dapat memberikan usulan perbaikan untuk pengembang aplikasi untuk terus meningkatkan kualitas aplikasi dan layanan mereka. Analisis sentimen diimplementasikan pada tahap awal yang selanjutnya diikuti dengan metode *Naïve Bayes*, meliputi tahap *preprocessing*, *character removal*, *case folding*, *stopword removal*, *tokenization*, *stemming*, TF-IDF, *modelling*, hingga pengaplikasian metode *Naïve Bayes* dengan menggunakan *confusion matrix* untuk mendapatkan kelas sentimen positif dan sentimen negatif serta memberikan informasi perbandingan hasil klasifikasi yang dilakukan oleh sistem (prediksi) dengan hasil klasifikasi yang sebenarnya. Selain itu, penelitian ini juga dilakukan menggunakan metode 5W+1H sebagai dasar penentuan penyebab dari banyaknya sentimen

negatif yang diberikan pengguna kepada aplikasi serta memberikan usulan perbaikan untuk mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan yaitu :

“Bagaimana sentimen penilaian pengguna aplikasi ACI – Ojek Online Indonesia di Google Play store dan usulan perbaikan bagi pengembang aplikasi untuk terus meningkatkan kualitas aplikasi ACI – Ojek Online Indonesia?”

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah maka permasalahan perlu dibatasi sebagai berikut:

1. Data yang diklasifikasi dalam penelitian ini merupakan data penilaian pengguna aplikasi ACI – Ojek *Online* Indonesia pada *Google Play Store*.
2. Bahasa pemrograman yang digunakan adalah bahasa pemrograman Python dengan menggunakan *tools Google Collab* dan *Microsoft Excel*.
3. Data yang diambil berasal dari aplikasi ACI – Ojek *Online* Indonesia Versi 6.14.0 pada *Google Play Store* pada bulan Maret 2022 hingga bulan November 2024.

1.4 Asumsi

Asumsi-asumsi yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Selama penelitian berlangsung penilaian sentimen pengguna dapat dibagi menjadi 3 kelas, yaitu positif, negatif, dan netral.
2. Pada penelitian ini sampel yang digunakan dapat mewakili seluruh pengguna ACI – Ojek *Online* Indonesia.
3. Data penilaian dapat mengidentifikasi faktor yang menjadi penyebab pelanggan memberikan penilaian buruk.
4. Komentar pengguna aplikasi ACI – Ojek Online Indonesia menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar sesuai dengan KBBI

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui sentimen penilaian pengguna aplikasi ACI – Ojek *Online* Indonesia di *Google Play Store* menggunakan metode *Naive Bayes*.
2. Memberikan usulan perbaikan untuk pengembang aplikasi agar meningkatkan kualitas aplikasi ACI – Ojek *Online* Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dapat diberikan bagi semua pihak adalah sebagai berikut:

a) Teoritis

1. Dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi mengenai sentimen atau penilaian pengguna berupa sentimen positif, negatif, dan netral.

2. Dengan adanya penelitian ini mahasiswa dapat menambah pengetahuan dan pengalaman yang bertujuan untuk menentukan analisis sentimen dengan metode *Naïve Bayes* dalam menyelesaikan permasalahan penilaian pengguna pada aplikasi ACI – Ojek *Online* Indonesia di *Google Play Store*

b) Praktis

1. Dapat mengetahui penilaian pengguna aplikasi mengenai pelayanan pada aplikasi ACI – Ojek *Online* Indonesia
2. Dapat dijadikan bahan evaluasi untuk menentukan hal apa saja yang menjadi kelemahan dari aplikasi ACI – Ojek *Online* Indonesia sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan aplikasi

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan dan pembahasan agar tidak menyimpang dan sebagai acuan, penelitian ini dibagi menjadi beberapa bab dan pada setiap bab dilengkapi dengan subbab. Tahapan pada proses penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan secara sederhana terkait latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, asumsi, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dijelaskan mengenai landasan teori yang berhubungan dengan kegiatan menganalisis sentimen maupun opini masyarakat

menggunakan algoritma *Naïve Bayes* seperti, teori analisis sentimen, *text mining*, *text preprocessing*, dan teori lain yang berhubungan permasalahan serta ulasan mengenai penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai tahapan yang dilakukan dalam menyelesaikan penelitian. Mencakup pelaksanaan penelitian, identifikasi operasional variabel, dan kerangka pemecahan permasalahan dalam bentuk (*flowchart*) yang digunakan sebagai penjelasan langkah-langkah penelitian yang dilakukan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai penjelasan representasi dan analisis data hasil penelitian yang digunakan sebagai jawaban atas permasalahan penelitian, pengumpulan data, pelabelan data, *Text Preprocessing* yang terdiri 5 tahapan, *Splitting data*, Pembobotan *Term Frequency-Inverse Document Frequency*, klasifikasi *Naive Bayes*, evaluasi klasifikasi *Naive Bayes*, visualisasi *Wordcloud*, dan Analisis 5W+1H.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini dijelaskan simpulan dan saran yang mengemukakan kesimpulan, terutama mengenai analisis sentimen penilaian pengguna aplikasi beserta hasil analisis untuk usulan perbaikan pada aplikasi.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN