

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini, perkembangan internet cukup signifikan karena telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kemudahan dan kecepatan pengiriman, penerimaan, dan pertukaran informasi (Hananto, Arfani, and Aripriyanto 2023). Kemajuan teknologi digital, terutama dalam aplikasi on-demand, telah menghasilkan perubahan penting pada sektor logistik dan transportasi. Aplikasi untuk pengiriman barang, seperti Lalamove, telah populer di kalangan penduduk lokal, yang membutuhkan kemudahan dalam menggunakan layanan pengiriman yang cepat dan mudah. Melalui aplikasi ini, pengguna dapat menerima layanan pengiriman barang secara real-time berdasarkan lokasi dan kebutuhan mereka. Lalamove adalah salah satu contoh yang berhasil mengintegrasikan layanan logistik dengan teknologi, memungkinkan pengiriman cepat tanpa perlu metode tradisional (Muhammad Bakhar, S.Kom., M.Kom 2023).

Namun, terlepas dari popularitasnya, ada keterputusan antara perspektif pengguna dan layanan yang disediakan. Banyak pengguna yang memiliki ulasan atau umpan balik yang membuat mereka berpikir tentang masalah mereka, yang menimbulkan pertanyaan atau kekhawatiran tentang layanan yang mereka gunakan (Dr. Ir. Agus Wibowo 2021). Meskipun informasi dalam ulasan-ulasan ini sangat penting untuk pengembangan aplikasi dan manajemen Lalamove, namun sulit untuk dianalisis secara manual karena volumenya yang besar. Perlu dilakukan analisis otomatis untuk memahami sentimen pengguna terhadap aplikasi sehingga bisnis dapat mengembangkan strategi yang tepat untuk meningkatkan dan memperluas layanan (Timoty Agustian Berutu et al. 2024).

Layanan jasa pengiriman telah menjadi salah satu aspek terpenting dalam kehidupan sehari-hari di era digital yang terus berkembang ini. Karena kemudahan dan kecepatan penggunaan, pengguna akan dapat melakukan urusan barang mereka melalui berbagai aplikasi layanan pengiriman yang tersedia. Mengingat banyaknya perusahaan yang menawarkan layanan pengiriman, bisnis perlu menerapkan

berbagai strategi untuk dapat mengatasi banyaknya pelanggan yang menggunakan layanan ini (Indarwati and Februariyanti 2023) . Secara umum, setiap pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman barang berharap untuk mendapatkan layanan yang berkualitas tinggi. Bisnis yang mampu memberikan layanan berkualitas tinggi dan memenuhi kebutuhan konsumen secara efektif akan memiliki keunggulan yang signifikan dibandingkan kompetitornya karena mampu menciptakan nilai tambah yang unggul (Muhammad Ali Akbar and Achmas Solichin 2024) .

Penggunaan aplikasi Lalamove, bagaimanapun, memiliki berbagai umpan balik dari pengguna, termasuk sikap penerimaan dan penolakan terkait penggunaan aplikasi tersebut di atas. Oleh karena itu, diperlukan analisis untuk menentukan apakah pengguna dapat menggunakan atau tidak menggunakan aplikasi tersebut. Pandangan dan persepsi pengguna terhadap teknologi dapat berdampak negatif terhadap adopsi teknologi. Lalamove menghadapi tantangan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, seperti keluhan terkait waktu pengiriman, layanan pelanggan, dan stabilitas aplikasi. Keterputusan ini dapat memengaruhi loyalitas pengguna. Karena itu, memahami sentimen negatif dan positif pelanggan menjadi penting untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pengguna.

Penelitian sebelumnya tentang analisis sentimen menggunakan algoritma pembelajaran mesin telah menunjukkan bahwa teknik seperti Support Vector Machine (SVM) dan Naive Bayes efektif dalam mengklasifikasikan sentimen dalam teks (Andriawan and Ernawati 2024) . SVM dikenal karena kemampuannya menangani data dengan sensitivitas tinggi, sedangkan Naive Bayes lebih cepat dan halus tetapi kurang akurat dalam situasi yang lebih kompleks. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membandingkan performa kedua algoritma tersebut dalam analisis sentimen pengguna pada aplikasi Lalamove sehingga dapat diketahui metode yang paling baik untuk menganalisis sentimen pengguna pada aplikasi logistik tersebut (SHELEMO 2023).

Penelitian ini mengumpulkan data dari kurang lebih 10.000 ulasan pengguna yang didapatkan melalui scraping dari beberapa platform pengguna yang memberikan informasi mengenai aplikasi Lalamove. Data ini mencakup berbagai macam ulasan yang menilai sentimen, pengalaman, dan pandangan pengguna

terhadap aplikasi tersebut. Diharapkan dengan adanya analisis data ini dapat memberikan wawasan mengenai persepsi pelanggan yang tentunya berguna untuk mengembangkan strategi bisnis dan meningkatkan kualitas aplikasi logistik yang berbasis teknologi.

Dalam konteks ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi Lalamove dan aplikasi dalam memahami kebutuhan pengguna secara lebih menyeluruh, sehingga dapat lebih responsif dalam menyikapi perubahan **perspektif pengguna** dan meningkatkan pengalaman pengguna. Melalui pemahaman **persepsi pelanggan**, pelaku bisnis dapat meningkatkan penjualan dan memperbaiki aspek kualitas layanan yang masih memerlukan perhatian.

Penelitian ini penting dilakukan karena meningkatnya penggunaan aplikasi logistik on-demand seperti Lalamove, yang kualitas layanannya sangat bergantung pada kepuasan pengguna. Banyaknya ulasan yang tersedia di platform seperti Google Play Store sulit dianalisis secara manual, sehingga dibutuhkan metode otomatis berbasis machine learning untuk memahami sentimen pengguna secara efektif. Selain itu, masih sedikit penelitian yang secara khusus menganalisis ulasan pengguna Lalamove di Indonesia. Dengan membandingkan algoritma Support Vector Machine dan Naive Bayes, penelitian ini memberikan kontribusi ilmiah dan praktis dalam memilih metode klasifikasi sentimen yang paling tepat, sekaligus mendukung pengembangan layanan berbasis data dalam industri logistik digital.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi dan sentimen pengguna terhadap aplikasi Lalamove berdasarkan ulasan yang mereka berikan?
2. Algoritma machine learning apa yang lebih efektif dalam melakukan analisis sentimen terhadap ulasan pengguna Lalamove, antara Support Vector Machine (SVM) dan Naive Bayes?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi sentimen pengguna terhadap aplikasi Lalamove berdasarkan ulasan yang mereka berikan.

2. Membandingkan efektivitas algoritma Support Vector Machine (SVM) dan Naive Bayes dalam analisis sentimen terhadap ulasan pengguna Lalamove.

1.4 Manfaat

1. Bagi Perusahaan (Lalamove): Hasil penelitian ini dapat menjadi landasan bagi Lalamove untuk memahami persepsi dan kebutuhan pengguna dengan lebih baik, serta mengidentifikasi aspek keseluruhan yang perlu ditingkatkan.
2. Bagi Pengembang Aplikasi: Temuan penelitian ini dapat membantu pengembang dalam memilih pengguna umum yang paling efektif untuk analisis sentimen dalam konteks aplikasi logistik on-demand.
3. Bagi Peneliti Lain: Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti yang tertarik untuk melakukan studi lanjutan mengenai analisis sentimen pada aplikasi logistik atau aplikasi on-demand lainnya.
4. Bagi Akademisi dan Industri: Memberikan kontribusi dalam literatur mengenai analisis sentimen berbasis algoritma machine learning, khususnya dalam konteks aplikasi logistik, yang relevan bagi perkembangan bidang natural language processing dan ilmu data.