

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ilmu pengetahuan dan teknologi informasi selama ini telah berkembang sangat pesat. Peningkatan kemajuan informasi telah memberikan dampak baru yaitu membuka peluang bisnis untuk menjual produk dalam skala global. Pengusaha menggunakan ini untuk mengembangkan bisnis mereka melalui internet. Karena itu, *e-commerce* menjadi tempat atau platform yang sangat berharga bagi mereka yang ingin memulai dan mulai memasuki dunia bisnis melalui *internet*.

Adanya pemasaran produk global telah membuat kemajuan besar dalam perkembangan pengiriman barang. Di era globalisasi, manusia dituntut untuk menjadi sangat dinamis. Selama masih ada aktivitas pasar bebas di Indonesia, menjadikan tidak terbatasnya laju perdagangan barang serta jasa. Kebutuhan penggunaan jasa ekspedisi barang yang dipergunakan masyarakat untuk memenuhi berbagai kebutuhannya sangat meningkat pesat. Hadirnya berbagai jasa ekspedisi barang tidak hanya mempermudah masyarakat namun juga para pengusaha atau seller. Para pengusaha atau seller *online business* ini menggunakan jasa kurir sebagai sarana mengirimkan produk ke pembeli di seluruh Indonesia dan luar negeri (Nitami & Februariyanti, 2022).

Untuk meningkatkan kinerja perusahaan, Kepuasan pelanggan adalah aspek yang sangat penting. Perusahaan perlu fokus pada apa yang menurut pelanggan penting untuk mencapai kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Perusahaan harus melakukan penilaian sebagai sarana menentukan apa saja faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan serta bagaimana memenuhi harapan pelanggan. Jika pembeli puas dengan manfaat pelayanan perusahaan maka loyalitas pelanggan akan terbangun. Namun, mempertahankan pelanggan setia merupakan salah satu tantangan yang dihadapi perusahaan (Yunitasari et al., 2021).

Analisis sentimen merupakan proses dalam menggunakan analisis teks untuk mengambil bermacam sumber data dari internet dan berbagai platform sosial media. Analisis sentimen berguna untuk menganalisis pendapat masyarakat tentang penyedia jasa ekspedisi seperti tiki, sicepat *express*, dan ninja *express*.

Algoritma *Naïve Bayes* adalah metode yang dipakai dalam Penelitian ini, Berdasarkan *review* atau ulasan yang disampaikan pengguna terhadap layanan tiki, sicepat *express* dan ninja *express*, untuk menemukan kecenderungan opini publik/pengguna mengandung opini sentimen negatif, positif dan netral. Dan lihat berapa akurasi yang didapat *Naïve Bayes* saat mengklasifikasikan data kepuasan pengguna di tiki, sicepat *express*, dan ninja *express*. *Naïve Bayes* memiliki keunggulan kesederhanaan, kecepatan, dan keakuratan yang tinggi. Banyak peneliti telah menggunakan *Naïve Bayes* untuk klasifikasi sentimen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan model algoritma terbaik berdasarkan akurasi tertinggi yang dihasilkan saat mengklasifikasikan tiki, sicepat *express* dan ninja *express* untuk menganalisis sentimen kepuasan pelanggan menggunakan algoritma *Naïve Bayes*.

Dengan adanya penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian penulis oleh Muhammad Hamka, Naila Alfataril, Dhani Ratna Sari pada tahun 2022 berjudul “Analisis Sentimen Produk Kecantikan berjenis serum ini menggunakan Algoritma *Naïve Bayes Classifier*, Menganalisis produk serum kecantikan ini dilakukan untuk memberikan preferensi serta informasi kepada masyarakat tentang kualitas dari produk (barang) tersebut. Data yang dipakai untuk penelitian ini adalah 27.587 *tweet* yang memiliki kata kunci 3 jenis yaitu “serum”, “serum wajah” dan “serum kecantikan”. Data *tweet* terbagi menjadi 2 yakni data latih dan data uji, Yang mana terdapat total 22.070 *tweet* berisi data latih dan 5.518 *tweet* berisi data uji. Data diklasifikasikan berdasarkan nilai polaritas dengan memakai kamus *lexicon senticnet 7*. Hasil analisis adalah 35% opini *Positif*, 63,8% opini negatif dan 1,2% netral. Hasil klasifikasi dengan sistem polinomial *Naive Bayes* memberikan Hasil nilai akurasi tertinggi yaitu 80%. Hasil dari *Confusion Matrix* memiliki akurasi tertinggi sebesar 88%, nilai *recall* tertinggi 81% dan *f1-score* tertinggi sebesar 86%. (Hamka et al., 2022).

Berdasarkan dari latar belakang di atas, penulis melaksanakan pencarian dengan mengangkat judul yaitu “Analisis Sentimen Kepuasan *Customer* Terhadap Ekspedisi Tiki, Sicepat *Express*, dan Ninja *Express* Menggunakan Algoritma *Naive Bayes*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah:

1. Bagaimana mengimplementasikan *Naive Bayes* untuk analisis sentimen positif, negatif dan netral pada kepuasan *Customer* terhadap Tiki, Sicepat *Express* dan Ninja *Express*?
2. Bagaimana mengetahui tingkat akurasi metode *Naive Bayes* yang digunakan dalam analisis sentimen pada kepuasan *Customer* terhadap Tiki, Sicepat *Express* dan Ninja *Express*?

1.3 Batasan Masalah

Supaya tujuan dari penelitian ini tercapai, maka penelitian ini perlu dibatasi. Adapun batasan penelitian yang dibuat penulis adalah :

1. Penelitian yang dilakukan hanya Tiki, Sicepat *Express* dan Ninja *Express*.
2. Klasifikasi analisis sentimen terdiri dari tiga kelas yaitu positif, negatif, dan netral.
3. *Input* yang digunakan adalah data *tweet* dari komentar netizen, tidak menggunakan simbol, angka, gambar dan video.
4. Data yang digunakan adalah komentar berbahasa Indonesia dengan 3000 komentar.
5. Data yang diambil dari tahun 2020-2022.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang diatas, maka ada beberapa tujuan yang diharapkan untuk dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menerapkan algoritma *Naive Bayes* dalam mengklasifikasi sentimen positif, negatif dan netral pada *twitter* terkait Tiki, Sicepat *Express* dan Ninja *Express* dengan proses *Text mining*.

2. Mengetahui tingkat akurasi metode *Naïve Bayes* yang digunakan dalam analisis sentimen pada *twitter* terkait kepuasan *Customer* terhadap Tiki, Sicepat *Express* dan Ninja *Express*.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat. Berikut ini manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini, yaitu :

1. Mempermudah proses pengklasifikasian komentar pada *twitter* berbahasa Indonesia.
2. Mengetahui tingkat akurasi dalam pengklasifikasian teks menggunakan metode *Naïve Bayes*.
3. Dapat dijadikan referensi untuk penelitian sejenis di masa akan datang.