

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan dunia teknologi membawa perubahan yang signifikan dalam banyak aspek kehidupan, termasuk bidang transportasi. Dikutip dari We Are Social dan Hootsuite, sepanjang tahun 2023, total terdapat 98,3% pengguna internet di Indonesia yang mengakses internet melalui *handphone*. Laporan serupa juga dikutip dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang menegaskan bahwa dominasi penggunaan ponsel sebagai sarana utama untuk mengakses internet di kalangan pengguna internet di Indonesia (Nurhanisah, 2023). Hal itu membuka peluang besar bagi jasa transportasi online untuk menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan kualitas layanan mereka.

Perusahaan transportasi kini beralih ke platform online dengan memanfaatkan penetrasi internet dan penggunaan *smartphone* yang sangat tinggi di kalangan masyarakat. Tingginya adopsi aplikasi peta memudahkan layanan transportasi online untuk menyediakan rute yang lebih efisien dan responsif terhadap kebutuhan konsumen. Pertumbuhan penduduk dan peningkatan kebutuhan akan transportasi di berbagai daerah juga menjadi faktor pendorong perkembangan jasa transportasi online, yang semakin diminati oleh masyarakat luas (Tsalisa et al., 2022).

Salah satu perusahaan yang memanfaatkan platform transportasi online adalah Maxim, perusahaan asal Rusia yang didirikan oleh Maksim Belonogov pada tahun 2003. Maxim adalah perusahaan penyedia layanan transportasi online yang mengandalkan pengemudi sebagai mitra untuk menjalankan bisnisnya, serupa dengan platform lain seperti Gojek dan Grab. Perusahaan ini menawarkan berbagai layanan transportasi, termasuk ojek online, taksi online, dan pengiriman barang, dengan tujuan memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna di Indonesia. Maxim terus melakukan ekspansi ke berbagai daerah di Indonesia agar masyarakat lebih luas dapat menikmati jasa layanan transportasi online tersebut. Walaupun demikian, tidak menutup kemungkinan bahwa masih ada permasalahan

yang terjadi saat pengguna menggunakan layanan tersebut yakni keakuratan map yang kurang dan metode pembayaran yang kurang variatif (Cantika & Rusdianto, 2023).

Dalam perbandingannya dengan Gojek dan Grab, Maxim sering kali menawarkan tarif yang lebih kompetitif, menjadikannya pilihan menarik bagi konsumen yang sensitif terhadap harga. Namun demikian, harga akhir dari layanan Maxim dapat bervariasi berdasarkan beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut mencakup waktu pemesanan, di mana tarif cenderung lebih tinggi selama jam sibuk, jarak perjalanan, serta tingkat permintaan saat itu. Dengan demikian, meskipun Maxim menawarkan harga awal yang lebih rendah, pengguna perlu memperhatikan variabel-variabel tersebut yang dapat mempengaruhi total biaya perjalanan mereka. Strategi ini tidak hanya membantu Maxim dalam menarik pengguna baru, tetapi juga dalam mempertahankan basis pelanggannya di pasar yang sangat kompetitif ini (Cowan, 2023).

Aplikasi Maxim memiliki rating 4,8 dari 5 bintang pengguna. Namun, rating tinggi pada aplikasi Maxim belum sepenuhnya dapat merepresentasikan tingkat kepuasan konsumen secara akurat. Banyak pengguna memberikan ulasan dengan komentar negatif, meskipun mereka memberikan rating bintang 4 atau lebih tinggi. Ini menunjukkan adanya kemungkinan bias dalam pemberian rating, di mana pengguna mungkin merasa terpaksa memberikan rating tinggi karena berbagai alasan seperti insentif dari aplikasi atau kesulitan dalam sistem rating itu sendiri. Selain itu, evaluasi berdasarkan rating saja tidak selalu mencerminkan pengalaman pengguna secara keseluruhan, yang mencakup aspek-aspek lain seperti kualitas layanan, kemudahan penggunaan aplikasi, dan responsivitas dukungan pelanggan (Rahmi & Harahap, 2023).

Pada tahun 2021, dilakukan penelitian yang membahas aplikasi Maxim dengan tujuan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa aplikasi Maxim belum sepenuhnya mampu memenuhi harapan pelanggan. Berdasarkan analisis data, ditemukan bahwa sebagian besar ulasan dari pengguna aplikasi ini mengkritik kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan aplikasi. Penelitian ini mengindikasikan bahwa meskipun aplikasi ini

memiliki potensi yang besar, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan untuk mencapai kepuasan pelanggan yang lebih optimal. Hal ini mencakup peningkatan pada aspek pelayanan pelanggan dan peningkatan antarmuka pengguna agar lebih mudah digunakan. Setiawan & Esthi (2021). Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis sentimen terhadap ulasan di Google Play Store guna menilai tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh Maxim, dengan mengkategorikan ulasan sebagai positif atau negatif. Hasil dari analisis sentimen ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi masyarakat untuk memahami pengalaman konsumen dalam menggunakan layanan aplikasi Maxim..

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Klasifikasi Naive Bayes. Keunggulan metode Naive Bayes dibandingkan dengan metode lain seperti Support Vector Machine (SVM) dan K-Nearest Neighbors (KNN) terletak pada kecepatan dan efisiensinya karena menggunakan asumsi independensi antar fitur. Asumsi ini memungkinkan Naive Bayes melakukan proses pelatihan dan prediksi dengan cepat. Selain itu, Naive Bayes menunjukkan kinerja yang baik pada data set kecil, sedangkan SVM dan KNN memerlukan jumlah data yang lebih besar untuk mencapai akurasi optimal. Naive Bayes juga sangat skalabel dan efisien dalam menangani data dengan banyak fitur. Sebaliknya, SVM membutuhkan tuning parameter yang kompleks dan KNN memerlukan banyak memori serta waktu komputasi yang tinggi untuk menangani data besar. Dalam penelitian ini, visualisasi data akan ditampilkan melalui halaman dashboard yang dibangun menggunakan framework Flask. Adanya halaman dashboard ini diharapkan dapat memudahkan pengguna dalam melihat hasil analisis sentimen aplikasi Maxim.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah aplikasi Maxim memiliki rating yang tinggi di Google Play Store dengan rating 4,8 dari 5 bintang. Namun, ada indikasi bahwa rating tersebut tidak sepenuhnya mencerminkan tingkat kepuasan pengguna yang sebenarnya. Hal ini disebabkan oleh adanya bias dalam pemberian rating, terutama

yang berkaitan dengan ketepatan lokasi serta ragam metode pembayaran yang tersedia pada aplikasi tersebut.

1.3 PERTANYAAN PENELITIAN

Pertanyaan yang muncul dari penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana data ulasan pada Google Playstore mengenai aplikasi Maxim ini akan diolah?
2. Bagaimana proses penerapan metode Naive Bayes Classification didalam penelitian ini?
3. Bagaimana hasil analisis sentimen menggunakan Naive Bayes Classification?

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Pertanyaan yang muncul dari penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana data ulasan pada Google Playstore mengenai aplikasi Maxim ini akan diolah?
2. Bagaimana proses penerapan metode Naive Bayes Classification didalam penelitian ini?
3. Bagaimana hasil analisis sentimen menggunakan Naive Bayes Classification?

1.5 MANFAAT HASIL PENELITIAN

1. Memberikan informasi terkait sentiment masyarakat terhadap review aplikasi Maxim dari platform Playstore.
2. Menerapkan metode Naive Bayes Classification dalam menganalisis ulasan pengguna.