

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Penelitian

1.1.1 *Online Course*

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi dapat membantu kegiatan masyarakat di segala sektor, dari transportasi, transaksi bisnis, komunikasi, hingga pendidikan. Teknologi yang membantu kegiatan masyarakat di sektor pendidikan salah satunya adalah *online course* yang dapat membantu masyarakat belajar mengenai segala hal yang dibutuhkan untuk menunjang pekerjaan dimanapun dan kapanpun. *Online course* adalah salah satu produk *e-learning* yang merupakan jalan baru untuk mendapatkan ilmu dan keterampilan baru yang disampaikan oleh pengajar institusi atau seseorang yang ahli di bidangnya, dan dapat dilakukan di mana saja (Adam, 2019)

Bisnis *online course* atau bisnis kelas *online* dalam situs berita kompasiana menjadi peluang bisnis *online* nomor 1 di tahun 2020, hal ini terjadi karena *skill* yang dimiliki dapat menjadi penunjang dalam karir pekerjaan di masa yang akan datang. Dan juga kursus *online* lebih diminati karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja (Dinayln, 2019)

1.1.2 Skill Academy by Ruang Guru

Skill Academy adalah anak perusahaan dari Ruang Guru yang merupakan salah satu perusahaan penyedia *online course* di Indonesia yang menyediakan kelas bisnis hingga hobi yang disampaikan oleh ahli dibidangnya dengan harga yang terjangkau. Skill Academy dikembangkan oleh Ruang Guru pada tahun 2019. Sampai saat ini sudah di unduh lebih dari 100.000 di playstore dan mendapat ulasan yang baik yaitu 4.5. pada *website* resmi Skill Academy untuk perusahaan baru sudah memiliki banyak pengguna di setiap kelasnya yang rata rata sudah digunakan 100 – 200 pengguna.



Gambar 1. 1 Logo Skill Academy

Sumber : Skillacademy.com

Berikut gambar diatas adalah logo dari Skill Academy by Ruangguru yang tersedia pada website resmi Skill Academy

1.1.3 UdeMy Indonesia

UdeMy merupakan perusahaan *Marketplace Edutech* asal Amerika Serikat yang telah didirikan sejak 2010 lalu. UdeMy hingga saat ini telah memiliki lebih dari 35 juta pengguna, 57 ribu instruktur , 130 ribu kelas dan tersedia lebih dari 65 bahasa termasuk Bahasa Indonesia. Pada bulan maret 2019 UdeMy resmi hadir di Indonesia dengan membuka tim lokal dari Indonesia yang akan fokus melayani pasar Indonesia, alasan mereka hadir di Indonesia salah satunya karena Indonesia menyumbang lebih dari 200 ribu pengguna di udeMy (Nabila, 2019). Hingga saat ini udeMy telah menyediakan lebih dari 130 kelas berbahasa Indonesia dan di isi oleh instruktur asal Indonesia, dengan ini pengguna UdeMy Indonesia lebih nyaman dan lebih mudah memahami materi pada kelas tanpa menurunkan kualitas kelas udeMy lainnya.



Gambar 1. 2 Logo UdeMy

Sumber : UdeMy.com

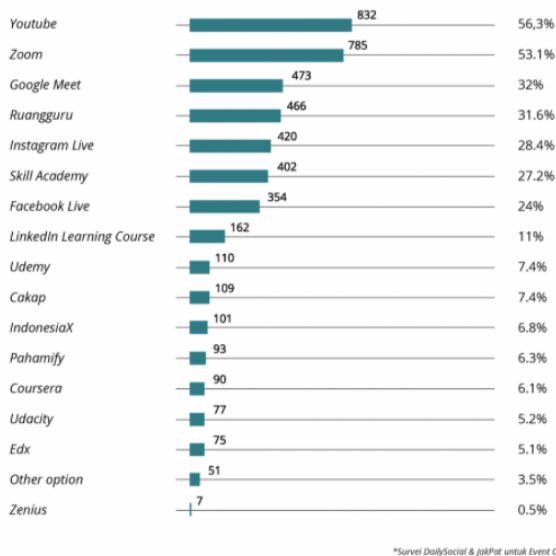
Gambar diatas merupakan logo dari Udeemy yang tersedia pada website resmi Udeemy.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi tidak hanya pada industri tertentu namun terjadi di segala bidang dan sektor industri, penggunaan internet sudah menjadi hal umum dan diperlukan di berbagai aktifitas, karena internet dapat membantu aktivitas menjadi lebih mudah dan efektif. Salah satu bidang yang dimudahkan dengan adanya internet adalah bidang pendidikan, pendidikan formal maupun informal sangat terbantu dengan adanya internet karena dengan internet kini sistem pembelajaran bisa dialihkan pada metode pembelajaran dalam jaringan.

Soft skill dan keterampilan yang dapat menunjang profesi seseorang di era globalisasi saat ini sangat penting untuk meningkatkan kualitas personal dalam menghadapi persaingan. Situs jojonomic.com telah mengunggah artikel mengenai pentingnya memiliki *soft skill* untuk menunjang karir, manfaat memiliki banyak *soft skill* yaitu dapat mengembangkan otak kanan, mempunyai banyak relasi, hingga membantu mencapai jenjang karir (Questibrillia, 2019). Terbatasnya waktu yang dimiliki khususnya oleh mahasiswa atau pegawai kantoran membuat *online course* dipilih sebagai jawaban dari fenomena ini.

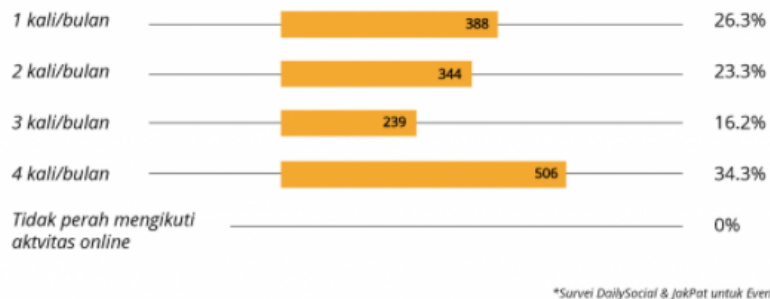
Pandemi covid-19 membuat berbagai aktivitas terhambat dan harus dilakukan dari rumah masing masing secara daring, ini membuat masyarakat lebih banyak menggunakan waktunya membuka situs online untuk bekerja maupun mengisi waktu lainnya. Hasil survei yang dilakukan oleh Situs DailySocial bersama *platform mobile survey* JakPat ke 1447 responden menunjukkan aktivitas atau kegiatan yang paling banyak dilakukan masyarakat selama pandemic adalah:



Gambar 1. 3 Hasil survey DailySocial & JakPat untuk event online

Sumber : *Dailysocial.id*

Data di atas menunjukkan beberapa *platform* yang dibuka setiap harinya oleh responden selama pandemic covid-19, hasil survei dalam data tersebut terdapat 9 situs pelatihan kursus berbasis internet atau daring yang dibuka oleh responden selama pandemi, ini membuktikan bahwa kursus *online* atau *online course* sudah menjadi bagian dari perjalanan karir seseorang.



Gambar 1. 4 Hasil survey DailySocial & JakPat Jumlah Pengikut Online Course

Sumber : *Dailysocial.id*

Survei yang dilakukan oleh DailySocial & JakPat juga menghasilkan 42% responden rela merogoh kocek untuk mengikuti *online course*, dengan mayoritas 44% diantaranya mengalokasikan Rp.50.000 hingga Rp.100.000 untuk mengikuti kursus online pengembangan diri per bulannya, sementara 11,3% mengalokasikan Rp.250.000 hingga Rp.500.000 per bulannya (Ryza, 2020). Ini membuktikan masyarakat saat ini sudah rela mengalokasikan pengeluarannya untuk kursus *online* pengembangan diri secara daring.

Situs berita kompasiana menyebutkan bahwa bisnis kelas *online* menjadi peluang bisnis *online* nomor 1 di tahun 2020 (Dinayln, 2019), hal ini terjadi karena *skill* yang dimiliki dapat menjadi penunjang dalam karir pekerjaan di masa yang akan datang. Selain itu kursus *online* lebih diminati karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Alasan lainnya adalah saat ini pemerintah Indonesia membuat program kartu prakerja, yaitu program fasilitas kursus *online* pengembangan diri yang bekerjasama dengan pihak swasta penyedia kursus *online* yang ada di Indonesia.



Gambar 1. 5 Mitra kolaborasi pengembangan program prakerja

Sumber : prakerja.go.id

Data di atas merupakan kolaborator pemerintah untuk pengembangan program kartu prakerja yang mana salah satunya adalah Skill Academy by Ruang Guru, yaitu sebuah situs penyedia kursus online pengembangan diri sebagai anak perusahaan dari

Ruang Guru. Program prakerja ini sempat memiliki sentimen negatif dari berbagai macam pihak, dilansir dari situs berita Tribun News, program ini dinilai tidak efektif dan tidak cocok untuk masyarakat Indonesia, salah satu tokoh masyarakat dalam berita tersebut mengatakan “Kalau hanya bikin CV, Manajemen stress, semua ada di Youtube, gratis, asalkan pemerintah mau kasih subsidi internetnya.” (Jyestha, 2020).

Dari berbagai *platform online course* yang ada di Indonesia seperti Kelas.com, Skill Academy, Techinasia Edu, Luar Sekolah dan lain sebagainya, Skill Academy yang terhitung baru keberadaannya dibanding pesaing lainnya telah unggul dengan dibuktikan sudah memiliki *mobile apps* dan sudah banyak digunakan yaitu lebih dari 1 juta pengguna. Hasil survey yang dilakukan oleh DailySocial & JakPat juga menyebutkan bahwa skill academy menjadi *platform online course* paling banyak digunakan ketika pandemic saat ini. Yang kemudian disusul dengan udemy sebagai *platform online course* yang paling banyak dibuka ketika pandemi. Udemy sendiri sebagai perusahaan kursus online asal Amerika Serikat ini baru masuk Indonesia di pertengahan tahun 2019 dan saat ini sudah memiliki lebih dari 130 kelas berbahasa Indonesia.

Pada website Skill Academy dan Udemy di setiap kelasnya memiliki kolom testimoni dan *rating* terhadap kelas tersebut, hal ini dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana performa setiap kelasnya serta melihat bagaimana konsumen apakah sudah puas atau kecewa terhadap jasa layanan kelas online tersebut. Kepuasan secara umum dapat diartikan sebagai perasaan puas atau kecewa terhadap hasil pengalaman seseorang setelah menggunakan sebuah produk atau jasa yang dibandingkan dengan ekspektasi menggunakan produk atau layanan tersebut (Philip Kotler, 1959). kotler dalam bukunya menjelaskan bahwa setiap perusahaan biasanya mengukur performa dari layanan yang diberikan dengan melihat kepuasan konsumen secara berkala untuk menentukan strategi operasional dan juga strategi marketing yang akan digunakan. pengukuran atau tolak ukur yang dapat digunakan untuk melihat kepuasan konsumen pada jasa layanan elektronik adalah dengan dimensi *e-satisfaction* yaitu *Usefulness*, *Enjoyment*, *Past Experience*, dan *Decision* (Li et al., 2009)

Kolom testimoni pada setiap kelas Skill Academy membuat konten kelas tersebut menjadi dua arah, Skill Academy dan Udemy menyediakan dan memberi konten kelas lalu pengguna menyampaikan *feedback* terhadap kelas tersebut kepada Skill Academy dan Udemy. Hal ini membuktikan bahwa Skill Academy dan Udemy memaksimalkan *User Generated Content (UGC)*, UGC adalah konten yang dibuat oleh pengguna dalam situs *website* maupun media sosial yang membuat adanya penyampaian informasi dua arah yang bersifat dinamis, dan menimbulkan interaksi langsung antara perusahaan dan juga pengguna (Sudirman, 2018) Adanya kolom testimoni pada kelas Skill Academy dan Udemy sebagai pemanfaatan UGC akan membantu calon pengguna untuk memutuskan apakah akan membeli kelas tersebut atau tidak walaupun hanya dengan penjelasan sekilas (Sudirman, 2018). Penelitian sebelumnya menghasilkan bahwa UGC memiliki pengaruh yang signifikan terhadap suatu perusahaan, karena komentar di dalamnya sangat penting untuk kemajuan perusahaan (X. Liu, 2020a)

UGC didalamnya terdapat *sentiment* yang ditulis oleh pengguna, dapat berupa *sentiment* positif maupun negatif, salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengolah UGC adalah *Sentiment analysis*. *Sentiment analysis* atau analisis sentimen adalah metode yang digunakan untuk mengolah komentar pada media terhadap suatu produk, jasa, maupun instansi (Sipayung et al., 2016) Metode ini mengolah data tekstual secara otomatis untuk mengetahui sentimen pengguna terhadap suatu produk, jasa, maupun instansi (Sipayung et al., 2016). *Sentiment Analysis* juga dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan pada produk yang digunakan (Fatma Saviera¹, 2017). Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fatma Saviera bahwa *sentiment analysis* dapat digunakan untuk menganalisa kepuasan konsumen.

Salah satu metode yang dapat mengolah UGC adalah *topic modeling*, karena *topic modeling* dapat mengolah data pada kolom testimoni tersebut untuk mengetahui topik atau hal apa yang sering dibicarakan pada seluruh komentar, yang nantinya hasil dari *topic modeling* dapat menjadi masukan atau evaluasi bagi perusahaan dan menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan oleh perusahaan (Pascual, 2019).

Penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa dengan menggunakan *sentiment analysis* dan *topic modeling* dapat mengetahui bagaimana pandangan pengguna terhadap suatu merek sekaligus mengetahui apa yang sering dibicarakan terhadap merek tersebut dan dapat menjadi bahan evaluasi terhadap merek (Cindy Septiani Hudaya , Hanif Fakhurroja, 2018). sejauh ini belum adanya penelitian menganalisa *online course* menggunakan *sentiment analysis* dan *topic modeling*. Penelitian lain menyebutkan bahwa perlu adanya analisa komentar pada kolom ulasan bukan hanya melihat *rating* saja, karena *rating* hanyalah penilaian singkat dari pengguna, dan terkadang *rating* dan ulasan tidak cocok, seperti memberi *rating* rendah namun memberi ulasan positif dan juga sebaliknya, maka dari itu perlu adanya alias keseluruhan ulasan pada kolom komentar (Al-Natour & Turetken, 2020).

Berdasarkan teori tentang *sentiment analysis*, *user generated content*, *topic modeling*, yang dapat digunakan untuk melihat kepuasan konsumen pada layanan *online course* serta penelitian sebelumnya oleh (Cindy Septiani Hudaya , Hanif Fakhurroja, 2018) dan (Al-Natour & Turetken, 2020) yang mendukung fenomena di atas dan juga sejauh ini belum ada yang menggunakan *sentiment analysis* untuk kasus *online course*, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **ANALISA KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN METODE ANALISIS SETIMEN DAN TOPIC MODELING PADA PLATFORM ONLINE COURSE DI INDONESIA. (STUDI KASUS : SKILL ACADEMY BY RUANG GURU DAN UDEMY).**

1.3 Perumusan Masalah

Adanya urgensi meningkatkan performa personal untuk dapat bersaing di era globalisasi saat ini dan tidak banyaknya waktu yang dimiliki untuk mengikuti kursus, ditambah dengan adanya pandemic covid-19 yang mengharuskan kita beraktifitas dari rumah, *online course* dipilih dan dinilai efektif meskipun berbayar sekalipun, dibuktikan dengan maraknya situs *online course* saat ini yang laku dan diminati dipasaran hingga pemerintah mengeluarkan program fasilitasi kursus online dengan

berbagai mitra penyedia jasa kursus online yaitu program prakerja. Program ini sempat mengalami pro kontra karena kursus online dirasa tidak efektif untuk masyarakat Indonesia saat ini. Hal ini berbanding terbalik dengan banyaknya pengguna kursus online di Indonesia saat ini, Salah satunya adalah Skill Academy by Ruang Guru, situs *online course* yang saat ini telah memiliki *mobile apps* yang sudah diunduh lebih dari 1.000.000 pengguna dilihat dari jumlah pengguna di Google Playstore (Ryza, 2020). Skill Academy yang dikembangkan oleh Ruang Guru ini terhitung baru kemunculannya dibanding dengan pesaing lainnya seperti Techinasia edu, Kelas.com, Luar Sekolah, dan sebagainya namun pesona nya justru lebih unggul dan memiliki *brand awareness* yang lebih dibandingkan lainnya. Disisi lain Udemy sebagai perusahaan asal amerika berani membuka perusahaannya di Indonesia sejak pertengahan 2019 karena pengguna asal Indonesia sudah tembus lebih dari 200 ribu pengguna (Nabila, 2019).

Skill Academy dan Udemy sebagai penyedia layanan kursus online perlu memperhatikan kualitas layanan agar mampu bersaing dengan penyedia layanan kursus online lainnya. salah satu cara untuk mengukur kualitas layanan adalah dengan melihat kepuasan konsumen menggunakan produk layanan kelas online pada skill academy dan juga Udemy. Setiap kelas yang disediakan oleh Skill Academy dan Udemy terdapat kolom testimoni yang mana dapat memfasilitasi penggunaannya untuk mengulas dan memberikan *feedback* pada Skill Academy dan Udemy. Hal ini juga dapat dimanfaatkan oleh Skill Academy dan Udemy untuk mengoptimalkan *User Generated Content (UGC)*, yang mana jika menyediakan kolom testimoni, *User Generated Content (UGC)* dapat menjadi bahan acuan untuk meningkatkan kualitas dan evaluasi terhadap produk / perusahaan apakah sudah berjalan efektif dan dapat bersaing dengan kompetitor lainnya (Sudirman, 2018).

Metode *sentiment analysis* dan *topic modeling* dapat digunakan untuk menganalisa komentar dan ulasan yang terdapat pada setiap kelas Skill Academy dan Udemy untuk mengetahui opini pengguna. *Sentiment Analysis* dapat melihat sentimen secara keseluruhan dari seluruh komentar apakah memiliki sentimen positif atau negative.

Kemudian *topic modeling* dapat mengekstrak topik apa yang sering dibicarakan oleh pengguna terhadap produk atau jasa. Penelitian ini membandingkan hasil sentiment dan *topic modeling* Skill Academy dengan UdeMy untuk melihat sejauh mana kepuasan konsumen dengan mengukurnya dengan dimensi *e-satisfaction*. Skill Academy sebagai penyedia jasa kursus online asal Indonesia dan juga sebagai salah satu mitra prakerja sedangkan UdeMy sebagai penyedia jasa kursus online asal Amerika Serikat yang sudah lebih dulu berdiri sejak 2010 dan sudah hadir di banyak negara di dunia. Berdasarkan fenomena dan perumusan masalah yang sudah dijelaskan diatas, maka peneliti mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana sentimen pengguna kelas *online course* Skill Academy dan UdeMy? dilihat dari komentar atau ulasan pada kelas Skill Academy dan UdeMy.
2. Apa topik yang dibicarakan pengguna pada setiap sentimen? dilihat dari komentar atau ulasan pada kelas Skill Academy dan UdeMy.
3. Bagaimana kepuasan konsumen mengenai layanan kelas Skill Academy dan UdeMy? dilihat dari komentar atau ulasan pada kelas Skill Academy dan UdeMy.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fenomena dan perumusan masalah yang sudah dijelaskan diatas, maka peneliti bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis sentimen dominan pada testimoni *platform online course* Skill Academy dan UdeMy.
2. Untuk Mengekstrak topik utama pada setiap sentimen.
3. Untuk melihat kepuasan konsumen menggunakan layanan kelas online

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat, khususnya manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat teoritis diperuntukkan untuk kalangan akademisi dan manfaat praktis untuk kalangan praktisi. Berikut manfaat penelitian ini :

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya keilmuan di bidang manajemen dan bisnis berbasis teknologi informasi yang sedang berkembang di era saat ini. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah masukan dalam dunia keilmuan , terutama mengenai *sentiment analysis* dan *topic modeling*. Dan juga diharapkan dapat menjadi rujukan dan masukan untuk diteliti lebih lanjut di penelitian selanjutnya, selain itu diharapkan *sentiment analysis* dan *topic modeling* dapat digunakan lebih banyak lagi dalam penelitian.

1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu alternatif masukan dan bahan evaluasi bagi Skill Academy dan Udemy untuk meningkatkan performa *online course* mereka, dan juga dapat menjadi salah satu bahan konsumen dalam memilih kursus online yang akan digunakan, dan juga dapat menjadi alternatif masukan dan bahan evaluasi bagi pebisnis lainnya khususnya pada bidang bisnis kelas *online* atau *online course*.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini terdapat beberapa poin yang dijadikan batasan agar pembahasan penelitian menjadi jelas, dan tidak terlalu luas. Adapun batasan penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Data yang digunakan adalah komentar dari setiap kelas pada bidang Teknologi dan *Software* pada situs Skill Academy by Ruang Guru dan kelas bidang IT dan *Software* berbahasa Indonesia pada Udemy. pemilihan ruang lingkup kelas ini dikarenakan adanya urgensi dan peluang profesi IT pada tahun 2020 hingga

2022 , CTO GDP Venture On Lee pada kegiatan ‘Future pf Jobs Report 2018’ mengatakan bahwa “sayangnya jumlah lulusan yang mengerti dunia teknologi dan digital belum bisa memenuhi kebutuhan profesi IT, sehingga peluang karir pada bidang ini akan terus berkembang” ia melanjutkan dengan data yang menyebutkan bahwa profesi yang paling bersinar pada tahun 2022 adalah profesi yang membutuhkan kemampuan bidang IT yakni 7 dari 10 profesi (Kasih, 2020)

2. Terdapat dua kelas klasifikasi sentiment yaitu sentimen positif dan sentimen negatif.

1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan komentar dari setiap kelas pada situs Skill Academy by Ruang Guru dan kelas berbahasa Indonesia pada UdeMy, yang menjadi objek pada penelitian ini. Mengingat situs ini menjadi situs kursus online yang paling banyak digunakan di Indonesia saat ini, terutama ketika pandemic covid-19.

1.7.2 Waktu dan Periode

Observasi dan pengumpulan komentar pengguna dilakukan selama satu bulan dimulai pada tanggal 16 November hingga 31 Desember 2020 mulai pukul 00.00 hingga 23.59 WIB

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai penelitian yang akan dilakukan, berikut adalah sistematika penulisan tugas akhir penelitian ini

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini dijelaskan gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir dengan judul “ANALISA KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN METODE ANALISIS SETIMEN DAN TOPIC MODELING PADA PLATFORM

ONLINE COURSE DI INDONESIA. (STUDI KASUS : SKILL ACADEMY BY RUANG GURU DAN UDEMY).”

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan berisi mengenai teori yang berhubungan dengan *online course*, *user generated content (UGC)*, *sentiment analysis*, dan *topic modeling*.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dijelaskan hasil dari analisa data yang telah didapat menggunakan metode yang telah ditetapkan yaitu *sentiment analysis*, dan *topic modeling*.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini akan dijelaskan hasil kesimpulan dari analisa data yang ada, dan juga saran yang diberikan untuk objek penelitian dan juga peneliti selanjutnya.