

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 GoJek

Gojek adalah perusahaan teknologi multinasional Indonesia yang berkantor pusat di Jakarta. Gojek dimulai hanya sebagai layanan ojek *online*. Namun, Gojek telah berkembang menjadi platform digital terbesar di Asia Tenggara, menyediakan berbagai layanan seperti transportasi, pengiriman makanan, belanja *online*, dan layanan keuangan.



Gambar 1.1 Logo GoJek

Sumber: (gojek.com, 2023)

Gojek telah mencapai tonggak sejarah yang luar biasa sebagai platform digital terbesar di Asia Tenggara. Gojek dan perusahaan mitranya, Tokopedia, bergabung membentuk GoTo Group pada tahun 2020. Setelah merger, GoTo Group menjadi salah satu *unicorn* terbesar di Asia Tenggara (perusahaan teknologi bernilai lebih dari USD 1 miliar). Selain itu, perusahaan telah menerima berbagai penghargaan dari berbagai lembaga dan media. Misalnya, pada tahun 2020, Forbes mengakui Gojek sebagai salah satu dari 100 merek paling bernilai di dunia.

*Traveler* melihat pesatnya pertumbuhan layanan transportasi *online* seperti Gojek sebagai kemudahan. PT. Gojek Indonesia telah berkembang pesat, menarik investasi dari perusahaan internasional seperti Google, investor Singapura, platform *online* Meituan- Dianping China, Tencent Holdings Ltd (salah satu raksasa media sosial China), dan lainnya.

Investasi ini menunjukkan bahwa Gojek memiliki peluang bagus untuk mempertahankan posisinya sebagai layanan transportasi *online* terdepan. Gojek menawarkan layanan transportasi dan gaya hidup yang terus berkembang, seperti *Go-ride*. *Go-ride* merupakan layanan ojek yang menggunakan standar protokol pelayanan dan dapat dipesan secara *online* atau melalui smartphone(gojek.com, 2023).

Visi:

Memperbaiki struktur transportasi di Indonesia, memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam menjalankan tugas sehari-hari seperti pengiriman dokumen dan belanja sehari-hari melalui jasa kurir, sekaligus memajukan kesejahteraan pengemudi ojek di Jakarta dan Indonesia di masa mendatang.

Misi:

- Menjadikan PT Gojek Indonesia sebagai layanan transportasi tercepat dalam melayani kebutuhan masyarakat Indonesia.
- Menjadikan PT Gojek Indonesia sebagai tolok ukur kepatuhan dan tata kelola yang baik dalam struktur transportasi, memanfaatkan kemajuan teknologi.
- Meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat.
- Memberikan pelayanan prima dan solusi bernilai tambah kepada pelanggan.

### **1.1.2 Grab**

Anthony Tan dan Hooi Ling Tan, keduanya berkebangsaan Malaysia, mendirikan Grab. Mereka menyadari dampak negatif dari sistem transportasi yang tidak efisien saat itu dan memunculkan ide untuk mengembangkan aplikasi pemesanan transportasi, khusus untuk taksi(grab.com/id/, 2023). Pada tahun 2011,

aplikasi tersebut menjadi finalis dalam Kontes Rencana Bisnis Harvard *Business School*. Grab telah mengalami pertumbuhan pesat tidak hanya di Singapura tetapi juga di seluruh Asia Tenggara sejak awal. Grab berhasil mengungguli pesaing utamanya di kawasan Asia Tenggara, Uber, dan memperoleh dominasi pasar yang signifikan dalam waktu yang relatif singkat (techcrunch.com, 2021).



Gambar 1.2 Logo Grab

*Sumber:* (grab.com/id/, 2023)

Layanan yang ditawarkan oleh Grab ditujukan untuk memberikan alternatif moda transportasi yang mengutamakan kecepatan, keamanan, dan kehandalan baik bagi pengemudi maupun penumpang. Di Indonesia, Grab pertama kali diperkenalkan. Grab pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada Juni 2012 sebagai aplikasi pemesanan taksi dan sejak saat itu telah berkembang dengan menawarkan berbagai pilihan transportasi seperti mobil dan ojek.

Visi:

Menjadi yang terdepan di Asia Tenggara” dengan memecahkan permasalahan transportasi yang ada serta memberikan kemudahan mobilitas pada 620 juta orang di Asia Tenggara setiap harinya.

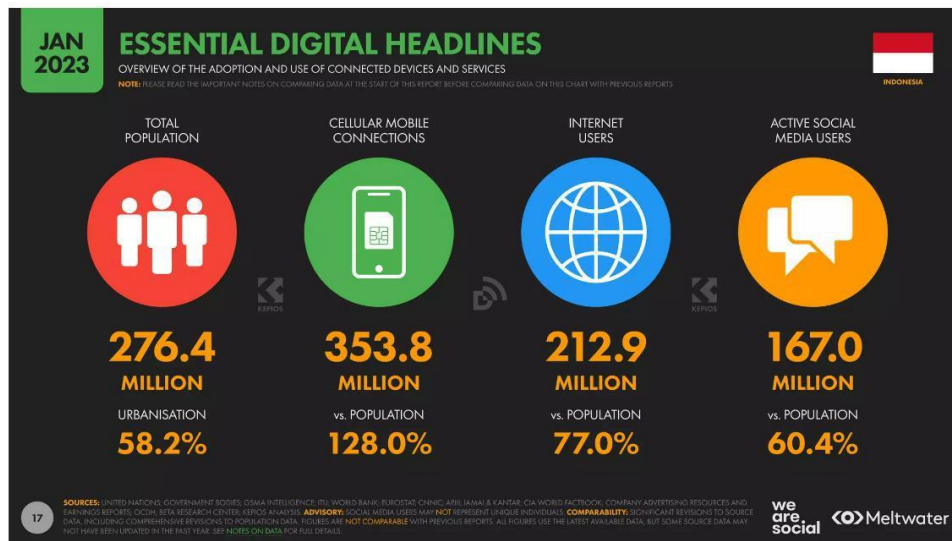
Misi:

1. Membuat platform transportasi yang paling aman.
2. Membuat semua orang dapat mengakses pelayanan transportasi yang baik.
3. Meningkatkan taraf hidup mitra Grab.

## **1.2 Latar Belakang**

Pandemi Covid-19 telah mengubah hubungan interaksi masyarakat dunia untuk menjadi lebih adaptif menggunakan teknologi (kominfo.go.id, 2021). Riset

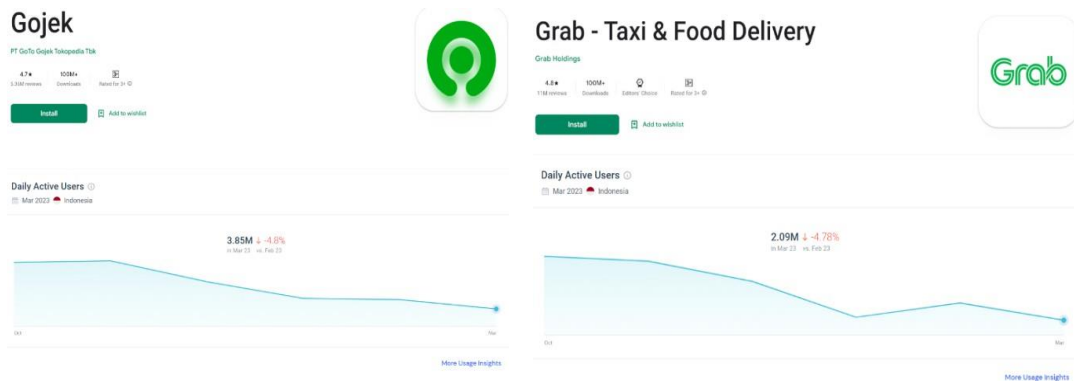
We Are Social menunjukkan bahwa semakin banyaknya jumlah pengguna internet berbasis *smartphone* di Indonesia pada 2023 mencapai 212 juta atau sekitar 77% dari penduduk Indonesia.



Gambar 1.3 Report Digital Indonesia

Sumber: (wearesocial.com, 2023)

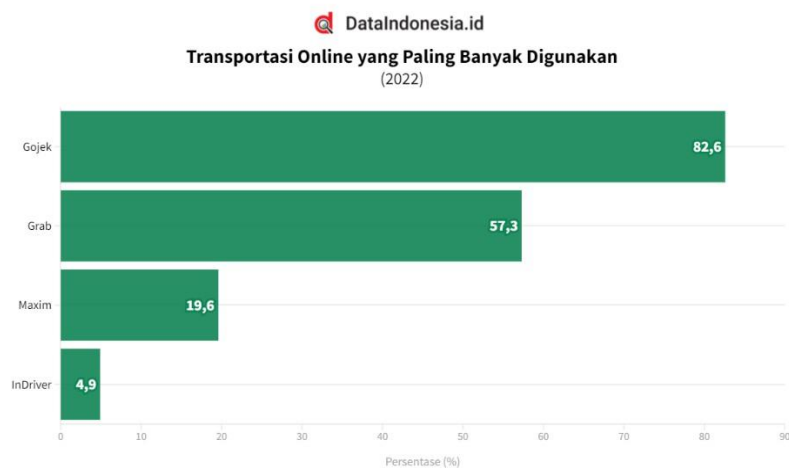
Hal tersebut memberikan kesempatan bagi start-up untuk mengembangkan inovasi baru dalam bersaing menciptakan aplikasi. Salah satu sektor yang mengalami persaingan inovasi adalah sektor transportasi. Selain itu perilaku konsumen yang berubah menjadi semakin digitalisasi juga menjadi salah satu faktor penting dalam mempengaruhi popularitas transportasi *online*. Dalam era digitalisasi, kebutuhan akan kemudahan dan efisiensi semakin tinggi. Konsumen cenderung memilih layanan yang cepat, mudah, dan praktis. Transportasi *online* menawarkan kemudahan dan efisiensi bagi penggunanya. Pengguna hanya perlu melakukan beberapa klik pada aplikasi untuk memesan transportasi dan melakukan pembayaran secara *online*. Dengan demikian, transportasi *online* semakin diminati oleh masyarakat yang ingin memperoleh pengalaman yang mudah dan praktis dalam melakukan perjalanan.



Gambar 1.4 GoJek & Grab Google Play Store

Sumber: (play.google.com, 2023)

Gojek merupakan sebuah aplikasi layanan ojek *online* berbasis *smartphone*, telah diunduh lebih dari 170 juta kali dengan lebih dari 2 juta mitra pengemudi dan menduduki posisi pertama sebagai *top free apps* pada kategori *travel & local* di Google Play Store. Kemudian pada posisi kedua terdapat Grab dengan jumlah diunduh lebih dari 187 juta dengan lebih dari 2.8 juta mitra pengemudi.



Gambar 1.5 Pengguna Transportasi Online Indonesia

Sumber: (dataindonesia.id, 2022)

Menurut survei Komunitas Konsumen Indonesia, sebanyak 36% masyarakat lebih banyak menggunakan aplikasi Gojek daripada Grab yang hanya memiliki persentase sebesar 32%. Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang menghasilkan kepercayaan dalam perusahaan yang menawarkan produk atau

layanan. Kepuasan yang tinggi dari pelanggan terhadap suatu perusahaan atau produk akan dapat memberikan rasa senang dari pelanggan dalam menggunakan produk dari perusahaan tersebut (Kotler & Keller, 2016). Ketika pelanggan telah merasa puas maka akan terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan, hal ini akan sangat menguntungkan bagi pihak perusahaan. Hal tersebut juga diperkuat data dari Google Play Store per tanggal 23 maret 2023 menunjukkan bahwa pengguna aktif harian Gojek sebesar 3.85 juta lebih unggul daripada Grab yang hanya sebesar 2.09 juta pengguna aktif harian.



Measurable AI: 2021 -2022 Ride-hailing Marketshare Indonesian: Gojek app versus Grab app (Updated in 2022 August)

Gambar 1.6 Indonesia *Ride-hailing market share by Sales*

*Sumber:* (measurable.ai, 2023)

Berdasarkan data grafik measurable.ai yang diambil dari laporan menunjukkan bahwa Grab mampu menguasai *market share* hingga 61% dibandingkan dengan Gojek (measurable.ai, 2023). Untuk menjaga posisinya sebagai pemimpin di sektor transportasi, Grab harus memperhatikan kepuasan pelanggan serta bersaing dengan baik di pasar.

Kepuasan pelanggan dapat diidentifikasi melalui ulasan dari pelanggan yang telah menggunakan produk atau layanan jasa yang diberikan oleh perusahaan. (Kotler & Keller, 2016) menjelaskan bahwa *user review* dapat menjadi referensi mengenai *user experience* yang pelanggan rasakan selama

menggunakan produk. Di era teknologi ini banyak ulasan yang diberikan salah satunya adalah menggunakan ulasan aplikasi pada Google Play Store.

Penelitian sebelumnya, bertujuan untuk menganalisis persepsi konsumen Gojek yang berjudul “Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Gojek Menggunakan Sentiment Analysis Dan Topic Modeling Berdasarkan Deep Learning Indobert”(Mahfudiyah & Alamsyah, 2022). Model yang digunakan yaitu IndoBERT dalam analisis sentimen dan analisis topic modeling menggunakan BERTopic. Hasil penelitian menunjukkan akurasi 96% pada analisis sentimen menggunakan IndoBERT. Proporsi sentimen didominasi oleh sentimen negatif sebesar 56% dan dimensi *mobile customer service* dan *billing* menjadi topik tertinggi dalam sentimen negatif. Sehingga hasil analisis dalam penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada perusahaan untuk mengetahui persepsi konsumen dan dimensi kualitas layanan yang perlu diperbaiki dan dikembangkan oleh perusahaan.

Kemudian, Adapun peneliti sebelumnya, ingin mengetahui sejauh mana analisis review mengenai resesi ekonomi dengan metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan analisis sentimen menggunakan model Naïve Bayes dan Topic Modeling (Maghriby & Irawan, 2023). Setelah dilakukan *preprocessing* dan pengujian model menggunakan metode Naive Bayes dan Support Vector Machine. Dapat dilihat bahwa nilai akurasi untuk menentukan analisis ulasan pengguna ojek online yaitu Gojek dan Grab, dapat dibuktikan dengan nilai akurasi dan nilai AUC masing- masing untuk aplikasi Gojek menggunakan algoritma SVM 81,09% dan nilai AUC = 0,922, sedangkan untuk aplikasi Grab menggunakan algoritma SVM berdasarkan teknik *smote* nilai akurasi = 73,20% dan nilai AUC = 0,848. Dalam penelitian dapat diketahui tingkat akurasi yang didapatkan oleh aplikasi Gojek dan Grab menggunakan algoritma *Naive Bayes* dan *Support Vector Machine* berdasarkan teknik *smote*, nilai akurasi tertinggi adalah algoritma *support vector machine* dibandingkan dengan algoritma Naive Bayes. Pada penelitian (Hermanto dkk., 2020) menggunakan SVM dengan data lain menghasilkan sebuah akurasi 69,18%. Untuk itu, penerapan Support Vector Machine berbasis pada teknik pukulan pada

penelitian ini memiliki akurasi yang lebih tinggi sehingga dapat digunakan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan analisis sentimen pada review komentar pengguna aplikasi ojek *online*.

Berdasarkan data *market share by sales* oleh measurable.ai dan jumlah download pada aplikasi Grab di Google Play Store menunjukkan bahwa pengguna aplikasi Grab di Indonesia lebih banyak dari pada GoJek. Akan tetapi pengguna aktif harian Gojek lebih unggul sebesar 3.85 juta daripada Grab yang hanya sebesar 2.09 juta pengguna aktif harian. penting untuk dilakukan penelitian terhadap kedua aplikasi tersebut. Menurut (Rahmawati et al., 2022) , IndoBERT dengan nilai akurasi 90% menemukan bahwa IndoBERT memiliki kinerja terbaik dalam mendeteksi aspek kontekstual terkait pola yang lebih kompleks dibandingkan dengan Support Vector Machine, and Naïve Bayes. Penelitian akan dilakukan dengan menggunakan *IndoBert* pada analisis sentimen. Topic modeling akan dilakukan dengan menggunakan *BerTopic* untuk mengambil informasi dari hasil analisis sentiment sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Supriyadi & Sibaroni, 2023)

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian akan dilakukan lebih lanjut dengan judul “Analisis Sentimen Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Online Pada Ulasan Google Playstore Menggunakan Model Indobert Dan Topic Modeling (Studi Kasus: Gojek Dan Grab)”

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan data fenomena yang terlihat (Gambar 1.6), Grab memiliki pangsa pasar yang lebih besar, mencapai 61%, dan jumlah unduhan lebih dari 187 juta, dibandingkan dengan Gojek yang hanya 170 juta. Namun, jika dilihat dari jumlah pengguna aktif pada aplikasi, Gojek lebih unggul dibandingkan dengan Grab. Adanya perbedaan antara pangsa pasar dan tingkat pengguna aktif ini menimbulkan kepentingan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan sentimen dan faktor yang mempengaruhi kepuasan. Ulasan atau umpan balik sangat penting bagi bisnis dan juga pemerintah karena mereka dapat memperoleh informasi berharga mengenai wawasan terhadap produk dan layanan (Irawan et al., 2019) .Sentimen konsumen yang diungkapkan publik dapat



digunakan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan pelayanan yang dapat memenuhi permintaan konsumen. Data diambil dari ulasan Google Play Store karena merupakan tempat penyampaian opini terkait layanan aplikasi.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Isa dkk., 2022) IndoBERT digunakan untuk menganalisis *click bait* pada portal berita, dan hasil penelitian tersebut menunjukkan akurasi sebesar 89%. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Bahri & Suadaa, 2023) juga membuktikan bahwa model IndoBERT memiliki akurasi tertinggi dibandingkan dengan mBERT dan BERT.

Berdasarkan uraian latar belakang dan perumusan masalah, maka yang menjadi ruang lingkup permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana sentimen pengguna (positif atau negatif) pada ulasan aplikasi Gojek dan Grab di Google Play Store?
2. Apa saja topik yang dibicarakan oleh pengguna dalam ulasan aplikasi di Google Play Store mengenai Gojek dan Grab menggunakan BERTopic?
3. Bagaimana kepuasan pengguna dilihat dari hasil analisis sentimen terhadap topik yang dibicarakan pada Gojek dan Grab.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah di rumuskan diatas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Menganalisis sentimen pengguna terhadap ulasan aplikasi transportasi online Gojek dan Grab di Google Play Store.
2. Menganalisis dimensi perbaikan yang perlu dilakukan oleh Gojek dari hasil sentimen dan *topic modeling*.
3. Mengetahui topik apa yang dibahas pada ulasan aplikasi transportasi online Gojek dan Grab di Google Play Store.

#### **1.5 Manfaat penelitian**

Penelitian ini memiliki manfaat, yaitu sebagai berikut: Aspek akademis:

1. Pengembangan teori tentang analisis sentimen dan kepuasan konsumen
2. Penambahan wawasan terkait pengaplikasian ilmu pengetahuan yang telah diperoleh secara teori oleh mahasiswa

3. Sebagai bahan rujukan untuk penulisan dan pengembangan dalam penelitian selanjutnya yang serupa

Pada aspek praktis:

1. Memberikan informasi bagi perusahaan maupun peneliti mengenai konsumen pengguna melalui sentimen konsumen terhadap Gojek dan Grab di Google Play Store.

2. Sebagai masukan dan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengembangkan layanannya yang didasarkan pada sentimen ulasan aplikasi transportasi *online* di Google Play Store.

3. Sebagai masukan dan pertimbangan masyarakat dalam memutuskan memilih aplikasi transportasi *online* di Google Play Store.

### **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Berisi tentang sistematika dan penjelasan singkat laporan penelitian dari Bab I sampai Bab V dalam laporan penelitian.

#### **a) BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi yang dapat menggambarkan kondisi objek penelitian yang dipilih, fenomena yang dijadikan sebagai suatu yang harus diselesaikan beserta tujuan serta manfaatnya, serta tata cara dan rangkuman isi dari penelitian ini.

#### **b) BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab dua ini berisi beberapa teori dan penelitian terdahulu yang menjadi acuan kami untuk berargumen yang dijelaskan dari pembahasan yang umum terlebih dahulu hingga pada yang lebih khusus.

#### **c) BAB III METODE PENELITIAN**

Kami menjelaskan tentang beberapa cara dan bagaimana kami memilih metode dan cara mengumpulkan data serta beberapa uji yang berguna bagi penelitian.

#### **d) BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi uraian dari beberapa uji yang di kemukakan pada Metode Penelitian untuk memberikan hasil dan jawaban atas tujuan yang ingin diselesaikan melalui penelitian ini.

**e) BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisi kesimpulan yang menjadi jawaban dari pertanyaan penelitian, dan diiringi dengan memberikan masukan untuk kemanfaatan.