

ABSTRAK

ANALISIS SENTIMEN KEPUASAN PELANGGAN JNT EXPRESS, JNE DAN SICEPAT PADA TWITTER MENGUNAKAN METODE MULTINOMIAL NAÏVE BAYES

Oleh

Zahra Fikri Ayu Nirwana

20103147

Perusahaan dibidang jasa pengiriman barang saat ini sangat berkembang pesat. Banyaknya transaksi jual beli *online* melalui *e-commerce* maupun kebutuhan pengiriman barang pribadi menyebabkan peningkatan jumlah orang yang menggunakan layanan pengiriman barang. Perusahaan jasa pengiriman barang yang menjadi favorit di kalangan masyarakat Indonesia adalah JNT Express, JNE dan Sicepat. Saat ini, perusahaan tersebut telah aktif menggunakan berbagai media komunikasi, termasuk Twitter untuk berinteraksi dengan pelanggan mereka. Pendapat pelanggan mengenai layanan pengiriman barang seringkali muncul di Twitter dan terkadang menjadi isu utama yang mencuri perhatian hingga menjadi *headline* dan menjadi perbincangan hangat di kalangan Masyarakat. Analisis sentimen pelanggan melalui komentar di Twitter adalah hal yang sangat penting bagi JNT Express, JNE, dan Sicepat. Metode Multinomial Naïve Bayes digunakan untuk mendalami pandangan pelanggan terhadap layanan pengiriman mereka. Dengan memanfaatkan analisis ini, ketiga perusahaan dapat mengidentifikasi tren dan preferensi pelanggan secara lebih mendalam, merespons masalah yang muncul dengan lebih cepat dan efektif, serta memperbaiki kualitas layanan mereka berdasarkan pendapat atau komentar yang diterima. Hal ini tidak hanya membantu mempertahankan reputasi mereka sebagai penyedia layanan pengiriman yang terpercaya, tetapi juga meningkatkan kepuasan pelanggan dalam lingkungan pasar yang kompetitif saat ini. Sebanyak 1069 data komentar diperoleh dari hasil pengambilan data menggunakan *Google Colaboratory* dengan bantuan *tweet-harvest* dalam rentang waktu 1 Januari 2023 hingga 31 Desember 2023. Proses klasifikasi sentimen dilakukan dengan memanfaatkan klasifikasi Naïve Bayes untuk mengidentifikasi apakah ulasan bersifat positif, negatif, atau netral. Hasil klasifikasi *dataset* dengan komposisi 75% dari data latih dan 25% dari data uji pada ekspedisi JNT Express diperoleh hasil akurasi 80%, JNE memperoleh hasil akurasi 75% dan Sicepat 67%. Untuk *dataset* dengan komposisi 80% dan 20%, JNT Express diperoleh hasil akurasi sebesar 77%, JNE sebesar 74% dan Sicepat sebesar 65%. Selain itu, ulasan pelanggan dari ketiga ekspedisi dominan positif pada perusahaan JNT Express yang mengakibatkan perusahaan tersebut lebih unggul dari perusahaan JNE dan Sicepat.

Kata kunci: Analisis Sentimen; Kepuasan Pelanggan; Twitter; Pengiriman; Metode Naïve Bayes.