BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dalam beberapa tahun terakhir telah mendorong berbagai organisasi dan perusahaan untuk melakukan transformasi digital dalam penyediaan layanan kepada pengguna. Salah satu bentuk transformasi digital yang banyak diterapkan adalah penggunaan aplikasi *mobile* sebagai media penyampaian layanan[1]. Penggunaan aplikasi *mobile* dinilai mampu mendukung interaksi yang lebih personal dan responsif antara perusahaan dan pengguna. Selain itu, aplikasi *mobile* juga memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai layanan secara lebih cepat, fleksibel, dan efisien melalui perangkat *smartphone*[2]. Penerapan teknologi tersebut kini telah diadopsi oleh berbagai sektor industri, termasuk sektor otomotif, untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

Dalam sektor otomotif, transformasi digital juga mulai diterapkan untuk meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan. Perusahaan otomotif tidak hanya berfokus pada penjualan produk, tetapi juga pada penyediaan layanan purna jual yang dapat diakses secara digital melalui aplikasi *mobile*[3]. Sebagai salah satu implementasi transformasi digital tersebut, Honda mengembangkan aplikasi Brompit sebagai aplikasi layanan purna jual yang digunakan oleh pelanggan Honda di wilayah Jawa Timur. Aplikasi ini telah digunakan oleh banyak pengguna, yang ditunjukkan dengan rating 4,7 di Google Play Store serta lebih dari satu juta unduhan[4]. Aplikasi ini dirancang untuk memudahkan pengguna sepeda motor Honda mengakses berbagai layanan, seperti *booking* servis, riwayat perawatan kendaraan, informasi terkait produk Honda, serta fitur layanan lainnya[5].

Tingginya pemanfaatan aplikasi Brompit menunjukkan bahwa aplikasi ini memiliki peran penting dalam mendukung layanan purna jual Honda. Berdasarkan data perusahaan, jumlah transaksi *booking* servis melalui aplikasi Brompit pada tahun 2025 mencapai sekitar 2,8 juta transaksi. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pihak manajemen, rata-rata transaksi servis Honda di wilayah Jawa Timur mencapai sekitar 500.000 transaksi per bulan, sehingga diperkirakan terdapat sekitar 6

juta transaksi servis setiap tahun. Berdasarkan perbandingan kedua informasi tersebut, transaksi booking melalui Brompit diperkirakan telah mencakup hampir separuh dari total transaksi servis tahunan. Oleh karena itu, setiap kendala pada aplikasi berpotensi memengaruhi pengalaman layanan pada jutaan transaksi setiap tahunnya sehingga kualitas aplikasi perlu terus dievaluasi.

Sebagai aplikasi yang menangani jutaan transaksi booking servis setiap tahunnya, pengalaman pengguna terhadap Brompit menjadi penting untuk dievaluasi[6]. Pengalaman tersebut dapat tercermin melalui ulasan pada Google Play Store yang menggambarkan persepsi pengguna selama menggunakan aplikasi[7]. Meskipun aplikasi Brompit dirancang untuk memberikan kemudahan layanan bagi pengguna sepeda motor Honda, ulasan pada Google Play Store menunjukkan bahwa pengalaman pengguna terhadap aplikasi ini masih beragam. Sebagian pengguna memberikan ulasan positif terkait kemudahan aplikasi dan manfaat dari layanan yang diberikan, namun sebagian lainnya menyampaikan berbagai keluhan yang dirasakan selama menggunakan aplikasi.

Beberapa keluhan yang disampaikan pengguna berkaitan dengan gangguan teknis pada aplikasi, seperti proses *loading* yang lama, performa aplikasi yang terasa berat, serta aplikasi yang sering mengalami lag setelah pembaruan sistem. Selain itu, terdapat juga keluhan terkait fitur pemesanan servis, seperti kesalahan sistem yang menyebabkan layanan servis yang tercatat tidak sesuai dengan yang diajukan serta ketidaksesuaian antara jadwal servis pada aplikasi dengan kondisi di bengkel. Berbagai ulasan tersebut menunjukkan bahwa pengguna masih menghadapi berbagai kendala, baik dari sisi performa sistem maupun kesesuaian layanan yang diterima. Kondisi ini menunjukkan perlunya pemahaman lebih mendalam terhadap pengalaman pengguna aplikasi Brompit.

Selain sebagai media penyedia layanan digital, Brompit juga berperan dalam mendukung proses layanan purna jual yang disediakan Honda. Oleh karena itu, gangguan pada fitur utama aplikasi, seperti *booking* servis, riwayat perawatan kendaraan, maupun informasi layanan, dapat menghambat pengguna dalam mengakses layanan digital perusahaan serta berpotensi menurunkan kepuasan dan kepercayaan pengguna. Dalam jangka panjang, kondisi tersebut dapat memengaruhi loyalitas

pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian Anugrah dkk.[8] yang menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Sebagai aplikasi yang mendukung jutaan transaksi layanan purna jual setiap tahunnya, Brompit perlu dievaluasi secara berkelanjutan agar pengembang dapat mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu dipertahankan maupun ditingkatkan. Salah satu sumber informasi yang dapat dimanfaatkan dalam proses evaluasi tersebut adalah ulasan pengguna pada Google Play Store. Ulasan tersebut tidak hanya menunjukkan kecenderungan kepuasan atau ketidakpuasan pengguna, tetapi juga memuat informasi mengenai aspek-aspek yang menjadi perhatian pengguna. Namun, informasi tersebut belum dapat dimanfaatkan secara optimal apabila analisis hanya berfokus pada klasifikasi sentimen. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang mampu mengidentifikasi kecenderungan sentimen sekaligus aspek-aspek yang mendasari sentimen tersebut sebagai dasar evaluasi dan penentuan prioritas pengembangan aplikasi.

Penelitian sebelumnya telah melakukan analisis sentimen terhadap ulasan pengguna aplikasi Brompit menggunakan metode seperti *Naive Bayes* dan *Support Vector Machine* (SVM)[5][9]. Hasil penelitian tersebut mampu menunjukkan distribusi sentimen dan performa model klasifikasi, namun umumnya masih berfokus pada klasifikasi sentimen tanpa mengidentifikasi aspek-aspek yang dibahas pengguna. Keterbatasan tersebut juga dikemukakan oleh Apriyanto dkk[10], yang menyatakan bahwa analisis sentimen global belum mampu menunjukkan secara spesifik komponen yang disukai maupun dikritik oleh pengguna, sehingga kurang mendukung proses evaluasi dan penentuan prioritas pengembangan aplikasi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, tingginya pemanfaatan aplikasi Brompit sebagai media booking servis menunjukkan pentingnya kualitas aplikasi dalam mendukung layanan purna jual Honda. Ulasan pengguna pada Google Play Store merupakan salah satu sumber informasi yang dapat dimanfaatkan untuk mengevaluasi pengalaman pengguna terhadap aplikasi. Meskipun penelitian sebelumnya telah mampu menunjukkan distribusi sentimen pengguna melalui analisis sentimen, namun belum memberikan gambaran mengenai aspek-aspek yang menjadi fokus pembahasan pengguna dalam ulasan positif maupun negatif. Akibatnya, hasil analisis belum mampu

memberikan informasi yang lebih mendalam mengenai hal-hal yang menjadi perhatian pengguna sebagai dasar evaluasi untuk mendukung penentuan prioritas pengembangan aplikasi Brompit.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, pertanyaan penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kecenderungan sentimen pengguna terhadap aplikasi Brompit?
2. Aspek-aspek apa saja yang mendasari sentimen pada ulasan positif dan negatif pengguna aplikasi Brompit?

1.4. Batasan Masalah

Batasan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data ulasan yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari ulasan pengguna aplikasi Brompit pada platform Google Play Store dengan rentang waktu 1 Januari 2024 sampai 30 April 2026.
2. Penelitian hanya menganalisis ulasan yang diklasifikasikan ke dalam dua kategori sentimen, yaitu positif dan negatif. Ulasan yang memiliki sentimen netral tidak disertakan dalam proses analisis.
3. Proses pelabelan sentimen dilakukan berdasarkan isi teks ulasan, tanpa mempertimbangkan *rating* maupun emoji/emotikon yang diberikan pengguna.
4. Penelitian menggunakan pendekatan single-label sentiment classification, sehingga setiap ulasan hanya diklasifikasikan ke dalam satu kelas sentimen, yaitu positif atau negatif. Ulasan yang mengandung sentimen positif dan negatif secara bersamaan tidak diklasifikasikan ke dalam lebih dari satu label sentimen.

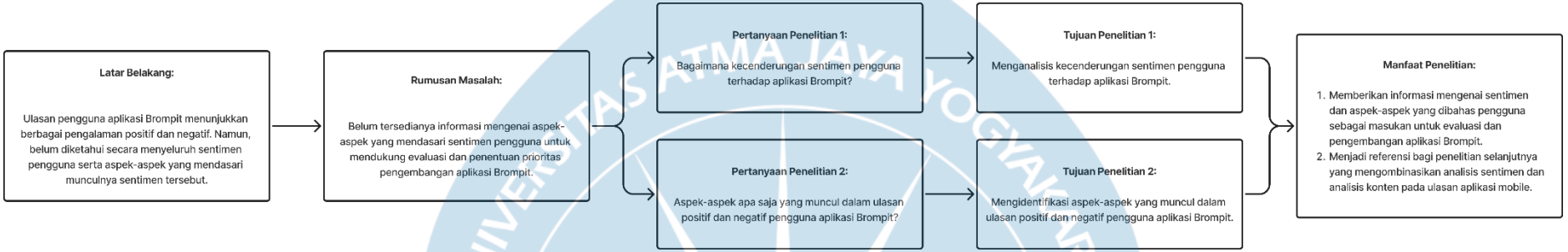
1.5. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis kecenderungan sentimen pengguna terhadap aplikasi Brompit.
2. Mengidentifikasi aspek-aspek yang mendasari sentimen pada ulasan positif dan negatif pengguna aplikasi Brompit.

1.6. Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai tanggapan pengguna terhadap aplikasi Brompit, baik berupa sentimen maupun aspek-aspek yang mendasari sentimen pada ulasan pengguna, sehingga dapat menjadi masukan bagi pengelola aplikasi dalam melakukan evaluasi dan pengembangan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas analisis ulasan pengguna aplikasi *mobile*, khususnya penelitian yang mengombinasikan analisis sentimen dengan analisis konten untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap tanggapan pengguna.

1.7. Bagan Keterkaitan



Gambar 1. 1 Bagan Keterkaitan