

ABSTRAK

Kemajuan teknologi di Indonesia telah berkembang pesat sehingga tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Kemajuan teknologi informasi turut memberikan dampak yang begitu besar dalam sektor bisnis terutama *e-commerce*. Peningkatan *e-commerce* memberikan peluang masyarakat dalam menggunakan jasa ekspedisi semakin bertambah. Shopee Xpress merupakan salah satu jasa ekspedisi yang terintegrasi langsung dengan Shopee untuk mengoptimalkan layanan dan mengurangi adanya kesalahan pada perusahaan logistik sebagai bagian penting dalam keberhasilan perusahaan. Namun, Shopee Xpress masih banyak dikeluhkan oleh pelanggan terkait keterlambatan pengiriman barang, paket tidak terlacak, kiriman rusak, paket hilang, dan pegawai yang tidak ramah dalam melayani pelanggan. Kualitas layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Shopee Xpress perlu memperhatikan kualitas layanan yang diberikan agar dapat mewujudkan kepuasan pelanggan yang merupakan target utama perusahaan sehingga dapat tumbuh dan berkembang untuk menghadapi persaingan yang ketat

Penelitian ini bertujuan untuk memahami opini konsumen terhadap layanan pengiriman barang Shopee Xpress di Twitter, mengidentifikasi sentimen positif dan negatif, serta mengetahui dimensi kualitas layanan yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan layanan pengiriman barang Shopee Xpress.

Metode penelitian campuran digunakan dalam penelitian ini. Data penelitian dikumpulkan pada media sosial Twitter menggunakan aplikasi SocialX dengan kata kunci “Shopee Express” selama 3 bulan dari tanggal 01 November 2022 sampai 30 Januari 2023. Data yang telah diperoleh selanjutnya diolah menggunakan algoritma *Naïve Bayes Classifier* dengan metode analisis sentimen berdasarkan dimensi kualitas layanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. *Word cloud* digunakan untuk menggambarkan kata-kata yang paling sering muncul di setiap dimensi kualitas layanan berdasarkan sentimennya.

Hasil penelitian menunjukkan model klasifikasi menghasilkan nilai akurasi sebesar 86.33%. Sentimen negatif mendominasi opini konsumen terkait Shopee Xpress dengan dimensi *reliability* yang paling banyak dibahas. Selanjutnya, berdasarkan visualisasi *word cloud*, terdapat beberapa hal yang sering dikeluhkan oleh konsumen pada setiap dimensi sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas layanan Shopee Xpress. Hasil penelitian terkait opini konsumen Shopee Xpress di media sosial Twitter dapat dimanfaatkan perusahaan sebagai bahan pertimbangan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan demi menjaga loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Jasa Ekspedisi, Kualitas Layanan, Analisis Sentimen, *Naïve Bayes Classifier*, *Word Cloud*