

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi semakin meningkat. Hal ini bisa dilihat dari berbagai aspek kehidupan yang serba digital dan semakin canggih, mulai dari layanan belanja yang semakin mudah dengan adanya sistem *e-commerce*, layanan financial teknologi, sosial media, dan masih banyak sistem yang mempermudah pekerjaan manusia. Perkembangan teknologi banyak membawa perubahan gaya hidup umat manusia mulai dari kalangan muda hingga tua. Kecanggihan internet sangat mempermudah pelaku bisnis dalam menawarkan barang ataupun jasa kepada konsumen, begitupun sebaliknya para konsumen bisa dengan mudah mencari barang yang sedang dibutuhkan (Muhammadin & Sobari, 2021).

Menurut Direktur Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika Ahmad M. Ramli menilai, hasil survei yang diselenggarakan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tentang penetrasi pengguna internet di Indonesia menjadi bagian penting untuk mewujudkan transformasi digital (Dirjen PPI: Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital) November 2020. Menurut Sekjen APJII, jika digabungkan dengan angka dari proyeksi Badan Pusat Statistik (BPS) maka populasi Indonesia tahun 2019 berjumlah 266.911.900 juta, sehingga pengguna internet Indonesia diperkirakan sebanyak 196,7 juta pengguna. Jumlah tersebut naik dari 171 juta di tahun 2019 dengan penetrasi 73,7 persen atau naik sekitar 8,9 persen atau sekitar 25,5 juta pengguna, Kalau di tahun lalu kita naik 21 juta dan tahun ini naik kita 25,5 juta (Hamza, 2022).

Perkembangan teknologi tidak hanya memberikan dampak positif namun juga memberikan dampak negatif pada setiap individu yang

mengakibatkan pembiayaan masyarakat semakin tinggi karena kebutuhan masyarakat semakin meningkat. Terutama pada perilaku konsumtif kalangan remaja yang mengikuti pola hidup masyarakat dari sosial media, berlomba-lomba mengikuti perkembangan yang terjadi di social media tanpa mempertimbangkan baik buruknya. Perilaku konsumtif sebagai gaya hidup baru dalam tatanan kehidupan sosial tidak lepas dari kemudahan yang diperoleh akibat pertumbuhan dunia online kita saat ini, hal tersebut menjadi dampak pada perekonomian Indonesia (Dewi, 2019). Selain kemudahan yang diberikan, diskon dan flash sale yang diberikan pada berbagai platform *e-commerce* pun menjadi salah satu pemicu perilaku konsumtif masyarakat. Sehingga hal tersebut pun dapat menjadi pemicu untuk menggunakan kredit online untuk memenuhi kebutuhannya.

Menurut (Maulana et al., 2020) Perubahan sosial yang mengubah perilaku masyarakat menjadi konsumtif ditandai dengan adanya kehidupan mewah. Barang yang sedang trend memberikan kepuasan dan kesenangan bagi orang yang memilikinya, meskipun barang tersebut bukanlah barang primer, yaitu barang yang merupakan kebutuhan pokok. Perilaku konsumtif ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan. Penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata (Ainy, 2020). Dalam penelitian (Wahyuni et al., 2019) menyebutkan bahwa ketika gaya hidup meningkat, maka perilaku konsumtif juga akan meningkat, artinya semakin mewah gaya hidup seseorang akan meningkatkan perilaku konsumtif, demikian juga sebaliknya, jika menurunnya gaya hidup seseorang maka menurun pula pola perilaku konsumtif seseorang. Sehingga banyak lembaga pembiayaan yang memanfaatkan keadaan ini untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terutama mahasiswa, baik pembiayaan dana ataupun barang modal. Di era digital ini sudah banyak lembaga yang menawarkan pinjaman online dan kredit online, hal ini sangat membantu untuk membiayai kebutuhan masyarakat yang membutuhkan dana secara cepat.

Selain kemudahan yang diberikan terdapat beberapa korban akibat pinjaman online, salah satunya yang pernah menimpa salah seorang nasabah pinjaman online di Bojonegoro. Dilansir dari <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/> Seorang karyawan baru berinisial HP (25) bekerja di sebuah bank perkreditan di Bojonegoro gantung diri di kantornya. Karyawan tersebut bunuh diri karena terlilit utang pinjol pada Selasa (24/8/2021). Masih banyak lagi kasus yang serupa, sehingga para pengguna pinjol dapat dengan cermat memilih aplikasi mana yang bagus dan diawasi pemerintah.

Banyak fitur kredit online yang menawarkan jasa kredit tanpa menggunakan kartu kredit, salah satu aplikasi yang menawarkan yaitu Aplikasi Kredivo, Akulaku, Indodana, Julo, Kredit Pintar, Tunaiku, Rupiah cepat, dan masih banyak lagi. Diambil salah satu contoh, Kredivo Paylater adalah aplikasi smartphone baik itu bagi pengguna IOS maupun Android yang memungkinkan pelanggan meminjam uang untuk pembelian dan membayarnya kembali selama 30 hari tanpa bunga atau dengan cicilan bulanan yang sama selama tiga, enam, atau dua belas bulan dengan bunga 2,6 persen per bulan. Dengan menggunakan aplikasi ini dapat melakukan pembayaran secara cicilan/kredit pada merchant e-commerce, dan untuk mengamankan pencairan batas kredit (Kredivo, 2020). Selama pandemi lebih dari 70% transaksi terjadi pada aplikasi Pinjaman Online. Pada dasarnya, Paylater adalah metode pembayaran seperti kartu kredit yang dapat digunakan dengan cara yang sama. Penggunaan layanan terbatas dan biaya harus dibayar sesuai waktu yang telah ditentukan. Saat menggunakan Paylater, pembayaran dapat dilakukan sekaligus atau membayar kemudian selama periode waktu tertentu dengan tambahan bunga (Prastiwi & Fitria, 2021).

Toko aplikasi merupakan suatu layanan dengan fasilitas digital marketplace klasik untuk Android ataupun IOS yang didalamnya mencakup sebuah toko atau media yang digunakan untuk memasarkan produk-produk seperti aplikasi, permainan, buku, musik/lagu dan sebagainya. Pada peneliti yang terdahulu analisis sentiment aplikasi hanya berfokus

pada review atau data ulasan sebuah aplikasi di toko aplikasi. Padahal di data ulasan itu sendiri terdapat rating bintang satu sampai dengan lima yang secara tidak langsung menunjukkan baik dan tidaknya suatu aplikasi. Selain itu data ulasan yang diberikan pengguna kurang relevan, berbeda dengan media sosial twitter yang mana tweet yang dibagikan merupakan sebuah pengalaman atau kendala yang dirasakan oleh pengguna aplikasi karena bersifat real live. Hal ini dapat dimanfaatkan untuk melihat tweet yang berisi ulasan atau review bahkan pengalaman dari pengguna aplikasi tertentu, salah satunya ialah aplikasi-aplikasi pinjaman online dari pengguna tersebut umumnya dapat digunakan sebagai suatu tolak ukur yang efektif dan efisien untuk menemukan informasi terhadap suatu produk.

Tweet review dari pengguna aplikasi pinjaman online umumnya berisi saran yang bersifat positif maupun keluhan yang bersifat negatif yang dituliskan dapat secara tidak langsung baik sedikit atau pun banyak, akan berpengaruh pada calon pelanggan. Untuk mensortir dan memantau ulasan tersebut bukan hal yang ringan karena jumlah ulasan yang dimuat dalam media sosial umumnya jumlahnya sangat banyak apabila diproses secara manual. Oleh karena itu dibutuhkan suatu metode yang dapat mensortir dan memantau ulasan tersebut secara cepat dan otomatis dalam mengkategorikan ulasan-ulasan tersebut baik yang positif maupun yang bersifat negative (Muhammadin & Sobari, 2021). Pada umumnya jumlah data ulasan pengguna aplikasi-aplikasi pinjaman online yang masuk ke media sosial twitter akan terus bertambah, hal ini menyebabkan sulitnya pihak perusahaan untuk memperoleh data informasi secara menyeluruh dari semua ulasan yang ada. Oleh sebab itu diperlukan suatu metode atau tehnik khusus untuk mengumpulkan data informasi dalam jumlah besar. Menurut (Fajri et al., 2022) metode yang cocok untuk mengumpulkan data informasi tersebut ialah dengan teknik scraping. Scraping merupakan suatu tehnik yang memberikan kesempatan untuk mengembangkan bentuk baru dalam pengumpulan data, analisis dan visualisasi.

Pada penelitian ini, pengumpulan data ulasan atau *review* yang diberikan oleh pengguna aplikasi-aplikasi pinjaman online dilakukan dengan teknik *scraping*. Kemudian pada proses analisisnya, penulis mencoba untuk melakukan klasifikasi teks ulasan pengguna guna mengidentifikasi mana ulasan yang berbentuk positif dan negatif. Setelah melakukan klasifikasi, penulis mencoba mengekstrak dan mengeksplorasi seluas-luasnya informasi apa yang ada pada ulasan-ulasan tersebut yang sekiranya dianggap penting untuk digunakan pada berbagai keperluan.

Dalam penelitian ini proses klasifikasi sentimen akan dilakukan dengan menggunakan metode *Naïve Bayes Classifier*. Kemudian untuk proses ekstraksi dan eksplorasi penulis menggunakan statistik deskriptif dan asosiasi antar terms (kata atau topik yang sering dibicarakan) yang saling berkaitan. Metode *Naïve Bayes Classifier* ini adalah metode klasifikasi biner yang memanfaatkan probabilitas statistika sederhana dengan menerapkan aturan Bayesian menggunakan asumsi independen yang kuat. Metode Bayesian merupakan metode analisis berdasar informasi sampel dan informasi prior. Gabungan dari informasi sampel dengan informasi prior tersebut dinamakan peluang posterior (Nurmayanti, 2021). Penerapan metode *Naïve Bayes Classifier* adalah dengan memanfaatkan data training untuk menguji data testing.

Peneliti akan melakukan penelitian sejalan dengan uraian di atas dengan judul penelitian “Implementasi *Naïve Bayes Classifier* Untuk Analisis Sentimen Aplikasi Pinjaman Online Pada Media Sosial Twitter”. Harapannya dengan penelitian ini mampu mengklasifikasikan teks dengan baik sehingga nantinya informasi yang ada di dalamnya dapat diekstraksi dengan baik serta penyajian informasi dari data yang diamati dapat memberikan informasi yang berguna bagi berbagai pihak yang membutuhkannya. Kemudian dapat menjadi pertimbangan keputusan bagi calon user aplikasi dalam memilih aplikasi pinjaman online mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hal di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana membangun system klasifikasi analisis sentiment aplikasi pinjaman online dengan implementasi *naïve bayes classifier* pada media sosial twitter?
2. Bagaimana hasil dari penerapan metode *Naïve Bayes Classifier* dalam mengklasifikasikan data ulasan pengguna aplikasi-aplikasi pinjaman online menjadi kelas positif dan negatif?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang ditentukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini menggunakan data tweet mengenai aplikasi pinjaman online Kredivo pada Media Sosial twitter yang diambil pada *upgrade* Desember 2022 – Januari 2023 sebanyak 500 data.
2. Tweet yang diambil adalah ulasan dengan menggunakan bahasa Indonesia.
3. Data tweet yang diambil merupakan hasil *scrapping* dengan bahasa pemrograman python bukan berdasarkan AI.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Membangun system analisis sentiment aplikasi pinjaman online dengan implementasi *naïve bayes classifier* pada media sosial twitter berbasis website.
2. Hasil dari penerapan metode *Naïve Bayes Classifier* dalam mengklasifikasikan data ulasan pengguna aplikasi-aplikasi pinjaman online menjadi kelas positif dan negatif.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui gambaran umum mengenai persepsi pengguna pinjaman online berdasarkan data ulasan pada media sosial twitter.
2. Dapat menjadi bahan pertimbangan keputusan bagi calon user aplikasi dalam memilih aplikasi pinjaman online mereka.
3. Pihak yang memiliki kepentingan dapat melihat informasi yang ada dalam kumpulan ulasan atau komentar yang sangat banyak, sehingga dapat fokus melakukan penanganan serta melakukan evaluasi.



UNUGIRI