

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam berkembangnya teknologi yang terus meningkat, teknologi mengubah banyak bidang dalam kehidupan sehari – hari, tidak hanya pendidikan, pariwisata, kesehatan, dan lain – lain. Begitu pula dengan bidang perekonomian yang juga mengalami perkembangan pesat. Seiring berkembangnya era digital ini, segala aktivitas perekonomian tidak bisa lepas dari bantuan teknologi. Apalagi sektor keuangan yang saat ini sudah mulai banyak terintegrasi dengan sistem elektronik.

Salah satu kemajuan teknologi dalam bidang keuangan saat ini ialah hadirnya aplikasi pinjaman online. Aplikasi pinjaman online merupakan layanan yang mempermudah individu untuk mendapatkan pinjaman secara cepat dan mudah melalui perangkat seluler atau komputer mereka tanpa harus mengunjungi lembaga keuangan tradisional secara langsung (Fauzi, A.A., M., Budi Harto, dkk 2023). Aplikasi ini semakin populer dikalangan masyarakat Indonesia beberapa tahun terakhir. Aplikasi pinjaman online telah menjadi sorotan bagi orang – orang yang membutuhkan dana secara cepat untuk keperluan pendidikan, kesehatan, dana darurat, dan kebutuhan sehari – hari lainnya. Namun, aplikasi pinjaman online juga memicu berbagai pertanyaan dan perdebatan mengenai pengaruhnya terhadap masyarakat. Sebagian pihak berpendapat bahwa aplikasi ini dapat menjadi solusi keuangan yang cepat dan mudah, terutama bagi individu yang memiliki keterbatasan akses ke lembaga keuangan konvensional (Sari, A. R., 2018). Akan tetapi, dengan adanya suku bunga yang tinggi, praktik pinjaman yang agresif, serta juga dampak psikologis dari hutang yang berlebihan membuat kekhawatiran dikalangan masyarakat.

Menurut data statistik LPBBTI Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sepanjang tahun 2023 dari bulan Januari sampai dengan Desember tercatat akumulasi jumlah transaksi penerima pinjaman sebanyak 10.452.791.714

akun pengguna aplikasi pinjaman online. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga melaporkan data aplikasi pinjaman online yang berijin OJK per 9 Oktober 2023 sebanyak 101 perusahaan.

Dengan banyaknya pengguna aplikasi pinjaman online tentunya banyak aplikasi pinjaman online baru yang bermunculan, hal ini membuat masyarakat bingung dan ragu dalam pemilihan aplikasi pinjaman online yang dapat diandalkan. Oleh karena itu dibutuhkan adanya ulasan yang dapat membantu menganalisis tingkat kepopuleran aplikasi pinjaman online di Indonesia berdasarkan opini pada media sosial yang diungkapkan dalam bentuk sentimen positif, netral dan negatif.

Dalam penelitian ini media sosial yang penulis gunakan yaitu *Twitter*, dikarenakan banyak orang yang menggunakan *Twitter* sebagai tempat penyampaian opini. *Twitter* adalah *platform* sosial yang memungkinkan pengguna mengirim pesan berisi 140 karakter yang dikenal *tweet* atau kicauan (Suryono et al., 2018). *Twitter* memungkinkan pengguna untuk berinteraksi satu sama lain yang memudahkan mereka dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan (Afshoh, 2017). Disisi lain, analisis sentimen dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja, pelayanan dan aspek lainnya. Fink (2011) menjelaskan bahwa jenis analisis sentimen yang sering dipakai dalam kalangan peneliti adalah analisis sentimen dalam bentuk dokumen atau kalimat (Fink et al., 2011).

Dalam menganalisis sentimen, terdapat beberapa metode *Naïve Bayes* yaitu, teknik *machine learning* yang dirancang untuk mengklasifikasikan data teks (Pratama et al., 2018). Klasifikasi diperuntukan dalam mengelompokkan kata – kata berdasarkan kategori dalam opini. *Naïve Bayes* adalah teknologi pemrosesan yang meningkatkan skalabilitas, akurasi, dan efisiensi dalam proses klasifikasi teks. Pada metode *Naïve Bayes* memiliki beberapa keunggulan dalam melakukan klasifikasi teks, diantaranya memiliki efektifitas untuk data tekstual, implemetasi dan penyetelan yang mudah, memiliki kesederhanaan dan kecepatan dalam komputasi yang berguna dalam dalam mengatasi data yang berjumlah besar.

Tabel 1.1 Tabel State of the Art

No.	Judul Penelitian	Penulis & Tahun	Objek Penelitian	Jumlah Data	Metode	Hasil Penelitian
1.	Analisis Tingkat Kepopuleran E-Commerce Di Indonesia Berdasarkan Sentimen Sosial Media Menggunakan Metode <i>Naïve Bayes</i>	Adika Sri Widagdo, Bambang Soedijono W. A, Asro Nasiri (2020)	Sentimen terhadap 4 aplikasi e-commerce (Bukalapak, Lazada, Tokopedia, Shopee) di Indonesia	2000 <i>tweet</i> (500 <i>tweet</i> per e-commerce)	<i>Naïve Bayes</i>	Persentase kepopuleran: Bukalapak 91.2%, Lazada 74.6%, Tokopedia 37.8%, Shopee 33.8%
2.	Analisis Sentimen Jasa Transportasi Online Pada Twitter Menggunakan Metode <i>Naïve Bayes Classifier</i>	Brata Mas Pintoko, Kemas Muslim L. (2018)	jasa transportasi online	2000 <i>tweet</i>	<i>Naïve Bayes</i>	Sentimen positif 88,60%, sentimen negatif 11,40%
3.	Analisis Sentimen Kinerja Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) Pada <i>Twitter</i> Menggunakan Metode <i>Naïve Bayes Classifier</i>	Dianati Duei Putri, Gigih Forda Nama, Wahyu Eko Sulistiono (2022)	kinerja DPR	1546 <i>tweet</i>	<i>Naïve Bayes</i>	75% sentimen positif, 79% sentimen netral, 82% sentimen negatif
4.	Analisis Sentimen Opini Publik Mengenai Covid-19 Pada <i>Twitter</i> Menggunakan Metode <i>Naïve Bayes</i> Dan KNN	Muhammad Syarifuddin (2020)	COVID-19	1098 <i>tweet</i>	<i>Naïve Bayes</i>	63.21% (<i>Naïve Bayes</i>) & 58.10% (KNN)

5.	Analisis Sentimen Pelanggan Toko Online JD.ID Menggunakan Metode <i>Naïve Bayes</i> Classifier Berbasis Konversi Ikon Emosi	Fransiskan Vina Sari, Arief Wibowo (2019)	JD.ID	900 <i>tweet</i>	<i>Naïve Bayes</i> dan konversi ikon emosi	<i>Naïve Bayes</i> tanpa konversi ikon emosi: 96.44%, dengan konversi ikon emosi: 98%
----	---	---	-------	------------------	--	---

Dari latar belakang di atas penelitian akan menganalisis tingkat kepopuleran aplikasi pinjaman online di Indonesia dengan menggunakan metode *Naïve Bayes* untuk menilai sentimen di media sosial *Twitter*.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara melakukan analisis sentimen aplikasi pinjaman online dengan menggunakan metode *Naïve Bayes*
2. Bagaimana opini masyarakat terhadap aplikasi pinjaman online di Indonesia.
3. Bagaimana hasil recall, precision, dan f1- Score dari analisis sentimen aplikasi pinjaman online menggunakan metode *Naïve Bayes*.

1.3 Batasan Masalah

1. Pada penelitian ini peneliti tidak melakukan perbandingan keakuratan algoritma *Naïve Bayes* dengan algoritma lainnya.
2. Data yang diambil hanya dari media sosial *Twitter*.
3. Output dalam penelitian ini berupa persentase opini masyarakat terhadap aplikasi pinjaman online berdasarkan nilai sentimen positif, netral dan negatif.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui cara melakukan analisis sentimen aplikasi pinjaman online dengan metode *Naïve Bayes*.

2. Untuk mengetahui opini publik mengenai aplikasi pinjaman online yang ada di Indonesia.
3. Untuk mengetahui tingkat kepopuleran aplikasi pinjaman online di Indonesia yang digunakan masyarakat berdasarkan sentimen sosial media *Twitter*.
4. Untuk mengetahui persentase dari masing – masing aplikasi pinjaman online
5. Untuk mengetahui cara perhitungan analisis sentimen menggunakan metode *Naïve Bayes* dengan cara perhitungan menggunakan *software* rapid miner, perhitungan manual, dan perhitungan menggunakan *website*.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa
 - a. Dapat mengetahui opini masyarakat terhadap aplikasi pinjaman online.
 - b. Dapat mengetahui manfaat opini masyarakat di media sosial *Twitter* guna menentukan suatu keputusan.
2. Bagi Program Studi Teknik Informatika Universitas Ngudi Waluyo
 - a. Dapat menambah referensi kepustakaan mengenai klasifikasi menggunakan metode *Naïve Bayes*.
 - b. Dapat mengukur sejauh mana kemampuan mahasiswa Teknik Informatika dalam menerapkan ilmu dan pengalaman yang diperoleh selama masa studi.
3. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat dijadikan sebagai referensi dan masukan bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian di masa depan.