

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet, mengalami pertumbuhan pesat secara global dan telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk pola konsumsi dan kebiasaan belanja masyarakat[1]. Kehadiran *platform e-commerce* memberikan kemudahan dalam aktivitas transaksi daring. Selain itu, perkembangan teknologi finansial (*fintech*) turut menghadirkan berbagai layanan keuangan yang adaptif terhadap kebutuhan serta preferensi konsumsi masyarakat. Salah satu inovasi unggulan dalam *fintech* adalah fitur *paylater*, yang memungkinkan pengguna melakukan pembelian produk atau layanan dengan sistem pembayaran cicilan tanpa harus menggunakan kartu kredit[2].

Perkembangan teknologi tersebut memberikan berbagai dampak diantaranya yaitu membuat seseorang menjadi konsumtif yang akan membentuk perilaku belanja *impulsif buying*[3]. Ditambah lagi dengan banyaknya *platform* untuk belanja secara *online* yang lebih disukai masyarakat karena begitu sederhana dengan harga yang lebih terjangkau. Banyak kemudahan yang didapat dari belanja *online* diantaranya adalah kemudahan transaksi yang bisa dilakukan dimana saja[4].

Sebagai salah satu hasil inovasi dalam bidang *fintech*, layanan *paylater* hadir sebagai alternatif dalam transaksi keuangan yang memberikan kemudahan serta fleksibilitas pembayaran bagi konsumen. Keberadaan fitur ini menimbulkan berbagai reaksi dan opini yang beragam dari masyarakat [5]. Salah satu sumber utama untuk mengumpulkan opini publik tersebut adalah media sosial X, mengingat platform ini sangat populer di kalangan pengguna internet Indonesia, khususnya sebagai sarana menyampaikan pendapat [6]. Berbagai tanggapan mengenai sistem *paylater* dapat dijumpai melalui penggunaan tagar seperti #shopeepaylater dan #gopaylater. Opini yang terkumpul tersebut selanjutnya dapat dikategorikan dan dianalisis menggunakan metode tertentu untuk mengelompokkan sentimen yang terkandung di dalamnya.

Untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan opini seseorang, teknik analisis sentimen menjadi pendekatan yang sering digunakan. Metode ini bekerja secara

otomatis dalam mendeteksi, mengekstrak, dan mengolah data berbasis teks guna menangkap emosi atau sikap yang terkandung dalam sebuah pernyataan [7]. Umumnya, hasil analisis ini dikelompokkan menjadi tiga kategori utama, yaitu sentimen positif, negatif, dan netral. Beragam algoritma klasifikasi dapat digunakan dalam proses ini, di antaranya *Support Vector Machine* (SVM), *Naïve Bayes Classifier*, dan *K-Nearest Neighbor* (K-NN). Dari ketiga metode tersebut, SVM dikenal sebagai algoritma yang unggul dalam bidang pemrosesan bahasa alami (NLP) karena kemampuannya menghasilkan tingkat akurasi yang tinggi. Temuan dari Pamungkas menunjukkan bahwa SVM mampu mencapai akurasi hingga 90,1%, mengungguli *Naïve Bayes* dengan 79,20%, dan K-NN yang hanya memperoleh 62,10% [8].

Berdasarkan pertimbangan tersebut, penelitian ini difokuskan pada penerapan analisis sentimen untuk memahami persepsi masyarakat terhadap layanan *paylater* yang ramai diperbincangkan di platform media sosial X. Untuk mengelompokkan data opini berdasarkan kategori sentimen, algoritma *Support Vector Machine* (SVM) dipilih sebagai metode utama, mengingat rekam jejaknya yang unggul dalam hal akurasi klasifikasi teks. Efektivitas SVM ini juga telah dibuktikan oleh berbagai studi sebelumnya yang menunjukkan kemampuannya dalam menangani data dengan dimensi tinggi secara optimal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang ada diatas, maka dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana mengimplementasikan metode *Support Vector Machine* (SVM) untuk analisis sentimen penggunaan sistem *paylater* pada media sosial X?
2. Bagaimana cara pengujian metode *Support Vector Machine* (SVM) untuk mengetahui tingkat akurasi dalam mengklasfikan sentimen positif, negatif dan netral terhadap penggunaan sistem *paylater* pada media sosial X?
3. Bagaimana hasil analisis sentimen yang diperoleh dari penggunaan metode *Support Vector Machine* (SVM) dalam klasifikasi sentimen terhadap penggunaan *paylater*?

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Membuat aplikasi dengan implementasi metode *Support Vector Machine* (SVM) untuk analisis sentimen penggunaan sistem *paylater* pada media sosial X.
2. Mengetahui tingkat akurasi metode *Support Vector Machine* (SVM) dalam mengklasifikasikan sentimen positif, negatif dan netral terhadap penggunaan sistem *paylater* pada media sosial X.
3. Menganalisis hasil klasifikasi sentimen yang diperoleh dari metode *Support Vector Machine* (SVM) guna memahami opini masyarakat mengenai penggunaan sistem *paylater* pada media sosial X.

1.4 Batasan Masalah

Batasan lingkup penelitian yang ditentukan untuk menghindari perluasan pembahasan sehingga tujuan dari penelitian ini tercapai. Dalam analisis sentimen ini hanya dibatasi pada:

1. Sumber data yang digunakan terbatas hanya pada media sosial X.
2. Data yang digunakan hanya data berbahasa Indonesia
3. Data *tweet* yang digunakan hanya data yang terkait dengan *pay later*
4. Klasifikasi sentimen dibagi menjadi tiga, yaitu positif, negatif dan netral.
5. Evaluasi performa model hanya dilakukan menggunakan metrik akurasi, presisi dan *recall*.
6. Penelitian ini dibatasi pada data yang menggunakan *hashtag* *#shopeepaylater*, *#gopaylater*, dan *#tiktokpaylater* sebagai sumber utama.
7. Penelitian ini menggunakan sebanyak 1.617 data yang diambil dari periode Januari 2021 hingga Mei 2025.

1.5 Manfaat

1. Dengan melakukan penelitian ini, peneliti dapat memahami lebih dalam mengenai implementasi metode *Support Vector Machine* (SVM) dalam melakukan analisis sentimen.
2. Dengan adanya hasil dari analisis sentiment berupa sentimen positif, negatif atau netral dapat memberikan informasi mengenai respon masyarakat mengenai penggunaan sistem *pay later*.
3. Menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan metode analisis sentiment lebih lanjut atau membandingkan efektivitas algoritma lain dalam klasifikasi opini masyarakat mengenai layanan keuangan digital.

1.6 Sistematika Penelitian

Agar mempermudah pemahaman pada pembahasan penulisan skripsi ini, maka sistematika penulisan diperoleh sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan berisikan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : Tinjauan Pustaka berisikan dasar – dasar teori mengenai permasalahan yang berhubungan dengan penelitian ini.

BAB III : Analisis dan Perancangan pada Sistem berisikan perancangan pada sistem yang menggunakan *flowchart* dan desain struktur menu pada sistem

BAB IV: Membahas hasil dari penelitian berupa hasil analisis sentimen yang dilakukan pada data *tweet* penggunaan sistem *paylater* di media sosial X dengan metodologi yang digunakan.

BAB V: Berisi mengenai kesimpulan yang telah diperoleh berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun serta memberikan saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya.