

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya waktu dan berkembangnya teknologi, dompet yang awalnya berbentuk fisik kini menjadi bentuk digital atau yang biasa disebut *e-wallet*. Dompet ini menyediakan keamanan untuk pada tiap transaksi yang dilakukan dan perlindungan privasi pada informasi pribadi penggunanya. Tanpa harus membawa dompet fisik, kita dapat dengan mudah membayar barang yang kita beli hanya dengan menggunakan sentuhan jari. Semakin mudahnya proses pembayaran ini hanya dengan menggunakan dompet digital yang sudah ada pada *smartphone* tanpa harus membawa dompet setiap kali ingin berbelanja.

Di Indonesia ada beberapa penyedia layanan dompet digital seperti, OVO, Gopay, Dana, Link Aja, Shopee pay dan lain lain. Menurut CNBC Indonesia, Berdasarkan data dari Bank Indonesia, sudah ada 38 *e-wallet* yang mendapatkan lisensi resmi (CNBC Indonesia, 2019). Pada tahun 2018, transaksi *e-wallet* di Indonesia mencapai angka US\$1,5 miliar dan diprediksikan akan meningkat menjadi US\$ 25 miliar pada tahun 2023. Salah satu dari penyedia layanan digital ini adalah XYZ. XYZ merupakan salah satu *platform* dompet digital di Indonesia yang dapat dengan mudah kita gunakan (XYZ). XYZ dapat digunakan untuk pembayaran belanja, pembayaran tagihan listrik, pembayaran BPJS dan metode pembayaran lainnya. Dengan adanya platform dompet digital ini, masyarakat dapat menjadi lebih produktif dan efisien dalam proses pembayaran.

Berdasarkan riset dari iPrice.co.id (Vivin Dean Devita, 2019) XYZ memiliki pengguna aktif bulanan yang relatif stabil sejak Q4 2018 hingga Q2 2019. XYZ berhasil naik satu peringkat di kuartal 2 2018 menggantikan ABC di posisi ketiga. Berbeda dengan jumlah download aplikasi, XYZ turun satu peringkat ke posisi 3 digantikan oleh CDE pada Q2 2019. XYZ pun mendapat berbagai masukan atau opini dari masyarakat yang berguna

untuk melihat bagaimana respon masyarakat terhadap perusahaan, opini – opini ini sangat penting untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan. Salah satu media sosial yang digunakan untuk penyaluran opini masyarakat yaitu Twitter. Country Industry Head Twitter Indonesia, Dwi Adriansah mengatakan rata-rata pengguna harian Twitter global di 2019 meningkat hingga 21% year-on-year. Tapi untuk Indonesia, peningkatan ini mencapai 3,5 kali di atas angka global tersebut (Virgina Maulita Putri, 2020). Menurut PT. Bakrie Telecom, memiliki 19,5 juta pengguna di Indonesia dari total 500 juta pengguna global (Kominfo.go.id). Opini maupun tanggapan tentang bagaimana pelayanan dari dompet digital XYZ sangatlah banyak dan beragam. Untuk meningkatkan pelayanan dan dapat tetap bertahan dan meningkatkan layanannya sebagai perusahaan pelayanan jasa dompet digital ternama di Indonesia diperlukan penelitian tentang opini masyarakat terhadap penyedia layanan XYZ.

Berdasarkan uraian diatas, maka perlu dilakukan penelitian berdasarkan opini opini yang sudah disampaikan masyarakat. Salah satu cara untuk mengetahui bagaimana respon atau opini masyarakat yaitu dengan analisis sentimen. Analisis Sentimen dan *opinion mining* adalah cabang bidang studi yang menganalisa opini publik, sentimen, evaluasi, sikap dan emosi yang diterapkan hampir di seluruh aspek bisnis dan sosial (Liu, 2012). Alasan analisis sentimen ini digunakan karena opini merupakan hal penting di segala kegiatan manusia dan merupakan salah satu hal penting yang mempengaruhi kebiasaan masyarakat. Opini ini sangat penting bagi perusahaan untuk melihat tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelayanan yang telah mereka berikan. Analisis tersebut akan menjadi acuan perusahaan untuk meningkatkan pelayanannya.

Penelitian yang dilakukan adalah menganalisis sentimen atau opini masyarakat terhadap dompet digital XYZ yang didapatkan dari media sosial Twitter. Opini yang didapatkan dengan cara *Text Mining* kemudian dilakukan pengolahan untuk mendapatkan data yang di jadikan 2 kategori

yaitu positif dan negatif. Hasil ini akan didapatkan dengan menggunakan metode *Support Vector Machine*. Hasilnya akan ditampilkan kelas opini masyarakat berdasarkan kategori positif dan negatif. Hasil ini yang nantinya akan digunakan perusahaan sebagai acuan peningkatan pelayanan. Metode *Support Vector Machine* ini merupakan metode yang biasa digunakan dalam klasifikasi karena dapat membedakan kelas dengan baik. Metode ini bekerja dengan tujuan untuk menemukan garis pembagi kelas atau disebut *hyperplane* terbaik yang memisahkan dua buah *class* pada *input space*. *Hyperplane* ini didapatkan dari *margin* maksimal dari *pattern* kelas terdekatnya, *margin* ini merupakan jarak antara *pattern* kelas yang paling dekat dengan *hyperplane*. *Pattern* ini disebut *support vector* dan nantinya *margin* maksimal dari tiap *support vector* kelas ini dapat digunakan untuk mendapatkan *hyperplane* terbaik sehingga dalam pembagian kelas, metode ini dapat digunakan. Hasil dari klasifikasi ini dapat diketahui persentase sentimen publik terhadap perusahaan XYZ yang telah diklasifikasikan dalam kelas positif dan negatif sehingga penyedia layanan dapat mengetahui respon masyarakat terhadap pelayanan yang telah diberikan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas terdapat beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Bagaimana cara mendapatkan data opini publik pada media sosial Twitter yang dibutuhkan dalam analisis sentimen?
- b. Bagaimana cara menganalisis data opini publik dengan metode *Support Vector Machine*?
- c. Bagaimana cara menyajikan hasil dari analisis sentimen yang telah dilakukan?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Mampu mendapatkan data opini publik pada media sosial *Twitter* yang dibutuhkan untuk analisis sentiment.
- b. Mampu melakukan analisis data opini publik dengan menggunakan metode *Support Vector Machine*.
- c. Mampu menyajikan hasil analisis sentimen yang telah dilakukan.

1.4 Manfaat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu untuk mengetahui sentimen masyarakat terhadap penyedia jasa layanan dompet digital XYZ dengan yang diperoleh dari hasil klasifikasi opini masyarakat menggunakan metode *Support Vector Machine* dan hasil dari penelitian dapat digunakan sebagai acuan peningkatan kualitas pelayanan penyedia layanan kedepannya sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pengguna layanan.