

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah memberikan dampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor keuangan. Salah satu inovasi yang muncul adalah aplikasi pinjaman *online* seperti AdaKami, yang menawarkan kemudahan akses serta proses peminjaman yang cepat (Hafil, 2022). Pinjaman *online* (pinjol) di Indonesia telah menjadi fenomena yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, terutama karena kebutuhan masyarakat akan akses keuangan yang cepat dan mudah. Situasi ini semakin relevan pasca pandemi COVID-19, yang menciptakan ketidakstabilan ekonomi. Wahyuni & Turisno (2019) menyatakan bahwa pinjol memberikan syarat yang lebih fleksibel dibandingkan lembaga keuangan tradisional, seperti bank, sehingga menjadi solusi pilihan bagi masyarakat yang membutuhkan dana mendesak. Sementara itu, Sastradinata (2020) menyoroti kemudahan akses dan kecepatan pencairan dana sebagai faktor utama yang mendorong popularitas layanan ini. Menurut Kementerian Keuangan (2021), regulasi yang mendukung fintech lending juga berkontribusi pada peningkatan signifikan jumlah platform pinjaman *online*, yang bertambah dari 24 menjadi 147 dalam lima tahun.

Fenomena ini menciptakan kebutuhan mendesak bagi masyarakat untuk meminjam uang, terutama di tengah ketidakpastian ekonomi. Aplikasi pinjaman online seperti AdaKami menawarkan solusi finansial yang praktis, memungkinkan pengguna untuk mengajukan pinjaman hanya dengan smartphone. Hal ini sangat relevan bagi pelaku UMKM yang sering kali kesulitan mendapatkan modal dari bank (Hidayat et al., 2023; Sari & Fatahuddin, 2020). *Fintech lending*, sebagai bentuk inovasi dalam sistem keuangan, berkembang pesat sejak regulasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada 2016, yang menyebabkan peningkatan jumlah platform pinjaman online (Kementerian Keuangan, 2021). Kemudahan syarat dan proses pengajuan yang cepat menjadikan pinjol sebagai alternatif menarik bagi masyarakat yang memerlukan akses keuangan.

Topik ini menjadi semakin relevan karena banyaknya keluhan atau ulasan bernada negatif dari pengguna aplikasi pinjaman online seperti AdaKami. Kondisi ini berpotensi memengaruhi citra layanan dan menurunkan tingkat kepercayaan calon pengguna. Oleh karena itu, analisis sentimen diperlukan untuk mengenali pola opini serta mengungkap isu-isu yang sering muncul dalam ulasan. Hasil analisis dapat menjadi masukan penting bagi pengembang dalam melakukan perbaikan layanan. Selain itu, fokus pada topik ini juga mencerminkan pentingnya upaya peningkatan transparansi dan perlindungan konsumen di tengah pesatnya pertumbuhan industri *fintech*.

Salah satu aplikasi pinjaman online yang populer di Indonesia adalah AdaKami. Aplikasi ini menawarkan solusi finansial dengan proses pengajuan yang sederhana dan pencairan dana yang cepat. Irawan et al. (2024) menyatakan bahwa Laporan OJK menyebutkan AdaKami telah membantu banyak pengguna untuk mendapatkan pinjaman tanpa jaminan. Analisis sentimen terhadap ulasan pengguna menjadi penting agar pengembang dapat memahami opini publik dan mengetahui aspek yang perlu diperbaiki.

Ulasan pengguna di platform seperti App Store sangat penting untuk calon pengguna lainnya yang ingin mengetahui pengalaman orang lain sebelum menggunakan aplikasi tersebut. Masyarakat cenderung mencari informasi melalui ulasan untuk menilai kualitas layanan aplikasi pinjaman *online* (Febriana et al., 2023; Raharja & Sulisty, 2021; Setiawan et al., 2023). Ulasan ini tidak selalu positif; terdapat pula keluhan mengenai layanan dan fitur yang ada. Analisis sentimen dapat mengkategorikan ulasan menjadi positif, negatif, atau netral. Melalui analisis ini, pengembang dapat mengidentifikasi masalah dan keluhan yang sering muncul (Febriana et al., 2023; Hidayat et al., 2023; Yulianto & Kurniawan, 2024). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa analisis sentimen memberikan wawasan penting mengenai opini pengguna dan membantu pengembang meningkatkan kualitas layanan mereka.

Berbagai penelitian telah mengkaji sentimen pengguna terhadap aplikasi pinjaman *online* (pinjol), dengan mayoritas menunjukkan dominasi sentimen negatif. Sasmita & Harto (2021) memanfaatkan algoritma *Naïve Bayes* untuk menganalisis ulasan pada aplikasi Kredivo. Setiawan et al. (2023) menggunakan

algoritma *Support Vector Machine (SVM)* untuk meneliti lima aplikasi, termasuk AdaKami, dan meskipun algoritma ini menunjukkan akurasi tinggi, sebagian besar ulasan tetap negatif. Penelitian oleh Putra & Rahmawati (2022) menemukan bahwa 68% cuitan tentang pinjol di Twitter memiliki sentimen negatif berdasarkan metode *Random Forest*. Hidayat et al. (2023) juga menganalisis data dari *Google Play Store* menggunakan *SVM*, yang menunjukkan performa akurasi tinggi. Sementara itu, Yulianto & Kurniawan (2024) mengaplikasikan *Naive Bayes* dan mengungkapkan bahwa meskipun terdapat ulasan positif, sentimen negatif masih mendominasi.

Dengan semakin banyaknya ulasan yang diterima aplikasi AdaKami, diperlukan metode analisis yang efisien dan efektif untuk mengolah data tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis sentimen dari ulasan pengguna menggunakan kedua algoritma *SVM* dan *Naïve Bayes* serta membandingkan kinerjanya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pengembang dalam meningkatkan kualitas aplikasi dan layanan kepada pengguna (Raharja & Sulisty, 2021).

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk sentimen positif, negatif, dan netral dalam ulasan pengguna aplikasi AdaKami di App Store?
2. Bagaimana performa algoritma *SVM* dan *Naive Bayes* dalam mengklasifikasikan sentimen ulasan tersebut?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan bentuk sentimen positif, negatif, dan netral yang terdapat dalam ulasan pengguna aplikasi AdaKami.
2. Menganalisis dan membandingkan performa algoritma *SVM* dan *Naive Bayes* dalam mengklasifikasikan sentimen ulasan pengguna aplikasi AdaKami.

1.4 Manfaat

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan kontribusi terhadap kajian literatur analisis sentimen di bidang teknologi informasi serta menjadi referensi bagi penelitian lanjutan terkait penerapan algoritma dalam analisis data ulasan.
2. Membantu pengembang AdaKami memahami kepuasan dan sentimen pengguna, serta merancang strategi perbaikan yang efektif untuk meningkatkan kualitas layanan sesuai kebutuhan dan harapan pengguna.

Memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai pengalaman pengguna, sehingga dapat membantu calon pengguna aplikasi pinjaman online membuat keputusan yang lebih tepat dan berdasarkan informasi yang akurat sebelum menggunakan layanan tersebut.

