

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perbankan memiliki peran sentral dalam perekonomian suatu negara, terutama dalam menyediakan layanan keuangan yang aman dan efisien bagi masyarakat. Seiring dengan perkembangan teknologi, industri perbankan menghadapi tantangan untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi. Perbankan digital menjadi salah satu solusi yang dipilih oleh banyak lembaga keuangan untuk memperluas akses dan meningkatkan efisiensi layanan mereka. Menurut laporan dari Bank Indonesia (2022), perbankan digital mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir, yang didorong oleh meningkatnya penetrasi internet dan adopsi teknologi di kalangan masyarakat. Bank Rakyat Indonesia (BRI), sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia, juga turut berinovasi dalam mengembangkan layanan perbankan digital, termasuk aplikasi Ceria by BRI.

Platform Ceria by BRI merupakan salah satu inovasi dalam bidang teknologi finansial yang menawarkan layanan pinjaman digital bagi masyarakat Indonesia. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan finansial yang cepat, mudah, dan fleksibel, platform ini diharapkan dapat memenuhi ekspektasi para pengguna yang ingin mengakses kredit tanpa harus berkunjung langsung ke kantor bank. Kehadiran Ceria merupakan respons terhadap fenomena digitalisasi di sektor perbankan, di mana kebutuhan akan layanan keuangan berbasis teknologi semakin dominan. Layanan ini mempermudah transaksi digital dengan fleksibilitas yang tinggi, sejalan dengan perkembangan teknologi keuangan yang melaju pesat. Sebagai contoh, penelitian oleh Widiyanto et al. (2021) menekankan pentingnya layanan keuangan digital sebagai upaya meningkatkan aksesibilitas perbankan, khususnya di kalangan masyarakat yang sulit menjangkau layanan keuangan konvensional.

Analisis sentimen telah menjadi fokus utama dalam penelitian teknologi informasi dan kecerdasan buatan, terutama terkait dengan tantangan dalam memahami opini dan emosi pengguna di berbagai platform. Metode yang digunakan dalam analisis sentimen mencakup pendekatan

berbasis machine learning, analisis berbasis kamus, dan teknik hybrid yang sering diterapkan dalam analisis media sosial dan e-commerce.(Mayur, Annavarapu & Chaitanya 2022).

Financial Sentiment Analysis (FSA) adalah aplikasi penting dari analisis sentimen yang bertujuan untuk menganalisis sentimen investor dan teks keuangan. FSA telah berkembang secara signifikan, terutama dalam memanfaatkan data yang dihasilkan dari media sosial, laporan keuangan, dan berita finansial untuk membantu pengambilan keputusan bisnis dan peramalan pasar keuangan.(Du, Frank Xing, Rui Mao, dan Erik Cambria. 2024).

Kebutuhan terhadap layanan digital seperti Ceria semakin terlihat seiring meningkatnya tren penggunaan aplikasi keuangan di Indonesia. Fenomena ini tidak terlepas dari perubahan perilaku masyarakat yang semakin mengandalkan aplikasi mobile untuk memenuhi kebutuhan finansial sehari-hari. Menurut Kurniawan dan Hidayati (2022), transformasi digital di sektor perbankan memungkinkan konsumen untuk lebih nyaman dan efisien dalam melakukan transaksi, tanpa harus menghadapi kendala administratif yang umumnya ada pada sistem perbankan tradisional. Perubahan ini berdampak positif bagi masyarakat, terutama dalam hal kemudahan akses keuangan, serta mendukung inklusi keuangan secara luas di berbagai kalangan. Selain itu, BRI melalui platform Ceria juga menunjukkan komitmen dalam memperluas penetrasi layanan keuangan digital di Indonesia, yang secara tidak langsung mendukung inklusi keuangan nasional.

Platform Ceria memungkinkan pengguna untuk mendapatkan layanan pinjaman dengan proses yang relatif lebih cepat dibandingkan dengan pengajuan di bank secara langsung. Dengan adanya teknologi berbasis aplikasi, proses yang sebelumnya memerlukan waktu lama kini dapat dilakukan dalam hitungan menit. Hal ini sesuai dengan temuan Wibowo dan Hartono (2020), yang mengamati peningkatan kecepatan transaksi keuangan pada platform digital sebagai salah satu keunggulan utama layanan perbankan berbasis teknologi. Efisiensi waktu ini merupakan nilai tambah yang relevan bagi masyarakat modern yang mengutamakan kenyamanan dan kecepatan dalam setiap transaksi finansial. Oleh karena itu, kehadiran Ceria dapat dianggap sebagai respons atas kebutuhan masyarakat terhadap solusi finansial yang tidak hanya mudah diakses tetapi juga responsif terhadap kebutuhan akan kecepatan layanan.

Meskipun layanan pinjaman digital seperti Ceria memiliki banyak keunggulan, masih terdapat variasi dalam pengalaman pengguna yang dilaporkan. Variasi ini tampak dari ulasan-ulasan pengguna yang mencakup tanggapan positif maupun negatif terkait dengan aspek-aspek tertentu dari layanan tersebut. Beberapa pengguna mengapresiasi kemudahan akses dan kecepatan

transaksi yang ditawarkan, namun sebagian lainnya mengeluhkan kendala teknis, keterbatasan fitur, atau respon layanan yang kurang memadai. Studi oleh Rahmawati et al. (2023) menunjukkan bahwa persepsi pengguna terhadap layanan digital sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diterima, yang mencakup aspek keandalan, responsivitas, dan kemudahan penggunaan. Variasi pengalaman ini menggambarkan adanya peluang bagi BRI untuk terus meningkatkan kualitas layanannya agar dapat lebih sesuai dengan ekspektasi pengguna.

Layanan Ceria juga memegang peran penting dalam meningkatkan edukasi masyarakat tentang penggunaan platform digital untuk keperluan keuangan. Dalam konteks ini, pemanfaatan aplikasi Ceria juga dapat menjadi sarana bagi BRI untuk membangun literasi keuangan digital di kalangan masyarakat. Literasi ini dianggap esensial, mengingat semakin banyaknya platform digital yang digunakan masyarakat, yang juga menuntut pemahaman lebih tentang keamanan dan manajemen finansial secara digital. Taufiq et al. (2021) menyebutkan bahwa literasi keuangan digital merupakan faktor penting yang mendukung keberhasilan implementasi layanan keuangan berbasis teknologi, di mana pengguna yang memiliki pemahaman baik cenderung lebih puas dan mampu memaksimalkan manfaat dari platform yang digunakan.

Layanan Ceria juga dianggap sebagai bagian dari strategi perbankan untuk mencapai tujuan inklusi keuangan. Dengan kemudahan akses yang ditawarkan, aplikasi ini diharapkan dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat, termasuk mereka yang sebelumnya sulit mengakses layanan perbankan konvensional. Menurut Prasetyo dan Lestari (2022), inklusi keuangan dapat dicapai melalui inovasi layanan digital yang mampu mengakomodasi berbagai kebutuhan keuangan masyarakat dengan lebih fleksibel dan adaptif. Oleh karena itu, platform Ceria dapat dianggap sebagai salah satu bentuk implementasi strategi perbankan yang berorientasi pada inklusi keuangan nasional, dengan memperluas jangkauan layanan keuangan bagi masyarakat yang lebih luas.

Perkembangan layanan digital, terdapat berbagai tantangan yang dihadapi oleh platform Ceria dalam memenuhi ekspektasi pengguna. Meskipun aplikasi ini menawarkan kemudahan akses dan kecepatan dalam transaksi keuangan, pengguna masih melaporkan pengalaman yang kurang memuaskan terkait kendala teknis, respons layanan, dan antarmuka aplikasi. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara ekspektasi pengguna dan layanan yang diberikan oleh Ceria. Menurut penelitian dari Pratama dan Nugroho (2023), kendala pada platform digital sering kali menjadi salah satu alasan utama ketidakpuasan pengguna, khususnya pada aspek responsivitas dan

reliabilitas layanan. Kesenjangan ini menunjukkan pentingnya upaya peningkatan pada berbagai aspek layanan, sehingga Ceria dapat lebih optimal dalam memberikan pengalaman yang sesuai dengan harapan pengguna.

Terdapat juga kesenjangan pada persepsi mengenai kemudahan dan kenyamanan penggunaan aplikasi. Beberapa pengguna merasa antarmuka aplikasi belum cukup intuitif atau responsif, yang menyebabkan pengguna kesulitan dalam menavigasi fitur-fitur yang ada. Fenomena ini mencerminkan pentingnya memperhatikan desain antarmuka pengguna yang efektif, yang mampu meningkatkan kenyamanan serta kemudahan akses bagi setiap pengguna. Setyawan dan Fadilah (2022) dalam penelitiannya menekankan bahwa antarmuka yang user-friendly berperan penting dalam kepuasan pengguna dan penggunaan jangka panjang suatu platform digital. Dengan demikian, keberhasilan aplikasi seperti Ceria tidak hanya bergantung pada fungsi teknis, tetapi juga pada seberapa baik platform ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna dari segi tampilan dan navigasi.

Kesenjangan lainnya juga terlihat pada aspek keandalan sistem, di mana beberapa pengguna mengeluhkan gangguan dalam transaksi atau proses yang tertunda. Hal ini dapat menimbulkan ketidakpuasan karena pengguna umumnya mengharapkan pengalaman transaksi yang cepat dan tanpa hambatan. Gangguan semacam ini dapat memengaruhi tingkat kepercayaan pengguna terhadap aplikasi, terutama jika masalah tersebut terjadi berulang kali. Menurut Hidayat dan Saputra (2021), stabilitas dan keandalan sistem adalah faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pengguna pada layanan digital. Maka dari itu, diperlukan upaya perbaikan pada aspek teknis dan infrastruktur agar aplikasi dapat memberikan layanan yang lebih andal dan konsisten.

Permasalahan lain yang muncul adalah terkait layanan bantuan pengguna yang sering kali dirasakan kurang responsif dan lambat dalam menanggapi keluhan atau pertanyaan. Hal ini dapat menimbulkan perasaan frustrasi di kalangan pengguna yang mengalami kendala saat menggunakan aplikasi. Ketidakpuasan terhadap layanan pelanggan dapat menjadi faktor penghambat dalam menciptakan pengalaman pengguna yang positif. Menurut Wibisono et al. (2022), layanan pelanggan yang responsif dan cepat dalam menangani masalah pengguna merupakan salah satu aspek utama yang memengaruhi kepuasan pengguna pada platform digital. Oleh sebab itu, diperlukan peningkatan dalam layanan dukungan pengguna agar pengguna merasa lebih terbantu dan didukung selama menggunakan aplikasi.

Terdapat juga kesenjangan dalam pemahaman pengguna terkait kebijakan privasi dan keamanan data yang diterapkan oleh Ceria. Beberapa pengguna mungkin merasa khawatir terhadap keamanan informasi pribadi mereka, terutama dalam konteks transaksi digital. Hal ini menjadi permasalahan yang penting untuk ditangani, karena kepercayaan terhadap keamanan data sangat memengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan aplikasi. Prasetya dan Lestari (2021) mengungkapkan bahwa persepsi pengguna terhadap keamanan data dan privasi adalah salah satu faktor penting dalam adopsi layanan keuangan digital. Untuk itu, penyedia layanan perlu meningkatkan transparansi dan edukasi terkait kebijakan keamanan data agar dapat meningkatkan kepercayaan pengguna.

Berbagai kesenjangan yang muncul dalam pengalaman pengguna Ceria menunjukkan perlunya pendekatan yang komprehensif dalam perbaikan layanan. Kesenjangan ini bukan hanya mencakup aspek teknis, tetapi juga aspek desain, layanan pelanggan, dan keamanan data yang sangat memengaruhi pengalaman pengguna secara keseluruhan. Pengalaman yang tidak konsisten dapat memengaruhi persepsi pengguna dan tingkat kepuasan mereka terhadap aplikasi, sehingga pengelola layanan perlu melakukan upaya perbaikan berkelanjutan.

Analisis sentimen berbasis machine learning dapat menjadi solusi efektif untuk mengevaluasi persepsi pengguna terhadap aplikasi Ceria. Teori tentang analisis sentimen menunjukkan bahwa teknik ini berguna dalam memahami pola persepsi dan emosi yang terdapat dalam teks ulasan pengguna. Algoritma seperti Support Vector Machine dan Naive Bayes sangat berguna dalam klasifikasi sentimen, terutama dalam menganalisis data tekstual dengan akurasi tinggi. Menurut penelitian oleh Santoso dan Pratama (2021), SVM memiliki kemampuan untuk memisahkan data teks dalam ruang multidimensi, sehingga sangat efektif dalam klasifikasi sentimen. Di sisi lain, Naive Bayes, yang bekerja berdasarkan probabilitas, dapat mengidentifikasi pola sentimen dengan akurasi tinggi meskipun data ulasan yang diolah berjumlah besar.

SVM dan Naive Bayes berbeda dalam pendekatannya terhadap klasifikasi sentimen namun dapat saling melengkapi. SVM mengandalkan pemisahan data dengan hiperplane yang memaksimalkan margin antar kelas, sementara Naive Bayes menggunakan asumsi independensi antarfitur yang memungkinkan klasifikasi cepat pada data tekstual. Keduanya dinilai relevan dalam menangani masalah yang muncul pada aplikasi Ceria karena mampu memberikan analisis objektif terhadap sentimen yang muncul dalam ulasan pengguna. Dalam penelitian oleh Wijaya et al. (2023), kedua algoritma ini terbukti efektif dalam mengidentifikasi sentimen positif, negatif,

atau netral, yang pada akhirnya membantu perusahaan memahami kebutuhan dan keluhan pengguna secara lebih mendalam. Berdasarkan teori ini, penerapan kedua algoritma pada aplikasi Ceria dapat membantu mengidentifikasi aspek layanan yang paling membutuhkan perbaikan.

Pendekatan analisis sentimen didasarkan pada teori komunikasi yang menyatakan bahwa bahasa memiliki kekuatan untuk menyampaikan emosi, opini, dan persepsi yang mendalam. Menurut teori ini, setiap kata dan frasa yang digunakan dalam ulasan pengguna memiliki makna khusus yang dapat diolah untuk memahami persepsi publik secara umum. Di sini, teknik pemrosesan bahasa alami (Natural Language Processing/NLP) menjadi penting karena mampu mengekstraksi makna dan pola dari data tekstual yang kompleks. Penelitian oleh Andika dan Susanti (2020) menunjukkan bahwa penggunaan NLP pada analisis sentimen tidak hanya mampu mengklasifikasikan sentimen tetapi juga dapat mendeteksi tema umum yang menjadi perhatian pengguna. Oleh karena itu, aplikasi Ceria dapat menggunakan teori ini untuk memahami ulasan pengguna lebih baik dan menghasilkan strategi peningkatan layanan yang berbasis pada temuan konkret dari analisis tersebut.

Teori SERVQUAL (Service Quality) juga dapat menjadi acuan dalam memahami kesenjangan yang dirasakan pengguna terhadap layanan Ceria. SERVQUAL mengukur kualitas layanan melalui lima dimensi, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan aspek fisik, yang relevan untuk menilai aplikasi digital seperti Ceria. Menurut teori ini, jika ada ketidaksesuaian antara ekspektasi dan pengalaman pengguna, hal ini dapat memengaruhi persepsi pengguna terhadap layanan tersebut. Riset oleh Kurniawan dan Lestari (2022) menemukan bahwa dimensi keandalan dan daya tanggap sangat penting dalam menentukan kepuasan pengguna pada layanan keuangan digital. Dengan menerapkan teori ini, pengelola Ceria dapat menilai dan mengatasi kesenjangan yang terjadi pada aspek layanan sehingga dapat memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengguna.

Teori kepercayaan dan risiko juga relevan dalam menanggapi masalah keamanan dan privasi data yang muncul dalam ulasan pengguna Ceria. Menurut teori ini, kepercayaan konsumen terhadap suatu platform digital dibangun melalui persepsi akan keamanan data dan risiko yang diminimalkan. Jika pengguna merasa bahwa data mereka terlindungi dan risiko kebocoran informasi dapat dicegah, maka kepercayaan terhadap aplikasi akan meningkat. Penelitian oleh Safitri et al. (2021) menekankan bahwa keamanan dan privasi data merupakan faktor kunci dalam adopsi layanan digital, terutama di bidang keuangan. Oleh karena itu, pengelola aplikasi Ceria

perlu memastikan bahwa kebijakan privasi dan sistem keamanan data diterapkan dengan baik untuk membangun kepercayaan yang lebih tinggi dari pengguna.

Teori dan konsep di atas menunjukkan pentingnya pendekatan ilmiah dalam memahami persepsi pengguna serta menjawab kesenjangan yang muncul dalam aplikasi Ceria. Pendekatan berbasis teori dapat memberikan kerangka kerja yang sistematis bagi pengelola aplikasi untuk meningkatkan kualitas layanan secara menyeluruh. Dengan menggunakan analisis sentimen berbasis SVM dan Naive Bayes, aplikasi ini dapat memperoleh wawasan mendalam tentang pengalaman pengguna dan memperbaiki aspek-aspek yang menjadi sumber ketidakpuasan. Selain itu, teori SERVQUAL, kepercayaan, dan risiko menyediakan perspektif yang lebih komprehensif dalam mengatasi tantangan yang berkaitan dengan keamanan, privasi, dan keandalan layanan.

Penelitian terkait analisis sentimen ulasan pengguna terhadap aplikasi Ceria by BRI memiliki beberapa alasan mendasar yang menjadikannya penting untuk dilakukan. Pertama, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang persepsi pengguna terhadap kualitas layanan aplikasi Ceria. Pemahaman ini penting karena aplikasi yang berorientasi pada kepuasan pelanggan perlu menyesuaikan layanan mereka berdasarkan kebutuhan dan preferensi pengguna. Menurut Sunarto dan Wijaya (2022), analisis sentimen memungkinkan perusahaan untuk mengevaluasi kinerja produk atau layanan secara lebih spesifik dan objektif. Dengan demikian, penelitian ini akan membantu BRI dalam memahami aspek-aspek yang dianggap penting oleh pengguna, sehingga dapat menjadi acuan untuk pengembangan layanan yang lebih sesuai dengan harapan konsumen.

Penelitian ini menjadi dasar bagi peningkatan layanan melalui pendekatan berbasis data, yang sangat relevan dalam era digital saat ini. Penelitian ini tidak hanya berguna dalam mengidentifikasi sentimen pengguna, tetapi juga dalam membantu perusahaan mengumpulkan data yang konkret untuk merancang strategi peningkatan layanan. Penelitian oleh Putri dan Hidayat (2021) menunjukkan bahwa pendekatan berbasis data pada pengembangan produk digital terbukti meningkatkan efektivitas dalam penyelesaian permasalahan yang sering dikeluhkan pengguna. Melalui analisis sentimen yang mendalam, pengelola aplikasi Ceria dapat meninjau langsung data yang menunjukkan tren atau pola keluhan yang dominan. Oleh karena itu, penelitian ini berperan dalam memberikan landasan yang lebih kuat bagi pengambilan keputusan terkait perbaikan layanan.

Alasan selanjutnya berkaitan dengan pentingnya membangun kepercayaan pengguna terhadap aplikasi keuangan digital. Dalam penelitian oleh Safitri et al. (2023), ditemukan bahwa kepercayaan pengguna pada platform digital terkait erat dengan persepsi terhadap keamanan dan privasi data. Dengan adanya ulasan-ulasan pengguna yang menyangkut keamanan data, penelitian ini berperan penting dalam mengidentifikasi dan merespons kekhawatiran pengguna terkait perlindungan privasi di aplikasi Ceria. Analisis sentimen dapat membantu menemukan kesenjangan persepsi pada aspek keamanan, yang kemudian dapat diarahkan menjadi rekomendasi bagi perusahaan untuk memperkuat sistem keamanan data. Hal ini akan berdampak positif terhadap loyalitas pengguna karena kepercayaan terhadap aplikasi finansial yang aman dan terpercaya merupakan faktor utama dalam adopsi layanan.

Penelitian ini juga signifikan karena dapat berkontribusi pada literasi digital dan keuangan masyarakat Indonesia. Aplikasi Ceria, sebagai salah satu layanan keuangan berbasis teknologi, memiliki potensi untuk mendorong inklusi keuangan. Namun, inklusi keuangan yang efektif hanya dapat tercapai jika pengguna merasa nyaman dan yakin dengan layanan yang diberikan. Menurut hasil penelitian dari Prasetya dan Lestari (2021), literasi keuangan berperan penting dalam mengurangi risiko kesalahan penggunaan aplikasi keuangan digital. Dengan meneliti ulasan pengguna, penelitian ini dapat mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu diperjelas atau diprioritaskan dalam edukasi dan sosialisasi aplikasi, sehingga dapat meningkatkan literasi keuangan masyarakat.

Penelitian ini memiliki relevansi penting dalam perancangan strategi pemasaran dan komunikasi perusahaan. Ulasan pengguna mengandung informasi mengenai preferensi, kebutuhan, dan ekspektasi mereka, yang dapat menjadi data utama dalam penyusunan kampanye pemasaran yang lebih tepat sasaran. Hasil penelitian dari Anggraeni dan Nugroho (2020) menunjukkan bahwa pemahaman yang lebih baik mengenai persepsi pengguna mampu meningkatkan efektivitas komunikasi dan strategi pemasaran. Dalam konteks aplikasi Ceria, hasil analisis sentimen dapat digunakan untuk menentukan fitur atau layanan yang perlu diperkenalkan atau ditingkatkan, sehingga kampanye pemasaran dapat berfokus pada aspek yang sesuai dengan minat dan kebutuhan pengguna.

Penelitian ini sangat penting karena dapat menyediakan data empiris yang mendukung upaya peningkatan kualitas layanan, keamanan data, literasi keuangan, serta strategi pemasaran aplikasi Ceria. Data yang diperoleh dari analisis sentimen pengguna dapat digunakan oleh manajemen

untuk mengembangkan layanan yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan dalam hal peningkatan layanan tetapi juga memiliki dampak jangka panjang dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna.

Penelitian ini memiliki keunikan dibandingkan dengan penelitian lain yang telah ada, terutama dalam penerapan algoritma Support Vector Machine dan Naive Bayes secara bersamaan untuk analisis sentimen ulasan pengguna aplikasi Ceria by BRI. Sebagian besar penelitian sebelumnya biasanya hanya menggunakan satu algoritma tertentu atau fokus pada satu platform aplikasi tertentu tanpa mengombinasikan algoritma yang berbeda untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat. Penggunaan dua algoritma yang berbeda secara bersamaan pada penelitian ini memberikan pendekatan yang lebih komprehensif dan memungkinkan penilaian yang lebih tepat terhadap ulasan pengguna. Penelitian oleh Utami dan Susanto (2022) menegaskan bahwa kombinasi algoritma mampu meningkatkan presisi dalam klasifikasi sentimen, sehingga penelitian ini berpotensi memberikan hasil yang lebih unggul dalam memahami persepsi pengguna.

Perbedaan lainnya adalah fokus penelitian ini pada aplikasi Ceria yang merupakan layanan keuangan digital dari BRI, yang belum banyak diteliti secara mendalam terkait analisis sentimen ulasannya. Aplikasi ini tergolong baru dan memiliki karakteristik serta tantangan tersendiri dibandingkan dengan aplikasi keuangan digital lainnya yang sudah lebih mapan di pasaran. Penelitian ini memanfaatkan data ulasan langsung dari pengguna, yang dapat memberikan wawasan spesifik mengenai harapan, kendala, serta persepsi pengguna terhadap aplikasi. Studi oleh Pratama dan Wicaksono (2023) menunjukkan bahwa penggunaan data ulasan langsung memberikan pandangan yang lebih realistis tentang pengalaman pengguna dibandingkan dengan survei tradisional, menjadikan penelitian ini lebih relevan dalam menjawab kebutuhan aktual pengguna aplikasi.

Penelitian ini juga mempertimbangkan aspek keamanan dan privasi data, yang semakin menjadi perhatian utama dalam penggunaan aplikasi keuangan digital. Berbeda dengan penelitian lainnya yang sering kali hanya fokus pada aspek teknis seperti performa aplikasi atau user experience, penelitian ini menyelidiki persepsi pengguna terkait keamanan data pribadi. Menurut Hidayat dan Suryadi (2021), persepsi tentang keamanan data memiliki dampak besar terhadap tingkat kepercayaan pengguna pada aplikasi keuangan. Penelitian ini dapat memberikan masukan penting bagi pengelola aplikasi Ceria untuk meningkatkan kepercayaan pengguna melalui kebijakan yang lebih ketat dalam perlindungan data.

Keunikan tambahan penelitian ini adalah kontribusinya dalam mengedukasi dan meningkatkan literasi keuangan masyarakat, khususnya pengguna aplikasi Ceria. Penelitian ini tidak hanya fokus pada analisis teknis, tetapi juga bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan edukasi yang dapat membantu pengguna memahami penggunaan aplikasi keuangan digital dengan lebih baik. Studi oleh Rahmawati dan Lestari (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki peran penting dalam pemanfaatan layanan keuangan digital, terutama dalam menjaga pengguna dari risiko kesalahan transaksi atau penyalahgunaan fitur. Dengan demikian, penelitian ini memberikan nilai tambah melalui pendekatan yang menggabungkan aspek teknologi dan edukasi pengguna.

Penelitian ini juga berbeda dalam hal pendekatan analisis data yang digunakan, di mana analisis sentimen diterapkan tidak hanya untuk mengukur kepuasan, tetapi juga untuk menemukan pola kebutuhan yang dapat menjadi dasar dalam pengembangan produk. Pendekatan ini memberikan landasan yang lebih kuat dalam perancangan fitur atau layanan yang sesuai dengan ekspektasi pengguna. Studi oleh Setiawan dan Prasetyo (2023) mengungkapkan bahwa pendekatan berbasis kebutuhan pengguna mampu meningkatkan daya tarik aplikasi di pasar yang kompetitif. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada strategi pengembangan produk yang tidak hanya berorientasi pada kepuasan, tetapi juga pada keberlanjutan aplikasi dalam menghadapi persaingan.

Penelitian ini menawarkan pendekatan inovatif dan kontribusi nyata bagi pengembangan aplikasi Ceria, yang belum banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya. Kombinasi algoritma, fokus pada keamanan dan privasi data, serta perhatiannya terhadap literasi keuangan menjadikan penelitian ini berbeda dan berpotensi memberikan dampak jangka panjang bagi pengelolaan aplikasi.

Research Gap terletak pada kurangnya penelitian yang fokus pada analisis sentimen dengan kombinasi algoritma Support Vector Machine dan Naive Bayes secara khusus pada aplikasi Ceria by BRI. Banyak penelitian terdahulu cenderung hanya menggunakan satu metode algoritma atau terbatas pada platform aplikasi lain yang lebih populer. Penelitian ini akan mengisi kekosongan tersebut dengan mengevaluasi sentimen pengguna aplikasi Ceria secara spesifik melalui penerapan kedua algoritma secara bersamaan, yang diharapkan dapat meningkatkan keakuratan hasil. Hal ini memberikan perspektif yang belum terjamah, khususnya dalam konteks aplikasi keuangan digital yang berasal dari lembaga perbankan nasional seperti BRI.

Empirical Gap terletak pada terbatasnya data empiris yang menunjukkan persepsi pengguna terkait aspek keamanan, kenyamanan, dan kemudahan dalam penggunaan aplikasi keuangan digital di Indonesia, khususnya pada Ceria by BRI. Meskipun banyak penelitian telah membahas pengalaman pengguna aplikasi keuangan digital secara umum, fokus pada aplikasi Ceria sendiri masih sangat minim. Penelitian oleh Pratama dan Wicaksono (2023) menunjukkan pentingnya data empiris dari pengguna untuk memahami persepsi mereka dalam aspek privasi dan kepercayaan pada aplikasi. Penelitian ini berupaya mengisi kekosongan empiris tersebut dengan memanfaatkan data ulasan pengguna sebagai sumber utama untuk menggali persepsi langsung mereka, yang dapat memperkaya pemahaman mengenai kebutuhan spesifik pengguna aplikasi keuangan digital di Indonesia.

Theoretical Gap ditemukan dalam pendekatan teoritis yang digunakan untuk memahami persepsi pengguna terhadap aplikasi keuangan digital. Teori yang mendukung analisis sentimen, seperti teori komunikasi dan pemrosesan bahasa alami (Natural Language Processing/NLP), belum banyak diterapkan pada konteks spesifik aplikasi Ceria dan sektor keuangan digital di Indonesia. Selain itu, teori SERVQUAL dan kepercayaan konsumen, yang relevan dalam memahami aspek kepuasan dan kepercayaan pengguna, juga belum banyak diterapkan untuk menganalisis ulasan pengguna aplikasi keuangan digital dari lembaga perbankan lokal. Penelitian ini akan menjembatani kesenjangan teoritis tersebut dengan mengadopsi pendekatan teoritis yang lebih luas dan adaptif, melibatkan teori-teori yang relevan guna menghasilkan pemahaman yang lebih menyeluruh tentang persepsi dan pengalaman pengguna aplikasi keuangan digital.

Penelitian ini menawarkan kontribusi dalam mengisi ketiga gap di atas, yaitu dengan memperkaya literatur penelitian, menyediakan data empiris yang aktual, dan mengembangkan kerangka teoritis yang relevan. Kombinasi algoritma SVM dan Naive Bayes yang digunakan, serta fokus khusus pada aplikasi Ceria by BRI, diharapkan akan memberikan hasil yang bernilai dan memperkaya wawasan baik dalam lingkup akademik maupun praktis dalam sektor keuangan digital.

1.2 Identifikasi masalah dan Batasan masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini berfokus pada analisis sentimen pengguna terhadap aplikasi Ceria, yang mencakup persepsi mereka terhadap layanan, efektivitas algoritma Support Vector Machine dan Naive Bayes dalam analisis sentimen, serta faktor keamanan dan

privasi data yang memengaruhi kepercayaan pengguna. Penelitian ini juga menyoroti pengaruh pengalaman pengguna terhadap loyalitas mereka pada aplikasi dan potensi aplikasi dalam meningkatkan literasi keuangan pengguna melalui fitur-fitur yang ditawarkan. Dengan mengidentifikasi masalah-masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menyediakan pandangan komprehensif yang dapat membantu pengelola aplikasi Ceria dalam mengembangkan layanan yang lebih responsif dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi keseluruhan pengguna aplikasi Ceria terkait layanan yang diberikan, baik dalam aspek teknis maupun operasional?
2. Sejauh mana efektivitas penggunaan algoritma Support Vector Machine dan Naive Bayes dalam menganalisis sentimen ulasan pengguna?
3. Bagaimana faktor keamanan dan privasi data memengaruhi sentimen pengguna terhadap aplikasi Ceria?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk memahami persepsi pengguna terhadap layanan yang diberikan oleh aplikasi Ceria, terutama dari aspek teknis dan operasional, guna mengetahui tingkat kepuasan pengguna.
2. Untuk mengukur efektivitas algoritma Support Vector Machine dan Naive Bayes dalam mengklasifikasikan sentimen ulasan pengguna, sehingga dapat menentukan metode yang paling sesuai dalam analisis sentimen.
3. Untuk meneliti pengaruh keamanan dan privasi data terhadap sentimen dan tingkat kepercayaan pengguna pada aplikasi Ceria.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dilihat dari tiga perspektif utama, yaitu teoritis, praktis, dan kebijakan. Dari sisi teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan literatur terkait analisis sentimen dalam konteks aplikasi keuangan digital. Dengan menggunakan algoritma Support Vector Machine dan Naive Bayes, penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang efektivitas berbagai metode dalam mengidentifikasi sentimen pengguna. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengeksplorasi lebih dalam mengenai hubungan antara sentimen pengguna dan kualitas

layanan aplikasi. Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk pengembangan teori yang berhubungan dengan persepsi pengguna terhadap teknologi informasi.

