

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai standar pembayaran digital di Indonesia, QRIS telah meningkatkan pendapatan UMKM dan pengguna generasi muda. Studi menunjukkan bahwasanya QRIS membuat transaksi non-tunai lebih cepat, lebih aman, maupun lebih mudah, sehingga meningkatkan pendapatan UMKM secara nasional, termasuk di Jabodetabek dan luar Jawa[1]. Pendampingan penggunaan QRIS di UMKM di Medan, seperti pada usaha bakso, mie ayam, dan konveksi, menunjukkan peningkatan produktivitas karena transaksi digital lebih efektif dan hemat waktu, di mana sebelumnya para pedagang hanya menggunakan pembayaran tunai[2]. Selain itu, penggunaan QRIS bagi UMKM di Medan memberi manfaat bagi para pedagang dengan mengurangi kebutuhan untuk mengeluarkan dana besar untuk berbagai layanan pembayaran, sekaligus membuka akses ke lebih banyak pelanggan dari berbagai usia, terutama generasi muda yang lebih suka menggunakan metode pembayaran digital[3]. Buku referensi tentang QRIS juga menekankan peranannya dalam digitalisasi ekonomi; namun, mereka lebih berfokus pada konteks umum[4].

Faktor-faktor seperti manfaat, kemudahan menggunakan, dan risiko memengaruhi tingkat kepuasan pengguna QRIS, terutama Generasi Z. Studi di Pematangsiantar menemukan bahwasanya ketiga faktor tersebut, dengan metode kuantitatif menggunakan SPSS, mempunyai efek positif maupun signifikan pada kepuasan pengguna[5]. Sebaliknya, persepsi kepercayaan dan keamanan memengaruhi minat UMKM halal di Medan untuk menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital, dengan koefisien determinasi 92,8%[6]. Penelitian ini menekankan pentingnya membangun kepercayaan agar QRIS dapat diterima di sektor halal, karena keamanan menjadi masalah utama dalam transaksi menggunakan teknologi digital.

Analisis sentimen telah menunjukkan metode Support Vector Machine (SVM) efektif untuk mengukur kepuasan pelanggan di berbagai industri. SVM dengan TF-IDF mengklasifikasikan sentimen positif, negatif, dan netral dengan akurasi tinggi pada ulasan

e- wallet seperti Mobile Banking OVO, DANA, dan LinkAja. Hasilnya ditampilkan dalam diagram lingkaran (pie chart)[7]. Dengan cara yang sama, SVM digunakan pada ulasan produk hijab di Toko TikTok, yang menghasilkan akurasi 92% untuk sentimen positif dan negatif; namun, karena ketidakseimbangan data, kategori netral masih sulit ditemukan[8]. SVM dengan penyesuaian hyperparameter dan undersampling mencapai akurasi 94% dalam ulasan restoran; analisis sebab-akibat untuk rekomendasi bisnis mengikutinya[9]. Studi lain membandingkan SVM dengan Naive Bayes dalam penggunaan e-wallet dan digital banking, menunjukkan potensi SVM dalam menangani data teks seperti ulasan[10].

Sintesis ini menemukan bahwasanya penelitian sebelumnya lebih banyak fokus pada kepuasan umum terhadap QRIS atau analisis sentimen di bidang lain seperti e-wallet dan produk fashion, tetapi belum memperdalam penggunaan SVM secara khusus untuk mengukur kepuasan pengguna QRIS di tempat-tempat kuliner tertentu seperti Pasar Kuliner Pajak USU. Penelitian ini akan melengkapi dengan pendekatan kuantitatif yang spesifik, sehingga berkontribusi dalam pengembangan model SVM untuk analisis sentimen di sektor pembayaran digital UMKM.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah penelitian ini menekankan perubahan perilaku transaksi melalui QRIS, namun masih ada kendala seperti keamanan dan pemahaman teknologi, sehingga diperlukan analisis objektif menggunakan SVM.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah berfokus pada pengukuran kepuasan pengguna QRIS dengan SVM di Pasar Kuliner Pajak USU, untuk menjaga fokus dan relevansi analisis.

1.4 Tujuan Penelitian

Meliputi analisis kinerja SVM dalam klasifikasi sentimen, pengukuran akurasi, dan identifikasi faktor yang mempengaruhi hasil klasifikasi.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini teoritis dengan memperluas wawasan ilmiah tentang SVM dalam analisis sentimen layanan digital, dan praktis sebagai dasar bagi pelaku usaha di Pasar Kuliner Pajak USU untuk meningkatkan kualitas layanan QRIS.

Buku atau kajian ini bertujuan memberikan gambaran komprehensif tentang QRIS, tantangannya, dan aplikasi SVM di konteks lokal. Melalui analisis data dan studi kasus, pembaca diharapkan memperoleh wawasan untuk mendorong inovasi ekonomi digital berkelanjutan. Semoga kajian ini bermanfaat bagi akademisi, praktisi, dan masyarakat dalam menghadapi tantangan pembayaran digital di masa depan.