

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan strategis dalam struktur perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM tidak hanya menjadi penggerak utama aktivitas ekonomi masyarakat, tetapi juga berkontribusi besar dalam penyerapan tenaga kerja dan pemerataan pendapatan di berbagai wilayah. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM serta Badan Pusat Statistik, UMKM mendominasi jumlah unit usaha di Indonesia dan memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional [1], [2]. Oleh karena itu, penguatan dan keberlanjutan UMKM menjadi salah satu fokus utama dalam pembangunan ekonomi nasional.

Meskipun memiliki kontribusi yang besar, UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan struktural, seperti keterbatasan akses permodalan, rendahnya kapasitas manajerial, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam operasional dan pemasaran usaha. Kondisi ini menyebabkan sebagian UMKM sulit berkembang dan memiliki daya saing yang terbatas, terutama di tengah persaingan ekonomi digital yang semakin ketat. Tantangan tersebut menunjukkan bahwa UMKM membutuhkan dukungan yang berkelanjutan agar mampu bertahan dan tumbuh secara optimal [3], [4].

Sebagai respons terhadap kondisi tersebut, pemerintah Indonesia telah merumuskan dan mengimplementasikan berbagai kebijakan serta program strategis yang ditujukan untuk pemberdayaan UMKM. Bentuk dukungan tersebut meliputi penyediaan akses pembiayaan melalui program Kredit Usaha Rakyat (KUR), pemberian insentif, penyederhanaan regulasi, serta pelaksanaan program pelatihan dan pendampingan usaha [4], [5]. Selain itu, pemerintah juga mendorong transformasi digital UMKM sebagai upaya meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat daya saing produk lokal di era ekonomi digital [6].

Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat menyampaikan pendapat terhadap kebijakan publik.

Media sosial menjadi ruang terbuka bagi masyarakat untuk mengekspresikan dukungan, kritik, maupun evaluasi terhadap kebijakan pemerintah secara langsung dan *real-time*. Salah satu platform media sosial yang banyak dimanfaatkan untuk menyampaikan opini publik adalah X, yang memiliki karakteristik komunikasi singkat, cepat, dan terbuka [7]. Karakteristik ini menjadikan sebagai sumber data yang relevan untuk menggambarkan persepsi masyarakat terhadap isu-isu publik, termasuk kebijakan pemerintah di bidang UMKM [8].

Besarnya volume data teks yang dihasilkan dari media sosial memerlukan pendekatan analisis yang mampu mengolah dan menafsirkan opini publik secara sistematis. Analisis sentimen merupakan salah satu cabang dari *text mining* dan pemrosesan bahasa alami yang digunakan untuk mengidentifikasi kecenderungan sikap atau opini dalam teks, seperti sentimen positif dan negatif [9], [10]. Melalui analisis sentimen, opini masyarakat yang bersifat subjektif dapat diolah menjadi informasi yang terstruktur dan bermakna sebagai dasar evaluasi kebijakan [11].

Dalam penelitian ini, metode klasifikasi sentimen dilakukan menggunakan algoritma *Naive Bayes*. Algoritma ini dipilih karena memiliki konsep yang sederhana, efisien dalam pengolahan data teks, serta telah banyak digunakan dalam penelitian analisis sentimen dengan hasil yang cukup baik [12], [13]. Untuk mendukung proses klasifikasi, digunakan metode pembobotan kata *Term Frequency-Inverse Document Frequency* (TF-IDF) yang bertujuan merepresentasikan tingkat kepentingan kata dalam dokumen teks sehingga pola sentimen dapat dikenali dengan lebih akurat [14], [15].

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada analisis sentimen masyarakat terhadap dukungan pemerintah terhadap UMKM di Indonesia dengan memanfaatkan data dari media sosial X. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran objektif mengenai kecenderungan opini publik, baik berupa dukungan maupun kritik, terhadap kebijakan pemerintah di bidang UMKM. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan yang lebih efektif dan tepat sasaran di masa mendatang [16], [17].

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kecenderungan sentimen masyarakat terhadap dukungan pemerintah terhadap UMKM di Indonesia berdasarkan data media sosial X?
2. Bagaimana penerapan metode Naive Bayes dalam mengklasifikasikan sentimen masyarakat terhadap dukungan pemerintah terhadap UMKM?
3. Bagaimana kinerja metode Naive Bayes dalam analisis sentimen berdasarkan hasil evaluasi model?

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari perluasan topik dan memastikan penelitian terarah, batasan masalah yang digunakan adalah:

1. Data yang digunakan hanya berasal dari platform media sosial X .
2. Sentimen yang dianalisis hanya dua kategori yaitu positif dan negatif (tanpa sentimen netral).
3. Proses crawling dilakukan menggunakan kata kunci yang relevan dengan dukungan pemerintah terhadap UMKM.
4. Metode analisis sentimen yang digunakan hanya *Naive Bayes Classifier*.
5. Penelitian hanya berfokus pada analisis sentimen, bukan menilai efektivitas faktual program pemerintah.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kecenderungan sentimen masyarakat terhadap dukungan pemerintah terhadap UMKM di Indonesia berdasarkan data media sosial X.
2. Untuk menerapkan metode *Naive Bayes* dalam proses klasifikasi sentimen masyarakat.
3. Untuk mengevaluasi kinerja metode *Naive Bayes* dalam analisis sentimen dukungan pemerintah terhadap UMKM.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan kajian bagi penelitian selanjutnya dalam bidang analisis sentimen, text mining, dan pemanfaatan media sosial sebagai sumber data penelitian.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai persepsi masyarakat terhadap kebijakan dukungan pemerintah terhadap UMKM, sehingga dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi pihak terkait.

1.6 Sistematika Penulisan

Skripsi ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta batasan masalah yang digunakan dalam penelitian.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori yang berkaitan dengan penelitian, meliputi UMKM, dukungan pemerintah terhadap UMKM, analisis sentimen, data mining, algoritma Naive Bayes, TF-IDF, Google Colaboratory, serta penelitian terdahulu yang relevan.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, meliputi sumber data, teknik pengumpulan data, tahapan praproses, metode pelabelan sentimen, pembobotan kata, algoritma Naive Bayes, serta metode evaluasi model.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil analisis sentimen yang diperoleh dari penelitian serta pembahasan terhadap hasil tersebut.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.