

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Digital wallet merupakan salah satu produk dari *fintech* atau *financial technology* yang banyak digunakan di Indonesia. Menurut (Perdana, 2021) *Digital wallet* merupakan aplikasi berbasis *smartphone* yang dapat menyimpan uang untuk digunakan sebagai transaksi berbagai kebutuhan secara *online* maupun *offline*. Sehingga hal ini akan mendorong masyarakat untuk melakukan transaksi secara *digital*. Banyak layanan *Digital wallet* di Indonesia, beberapa diantaranya yaitu GoPay, Dana, OVO, LinkAja, ShopeePay, Jenius, Paytren, iSaku, DOKU, Sakuku, dan Uangku. Pada penelitian ini, layanan *Digital wallet* yang akan dibahas adalah Dana dan ShopeePay.

1.1.1. Profil Perusahaan Dana



Gambar 1.1 Logo Dana

Sumber: Tentang Dana (Dana, 2021)

Dana merupakan *startup* yang berdiri pada tahun 2017 yang menyediakan infrastruktur yang memungkinkan masyarakat Indonesia untuk melakukan pembayaran digital serta transaksi secara nontunai dan non-kartu. Dana memiliki konsep *open-platform* sehingga dapat digunakan dalam berbagai platform yang berbeda baik *offline* maupun *online*. Dana dapat dimanfaatkan oleh berbagai sektor

seperti pendidikan, layanan publik, layanan sosial hingga pedagang kaki lima (Nadhifah, 2018). Media sosial Twitter milik Dana dilihat pada Gambar 1.2 berikut.



Gambar 1.2 Media Sosial Twitter Dana

Sumber: Twitter Dana (Twitter, 2021)

Dana menggunakan media sosial Twitter untuk media promosi dan media komunikasi dengan para penggunanya pada Februari 2018 dengan akun resmi @danawallet. Dana memiliki *followers* sebesar 49.7 ribu dengan jumlah *tweets* 117.7 ribu.

1.1.2. Profil Perusahaan ShopeePay



Gambar 1.3 Logo ShopeePay

Sumber: Tentang ShopeePay (ShopeePay, 2021)

ShopeePay merupakan *Digital wallet* yang dikembangkan oleh Shopee. ShopeePay merupakan fitur layanan uang elektronik yang dapat digunakan sebagai metode pembayaran transaksi *online*, pembayaran transaksi *offline* di *merchant* ShopeePay hingga untuk menerima pengembalian dana di aplikasi Shopee. Fitur yang ditawarkan oleh ShopeePay yaitu *top up* saldo maksimal Rp10.000.000, pembayaran transaksi *online* di aplikasi Shopee, pembayaran transaksi *offline* di *merchant* ShopeePay, transfer saldo ShopeePay ke teman, penarikan dana dari ShopeePay. Keuntungan lain saat menggunakan ShopeePay adalah ketika seseorang berbelanja online di Shopee maka ia akan mendapatkan *voucher* gratis ongkir ketika ingin melakukan pembayaran dengan ShopeePay lalu ShopeePay menawarkan *cashback* saat berbelanja di *offline merchant* yang terdaftar dalam ShopeePay (Shopee, 2018). Media sosial Twitter milik ShopeePay terlihat pada Gambar 1.4 berikut.



Gambar 1.4 Media Sosial Twitter ShopeePay

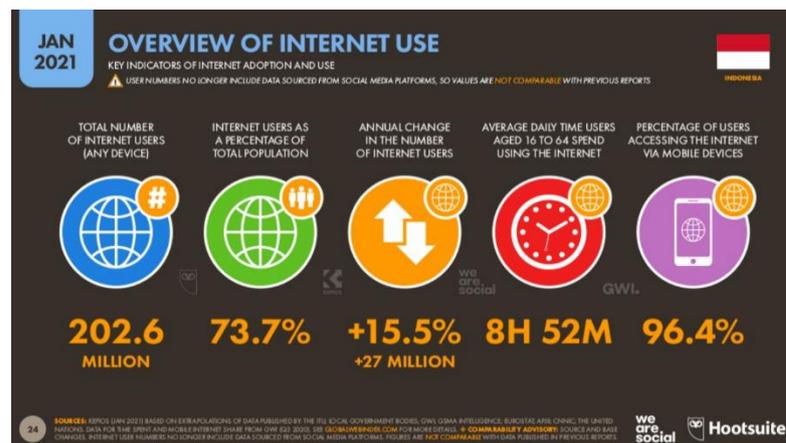
Sumber: Twitter ShopeePay (Twitter, 2021)

ShopeePay menggunakan media sosial Twitter untuk media promosi dan media komunikasi dengan para penggunanya pada Agustus 2020 dengan akun

resmi @ShopeePay_ID. ShopeePay memiliki *followers* sebesar 39 ribu dengan jumlah *tweets* 27.6 ribu.

1.2. Latar Belakang

Kemudahan masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari-hari didukung oleh perkembangan teknologi informasi yaitu internet. Internet merupakan jaringan komunikasi yang dapat menghubungkan media elektronik secara luas dengan media lainnya yang dapat tersebar dan terhubung di seluruh dunia (Muslim & Dayana, 2016). Berdasarkan pengertian internet tersebut, hal ini mendorong masyarakat untuk aktif menggunakan internet sehingga setiap orang dapat terhubung satu sama lain. Penggunaan internet di Indonesia Januari 2021 dapat dilihat pada Gambar 1.5 berikut.



Gambar 1.5 Penggunaan Internet di Indonesia Januari 2021

Sumber: Digital 2021 Indonesia (Hootsuite, 2021)

Berdasarkan Gambar 1.5 terlihat bahwa pengguna aktif internet di Indonesia tahun 2021 sebesar 202.6 Juta atau sebesar 73,7% dari total populasi dengan rata-rata menggunakan internet yaitu 8 jam 52 menit dalam sehari. Dan pengguna internet yang mengakses melalui *mobile* sebesar 96.4%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat sudah mengakses internet dari berbagai perangkat secara aktif. Hal tersebut dapat mendukung perkembangan teknologi terutama bidang *finance* di Indonesia. Produk teknologi yang dihasilkan oleh bidang *finance* yaitu *Fintech*. *Fintech* atau teknologi finansial merupakan penggunaan teknologi

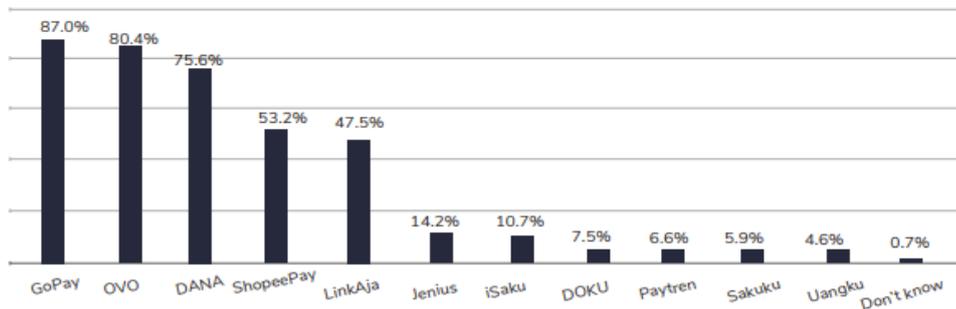
dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, dan keamanan (Bank Indonesia, 2017). Terdapat beberapa produk yang dihasilkan oleh teknologi *fintech* yang sering digunakan masyarakat Indonesia yang dapat dilihat pada Gambar 1.6 berikut.



Gambar 1.6 Produk *Fintech* yang Sering Digunakan Tahun 2020

Sumber: Fintech Report 2020 (DSResearch, 2020)

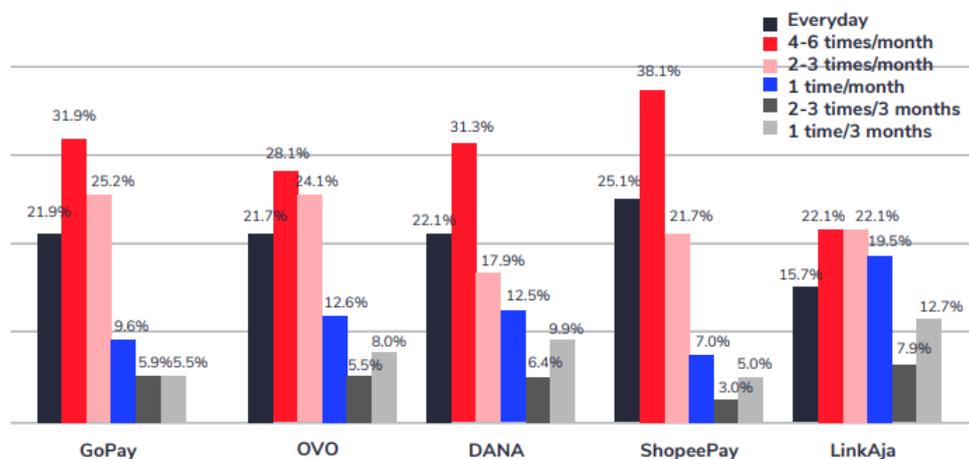
Berdasarkan Gambar 1.6 terlihat bahwa produk *fintech* yaitu *digital wallet* menempati posisi pertama dengan persentase sebesar 70,7%. *Digital wallet* merupakan layanan dompet digital berbasis *server* untuk menampung sejumlah uang non tunai dari pengguna yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan, mengirim, dan membayar secara langsung melalui aplikasi (DSResearch, 2020). Banyak layanan *Digital wallet* di Indonesia, beberapa diantaranya yaitu GoPay, Dana, OVO, LinkAja, ShopeePay, Jenius, Paytren, iSaku, DOKU, Sakuku, dan Uangku. Berdasarkan gambaran umum penelitian telah disampaikan bahwa Dana dan ShopeePay adalah objek pada penelitian ini. GoPay, OVO, Dana, ShopeePay, dan LinkAja adalah perusahaan *digital wallet* yang menempati posisi lima teratas *digital wallet* yang sering digunakan di Indonesia. Gopay memiliki persentase sebesar 87%, OVO sebesar 80.4%, Dana sebesar 75.6%, ShopeePay sebesar 53,2% dan LinkAja sebesar 47.5%. Data tersebut disampaikan oleh DSResearch melalui *Fintech Report 2020* yang terlihat pada Gambar 1.7 berikut.



Gambar 1.7 Produk *Digital Wallet* yang Sering Digunakan Tahun 2020

Sumber: *Fintech Report 2020* (DSResearch, 2020)

Pada Gambar 1.7 di atas terlihat bahwa Dana dan ShopeePay menempati posisi ketiga dan keempat sebagai produk *digital wallet digital* yang sering digunakan Tahun 2020. Namun pada sisi frekuensi penggunaan harian ShopeePay dan Dana berhasil menempati posisi pertama dan kedua yang terlihat pada Gambar 1.8 berikut.



Gambar 1.8 Frekuensi Penggunaan *Digital Wallet* Tahun 2020

Sumber: *Fintech Report 2020* (DSResearch, 2020)

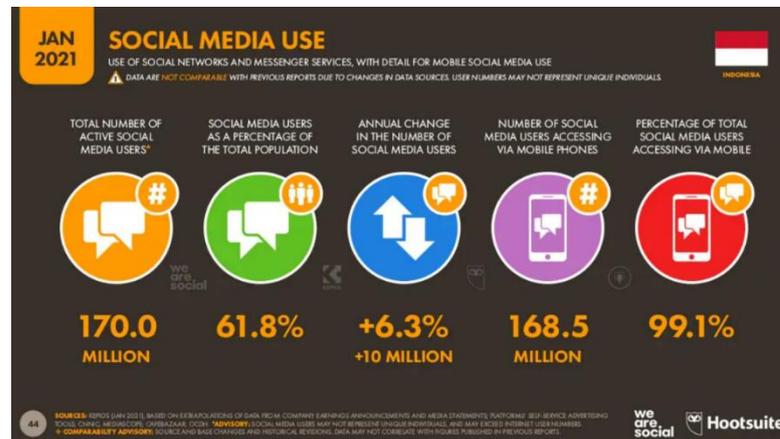
Pada Gambar 1.8 di atas terlihat bahwa Dana memiliki persentase sebesar 22.1% dan ShopeePay memiliki persentase sebesar 25.1%. Berdasarkan hal tersebut yang mendorong peneliti untuk memilih Dana dan ShopeePay sebagai objek penelitian karena Dana dan ShopeePay digunakan oleh pengguna setiap hari.

Persaingan yang cukup kompetitif antar layanan *digital wallet* membuat perusahaan harus dapat menjaga loyalitas pelanggan dengan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan *digital wallet*. Berdasarkan penelitian oleh (Foster, 2020) menyatakan bahwa dengan meningkatkan kualitas layanan *e-wallet* kepada konsumen dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Jika pengguna mengalami kendala saat menggunakan *digital wallet* seperti pemotongan saldo namun transaksi belum berhasil, *top up* yang belum berhasil, *transfer* yang belum berhasil dan kendala lainnya maka *customer service* harus bisa membantu pengguna dalam mengatasi kendala tersebut (Foster, 2020). Oleh karena itu, diperlukan adanya analisis terhadap kualitas layanan Dana dan ShopeePay untuk mengetahui apakah layanan *digital wallet* sesuai dengan harapan atau belum. Persepsi dari pengguna sangatlah penting untuk menentukan strategi dalam hal kualitas layanan agar dapat mempertahankan loyalitas dari para pengguna. Menurut (Mothersbaugh & Hawkins, 2016) Persepsi merupakan sebuah proses yang dimulai dengan eksposur dan sebuah perhatian dari para pengguna terhadap stimuli pemasaran dan diakhiri oleh intepretasi pengguna mengenai stimuli pemasaran tersebut. Strategi yang dapat digunakan untuk menganalisis kualitas layanan yaitu menggunakan metode *e-servqual*.

Menurut (Parasuraman et al., 2005) metode yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas layanan yaitu *e-servqual*. *E-servqual* merupakan kemampuan suatu situs dalam memberikan fasilitas yang efektif dan efisien untuk belanja *online*, pembelian *online*, dan dalam perolehan barang atau jasa (Parasuraman et al., 2005). Terdapat beberapa dimensi dari *e-servqual* yang dikemukakan oleh (Parasuraman et al., 2005) yaitu *efficiency* atau *efisiensi*, *fulfillment* atau pemenuhan, *system availability* atau ketersediaan sistem, dan *privacy* atau privasi. Sehingga untuk dapat meningkatkan kualitas layanan *digital wallet*, perusahaan harus dapat memenuhi dimensi *e-servqual*.

Perusahaan *digital wallet* memiliki cara berkomunikasi yang berbeda-beda kepada penggunanya. Perusahaan dapat memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi dengan para penggunanya. Media sosial juga dapat dimanfaatkan perusahaan untuk membagikan informasi terkait layanan dan bahkan sebagai media

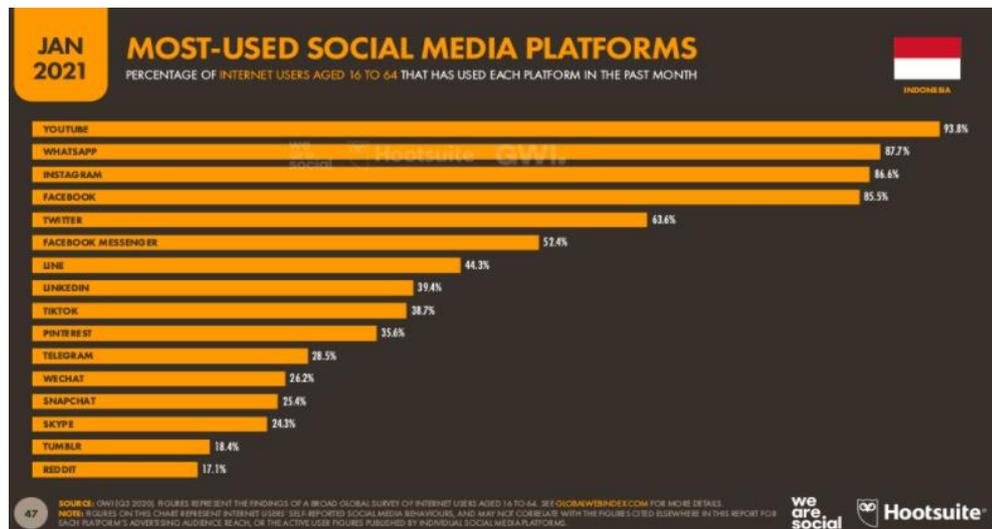
promosi. Data yang disajikan oleh Hootsuite terkait penggunaan media sosial di Indonesia pada Januari 2021 dapat dilihat pada Gambar 1.9 berikut.



Gambar 1.9 Penggunaan Media Sosial di Indonesia Januari 2021

Sumber: Digital 2021 Indonesia (Hootsuite, 2021)

Pada Gambar 1.9 terlihat bahwa Indonesia memiliki 170 juta pengguna aktif media sosial atau sebesar 61.8% dari total populasi. Angka pengguna aktif media sosial tumbuh sebesar 6.3% atau 10 juta dibandingkan Januari 2020. Pengguna media sosial yang mengakses melalui *mobile* sebesar 168.5 juta atau 99.1%. Berdasarkan data tersebut, perusahaan berkomunikasi dengan para penggunanya melalui media sosial adalah media komunikasi yang paling efektif. Media sosial yang sampai saat ini digunakan Dana dan ShopeePay salah satunya Twitter. Pengguna Dana dan ShopeePay dapat memberitahu kendala yang dialami saat menggunakan *digital wallet*, menanyakan informasi atau bahkan memberikan penilaian terkait *digital wallet* melalui *tweets* dengan *mention username* Dana dan ShopeePay yaitu @danawallet dan @ShopeePay_ID. Twitter merupakan salah satu media sosial yang sering digunakan di Indonesia yang menempati posisi lima teratas dengan persentase sebesar 63.6%. Media sosial populer lainnya yaitu Youtube dengan persentase 93.8%, WhatsApp sebesar 87.7%, Instagram sebesar 86.6%, dan Facebook sebesar 85.5%. Data tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.10.



Gambar 1.10 Media Sosial yang Sering Digunakan Januari 2021

Sumber: Digital 2021 Indonesia (Hootsuite, 2021)

Berdasarkan Gambar 1.10 terlihat bahwa Twitter menempati posisi kelima media sosial yang sering digunakan di Indonesia tahun 2021. Namun banyak pengguna Dana dan ShopeePay yang menyampaikan keluhan saat menggunakan *digital wallet* pada media sosial Twitter. Hal tersebut didukung oleh penelitian (Ogi et al., 2021) menyatakan bahwa *digital wallet* Dana memiliki persentase sentimen negatif yaitu 82.22% dan hasil pengolahan data *wordcloud* menyimpulkan banyak pengguna Dana yang kecewa terhadap *customer service* dalam menangani keluhan pengguna. Pada penelitian (Meidita et al., 2018) menyatakan bahwa pengguna kurang puas dengan fitur pembayaran ShopeePay.

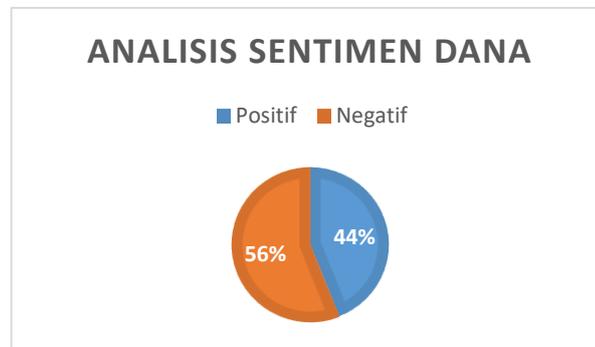
Peneliti juga melakukan pra-penelitian untuk menganalisis bagaimana kualitas layanan Dana dan ShopeePay di Twitter. Peneliti mengambil data Twitter atau *crawling* menggunakan bantuan aplikasi Google Colab dan *Application Programming Interface* Twitter. Data yang diambil adalah *tweets* yang mengandung kata kunci '@danawallet' dan '@ShopeePay_ID' yang diunggah pada 24 April 2021 sampai dengan 30 April 2021 dan didapatkan hasil data mentah sebesar 1000 data Dana dan 500 data ShopeePay. Data mentah yang didapatkan akan memasuki tahap *pre-processing* menggunakan aplikasi RapidMiner 9.1. Data bersih yang diperoleh sebesar 721 data Dana dan 225 data ShopeePay. Untuk melakukan proses analisis sentimen, data bersih tersebut akan diberikan label sentimen positif dan negatif yang nantinya akan diolah dengan RapidMiner 9.1. Hasil klasifikasi yang dilakukan RapidMiner 9.1 dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Hasil Klasifikasi Sentimen

<i>Digital wallet</i>	Sentimen Pengguna		Jumlah
	Positif	Negatif	
Dana	342	439	781
ShopeePay	41	184	225

Sumber: Olahan Penulis, 2022

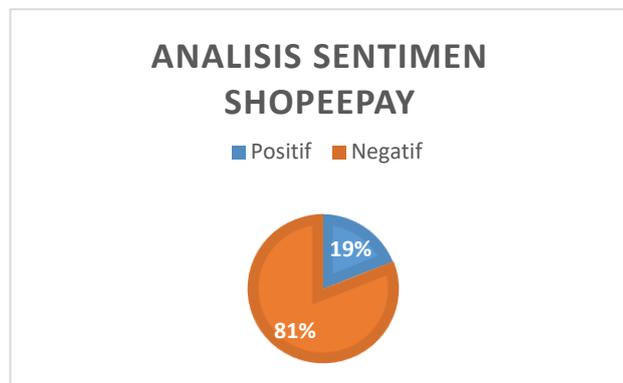
Pada Tabel 1.1 terlihat bahwa sentimen didominasi oleh sentimen negatif yang disampaikan pengguna terhadap layanan yang diberikan oleh Dana dan ShopeePay. Hasil klasifikasi sentimen Dana dapat dilihat pada Gambar 1.11.



Gambar 1.11 Analisis Sentimen Dana

Sumber: Olahan Penulis, 2022

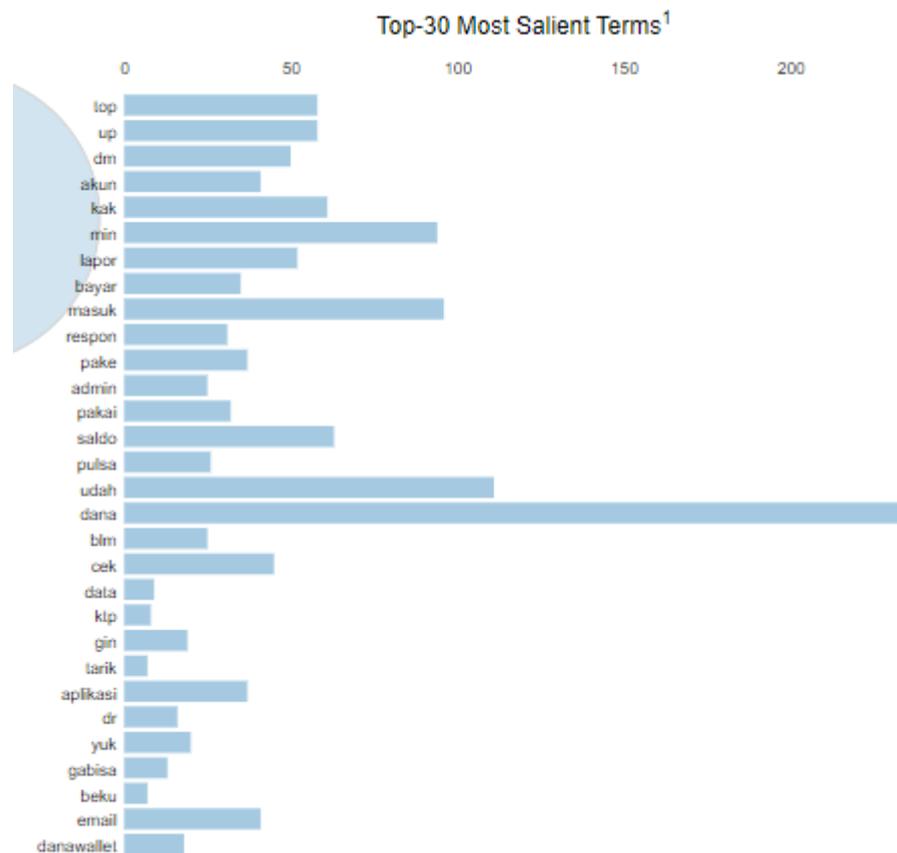
Gambar 1.11 dapat dikatakan bahwa kualitas layanan yang diberikan Dana belum maksimal. Visualisasi *pie chart* dari hasil klasifikasi sentimen ShopeePay dapat dilihat dari Gambar 1.12 berikut.



Gambar 1.12 Analisis Sentimen ShopeePay

Sumber: Olahan Penulis, 2022

Gambar 1.12 dapat dikatakan bahwa kualitas layanan ShopeePay belum maksimal. Peneliti juga melakukan pemodelan topik terkait topik-topik apa saja yang sering muncul terkait Dana dan ShopeePay berdasarkan *dataset*. Peneliti juga melakukan pemodelan topik terkait topik-topik apa saja yang sering muncul terkait Dana dan ShopeePay berdasarkan *dataset*. Peneliti menggunakan Google Colab. Peneliti mendapatkan topik utama dengan 30 kata yang relevan. Hasil pemodelan topik utama Dana dapat dilihat pada Gambar 1.13 berikut.



Gambar 1.13 Topik Utama Dana

Sumber: Olahan Penulis, 2022

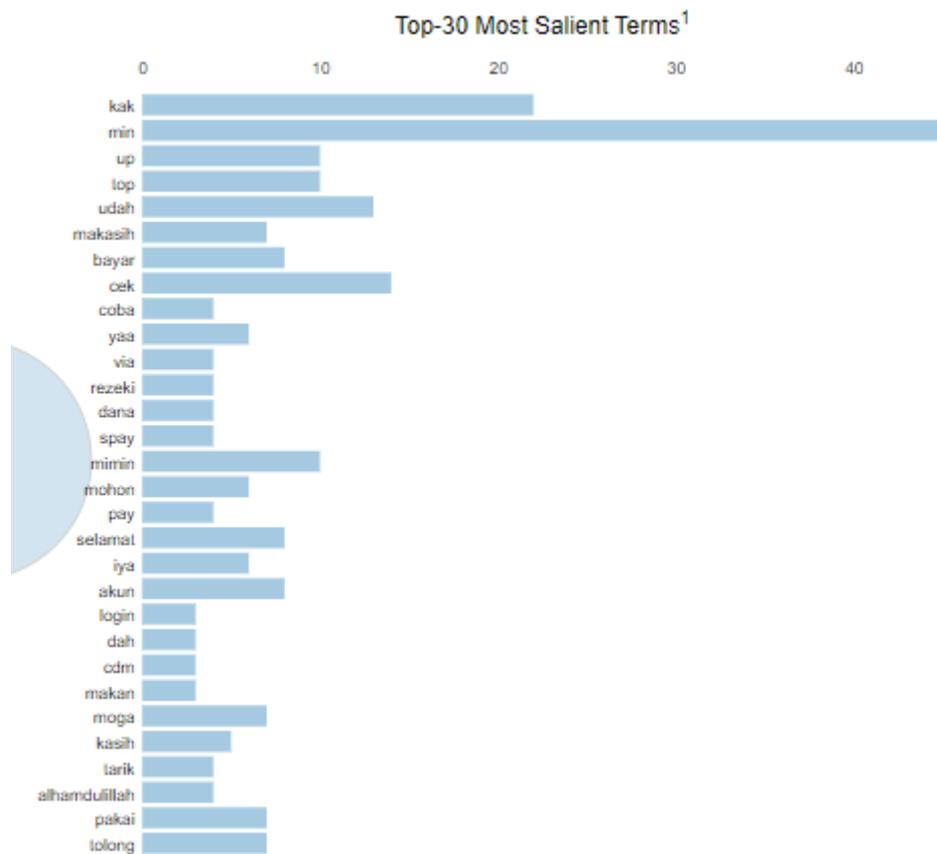
Pada Gambar 1.13 merupakan kata-kata yang mewakili topik utama pada Dana. Terdapat beberapa kata yang sering muncul yaitu ‘top’, ‘up’, ‘dm’, ‘kak’, ‘min’, ‘lapor’, ‘masuk’, ‘saldo’, ‘udah’, ‘dana’, dan ‘cek’. Dari kata-kata tersebut memperoleh hasil yaitu seputar:

- a. Top : merepresentasikan kegiatan pengisian ulang saldo yang dapat atau

tidak dilakukan pengguna di aplikasi Dana.

- b. Up : merepresentasikan kegiatan pengisian ulang saldo yang dapat atau tidak dapat dilakukan pengguna di aplikasi Dana
- c. Dm : merepresentasikan keluhan yang disampaikan pengguna melalui pesan pada Twitter milik Dana
- d. Kak : merepresentasikan panggilan sesama pengguna Dana
- e. Min : merepresentasikan *customer service* Dana untuk menangani kendala yang dialami oleh pengguna Dana.
- f. Laport : merepresentasikan pengguna yang menyampaikan keluhan kepada *customer service* Dana yang sudah direspon atau belum direspon.
- g. Masuk : merepresentasikan saldo pengguna yang sudah berhasil masuk atau belum berhasil masuk pada aplikasi Dana.
- h. Udah : merepresentasikan pengguna yang sudah menyampaikan keluhan kepada Dana.
- i. Dana : merepresentasikan aplikasi Dana
- j. Cek : merepresentasikan pengguna yang meminta *customer service* untuk memeriksa *dm* Twitter milik Dana.

Dari kata-kata tersebut dapat dikatakan bahwa topik utama Dana yaitu kelemahan pada sistem aplikasi Dana sehingga pengguna mengalami kesulitan pada saat melakukan *top up* saldo. Hasil pemodelan topik Dana juga sama dengan hasil pemodelan topik Shopeepay yang dapat dilihat pada Gambar 1.14.



Gambar 1.14 Topik Utama ShopeePay

Sumber: Olahan Penulis, 2022

Pada Gambar 1.14 merupakan kata-kata yang mewakili topik utama pada ShopeePay. Terdapat kata-kata yang sering muncul yaitu ‘kak’, ‘min’, ‘up’, ‘top’, ‘udah’, ‘bayar’, ‘cek’, ‘mimin’, ‘selamat’, dan, ‘akun’. Dari kata-kata tersebut memperoleh hasil yaitu seputar:

- a. Kak : merepresentasikan panggilan sesama pengguna ShopeePay.
- b. Min : merepresentasikan *customer service* ShopeePay untuk menangani keluhan yang disampaikan pengguna ShopeePay.
- c. Up : merepresentasikan kegiatan pengisian ulang saldo yang dapat dilakukan atau tidak dapat dilakukan pengguna ShopeePay.
- d. Top : merepresentasikan kegiatan pengisian ulang saldo yang dapat dilakukan atau tidak dapat dilakukan pengguna ShopeePay.

- e. Udah : merepresentasikan pengguna ShopeePay yang sudah menyampaikan keluhan.
- f. Bayar : merepresentasikan pengguna ShopeePay yang berhasil atau tidak berhasil membayar transaksi.
- g. Cek : merepresentasikan pengguna ShopeePay yang meminta *customer service* untuk memeriksa *dm* Twitter milik ShopeePay.
- h. Mimin : merepresentasikan *customer service* ShopeePay untuk menangani keluhan yang disampaikan pengguna ShopeePay.
- i. Selamat : merepresentasikan pengguna ShopeePay yang telah berhasil melakukan transaksi.
- j. Akun : merepresentasikan identitas pengguna Dana yang terkendala atau tidak terkendala.

Dari kata-kata di atas, terlihat bahwa kelemahan sistem ShopeePay sehingga pengguna ShopeePay mengalami kesulitan pada saat *top up* dan transaksi.

Berdasarkan fenomena di atas, peneliti ingin menganalisis kualitas layanan Dana dan ShopeePay berdasarkan dimensi *e-servqual*. Metode yang digunakan untuk menganalisis kualitas layanan berdasarkan dimensi *e-servqual* yaitu *sentiment analysis* dan *topic modelling*. Metode yang pertama yaitu *Sentiment Analysis* merupakan metode untuk melihat emosi dari pengguna seperti positif atau negatif terkait aplikasi serta dapat mendeteksi konteks pola yang terdapat pada teks (Masrury et al., 2019). *Dataset* yang berisi *tweet* pengguna akan diklasifikasikan terlebih dahulu berdasarkan metode *e-servqual* dengan dimensinya yaitu *efficiency* atau *efisiensi*, *fulfillment* atau pemenuhan, *system availability* atau ketersediaan sistem, dan *privacy* atau privasi lalu *dataset* tersebut akan diberi label apakah *tweet* tersebut bermakna positif atau negatif. Untuk mengklasifikasikan data yang belum diberi label itu bermakna positif atau negatif, dibutuhkan algoritma *machine learning* karena dinilai memiliki akurasi yang tinggi dalam mengklasifikasikan teks (Masrury et al., 2019). Pada penelitian ini, algoritma yang dipakai adalah Naive Bayes. Algoritma Naive Bayes akan membantu peneliti untuk mengklasifikasikan *dataset* berdasarkan dimensi *e-servqual* bermakna positif atau negatif. Metode analisis yang digunakan yaitu *topic modelling* merupakan metode untuk melihat

topik utama yang disampaikan pengguna terkait aplikasi. *Topic Modelling* adalah cara yang dilakukan untuk membiarkan teks berbicara. Algoritma yang digunakan untuk melakukan *topic modelling* adalah Latent Dirichlet Allocation atau LDA. Pada penelitian ini, *topic modelling* digunakan untuk mengetahui topik apa saja yang terbentuk pada masing-masing dimensi *e-servqual*.

Dengan melakukan analisis kualitas layanan berdasarkan dimensi *e-servqual* menggunakan metode *sentiment analysis* dan *topic modelling* maka dapat membantu Dana dan ShopeePay untuk mengevaluasi perusahaan apakah kualitas layanan yang diberikan memenuhi dimensi *e-servqual*. Berdasarkan paparan tersebut, maka peneliti bermaksud mengambil penelitian dengan judul “**Analisis Kualitas Layanan Digital Wallet Menggunakan Sentiment Analysis dan Topic Modelling**”

1.3. Perumusan Masalah

Kemudahan internet mendukung kemudahan masyarakat dalam pembayaran non tunai. Pembayaran non tunai menjadi opsi bagi masyarakat untuk melakukan pembayaran transaksi baik barang maupun jasa (Foster, 2020). Pembayaran non tunai dapat berupa *digital wallet* yang merupakan layanan dompet *digital* berbasis *server* untuk menampung sejumlah uang non tunai dari pengguna yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan, mengirim, dan membayar secara langsung melalui aplikasi (DSResearch, 2020). Beberapa perusahaan *digital wallet* diantaranya yaitu Dana dan ShopeePay. Mengalahkan posisi GoPay, OVO, dan LinkAja pada sisi frekuensi penggunaan harian, ShopeePay dan Dana berhasil menempati posisi pertama dan kedua sebagai produk yang sering digunakan setiap hari (DSResearch, 2020). Hal tersebut membuat persaingan yang cukup kompetitif antar layanan *digital wallet*. Berdasarkan hal tersebut, perusahaan *digital wallet* dapat menerapkan strategi untuk menjaga loyalitas pelanggan. Berdasarkan penelitian oleh (Foster, 2020) menyatakan bahwa dengan meningkatkan kualitas layanan *e-wallet* kepada konsumen dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Namun berdasarkan *tweet* pengguna Dana dan ShopeePay, kualitas layanan yang diberikan dinilai kurang maksimal. Pada penelitian (Ogi et al., 2021)

menyatakan bahwa *digital wallet* Dana memiliki persentase sentimen negatif yaitu 82.22% dan hasil pengolahan data *wordcloud* menyimpulkan banyak pengguna Dana yang kecewa terhadap *customer service* dalam menangani keluhan pengguna. Pada penelitian (Meidita et al., 2018) menyatakan bahwa pengguna kurang puas dengan fitur pembayaran ShopeePay. Berdasarkan pra-penelitian yang dilakukan peneliti, Dana memiliki persentase sentimen negatif sebesar 56% dan ShopeePay memiliki persentase sentimen negatif sebesar 81%. Topik yang dihasilkan oleh Dana dan ShopeePay dominan negatif. Berdasarkan hal tersebut, kualitas layanan Dana dan ShopeePay dinilai kurang maksimal.

Maka penelitian ini menerapkan metode *e-servqual* untuk mengetahui bagaimana persepsi akhir yang diberikan pengguna terkait kualitas layanan Dana dan ShopeePay serta untuk mengetahui apakah kualitas layanan Dana dan ShopeePay memenuhi dimensi *e-servqual*. Maka diajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana sentimen pengguna terhadap kualitas layanan Dana dan ShopeePay berdasarkan dimensi *e-servqual*?
2. Topik apa saja yang terbentuk pada masing-masing dimensi *e-servqual* untuk mengukur kualitas layanan Dana dan ShopeePay?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah?

1. Untuk mengetahui sentimen pengguna terhadap kualitas layanan Dana dan ShopeePay berdasarkan dimensi *e-servqual*
2. Untuk mengetahui topik apa saja yang terbentuk pada masing-masing dimensi *e-servqual* untuk mengukur kualitas layanan Dana dan ShopeePay.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik aspek

teoritis maupun aspek praktis.

1.5.1. Aspek Teoritis

Adapun manfaat dalam aspek teoritis dari hasil penelitian ini adalah dapat memberikan manfaat bagi para akademisi yang ingin memahami lebih dalam ilmu di bidang kepuasan pelanggan terhadap pelayanan *digital wallet*. Serta dapat menjadi sumber rujukan penelitian selanjutnya terkait Analisis Kualitas Layanan Menggunakan *Sentiment Analysis* dan *Topic Modelling*.

1.5.2. Aspek Praktis

Adapun manfaat dalam aspek praktis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi *digital wallet* yaitu Dana dan ShopeePay untuk mengetahui bagaimana analisis kualitas layanan menggunakan *sentiment analysis* dan *topic modelling* yang datanya diambil dari media sosial Twitter sehingga dapat meningkatkan kinerja pelayanan Dana dan ShopeePay.

1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berikut ini merupakan sistematika penulisan tugas akhir yang dibuat untuk menggambarkan secara umum mengenai penulisan hasil penelitian.

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan secara umum yang berisi tentang gambaran objek penelitian, latar belakang, penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori mulai dari umum sampai ke khusus, yang disertai dengan teori teori penelitian dan peneliti terdahulu dan serta adanya kerangka pemikiran penelitian dan jika ada dan diperlukan maka diakhiri dengan adanya hipotesis penelitian yang sesuai dengan topik peneliti.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini mengenai jenis penelitian yang terkait operasional variabel, populasi dan sampel, yang selanjutnya pengumpulan data dan sumber data, dan diakhiri dengan teknik analisis data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai karakteristik penelitian, hasil penelitian serta pembahasan terkait hasil penelitian.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini mencakup kesimpulan dan saran yang diberikan oleh peneliti. Kesimpulan menjabarkan atau menyimpulkan jawaban dari rumusan masalah yang dibuat secara singkat dan jelas. Saran yang diberikan berkaitan langsung dengan pembahasan penelitian.