

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kebijakan kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berubah menjadi 12% lewat Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) 2021 menimbulkan perdebatan di kalangan Masyarakat. Alasan pemerintah melakukan ini untuk meningkatkan rasio pajak Indonesia yang saat ini baru mencapai 9,8% dari Produk Domestik Bruto (PDB), jauh di bawah rata-rata negara ASEAN lain yaitu 14,3%. Tambahan sebesar Rp32 triliun per tahun menjadi target yang diharapkan untuk Pembangunan infrastruktur dan program sosial. Tetapi hal ini menimbulkan kekhawatiran kepada Masyarakat berpenghasilan rendah.

Data Badan Pusat Statistik menunjukkan 45% keluarga yang memiliki pendapatan di bawah Rp2 juta per bulan mengalokasikan kurang lebih 78%nya untuk membeli barang yang dikenai PPN seperti makanan dan transportasi. Dari data tersebut bisa diindikasikan potensi beban regresif dan kebijakan tersebut pada kelompok menengah ke bawah. Survei LPEM FEB UI pada 2023 menunjukkan 67% UMKM merasa kesulitan dalam menyesuaikan harga jual karena khawatir kehilangan pelanggan, sedangkan 82% pelanggan mengalami kenaikan barang pokok sebesar 5-15%. Nurhayati (2023) bahkan bilang bahwa kebijakan tersebut sebagai “pisau bermata dua” karena memiliki potensi memperbesar ketimpangan sosial walaupun untuk memperkuat *fiscal* negara.

Twitter telah menjadi media sosial yang digunakan Masyarakat dalam mengekspresikan pemikiran atau opini mereka secara publik. Dengan lebih dari 24,5 juta pengguna aktif di Indonesia, twitter menjadi tempat yang sangat relevan untuk melihat persepsi dan sentimen Masyarakat terkait kebijakan ini. Tagar #PPN12% telah menjadi trending topik pada twitter selama berminggu-minggu, hal ini menunjukkan adanya ketegangan antara kebijakan pemerintah dan realita yang dirasakan oleh Masyarakat.

Penelitian terdahulu oleh Wijayanti dan Fauzi (2024) menemukan sekitar 73% diskusi masyarakat mengenai kebijakan pemerintah di Twitter memiliki sifat emosional, bahkan penggunaan satire dan sarkasme meningkat 210% sejak 2019. Santoso(2023) menyebut bahwa partisipasi politik digital sekarang banyak

diekspresikan dengan media sosial, membuat *tweet* sebagai bentuk baru masyarakat dalam berpartisipasi diskusi mengenai kebijakan pemerintah.

Tetapi menurut laporan oleh Badan Lubang Keuangan (2023), sekitar 89% penelitian perpajakan di Indonesia masih berfokus pada pendekatan makro ekonomi kuantitatif, dan hanya 7% yang mengeksplorasi sentimen publik berbasis media sosial. Padahal, analisis sentimen sudah digunakan oleh berbagai negara-negara G20 sebagai alat evaluasi kebijakan sejak 2020 dengan hasil akurasi prediksi sosial mencapai 79%.

Untuk menjawab kesenjangan ini, penelitian ini menggabungkan dua metode algoritma yaitu *Support Vector Machine (SVM)* dan *Naïve Bayes (NB)*. *Support Vector Machine (SVM)* dipilih karena kemampuannya menangani data tidak linier dan penuh *noise* pada teks media sosial, sebagaimana dibuktikan oleh Silva et al. (2023) dalam studi kasus pajak di Brasil. Sementara itu, *Naïve Bayes (NB)* unggul dalam mengenali pola kata kunci pada dataset terbatas dan informal, sesuai dengan karakteristik *tweet* di Indonesia yang 58% di antaranya menggunakan Bahasa campuran dan tidak baku. Kombinasi kedua metode ini diharapkan menghasilkan akurasi analisis sentimen yang lebih stabil dan efisien, sebagaimana ditunjukkan oleh Rahman dan Putra (2023) dengan selisih akurasi di bawah 8%.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi strategis, baik bagi pemerintah sebagai bahan evaluasi dan prediksi respons publik, maupun bagi masyarakat dalam meningkatkan literasi *fiscal*. Studi serupa telah diterapkan di Malaysia untuk memprediksi dampak sosial atas kebijakan kenaikan *Goods dan Servis Tax (GST)* tahun 2022 dengan hasil yang positif. Berdasarkan kepentingan dan relevansi tersebut, maka dilakukan penelitian berjudul “Analisis Sentimen Pengguna Twitter Terhadap Kebijakan Kenaikan PPN 12% Menggunakan Metode *Support Vector Machine dan Naïve Bayes*”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah ditulis, maka didapatkan identifikasi masalah pada penelitian ini adalah :

1. Kebijakan pemerintah dalam menaikkan PPN 12% ini menuai banyak

perdebatan dari masyarakat di Indonesia.

2. Masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah dan pelaku UMKM menjadi kelompok yang paling terdampak oleh kebijakan PPN 12%.
3. Belum diketahui metode mana yang lebih efektif antara SVM dan *Naïve Bayes* dalam analisis sentimen terkait kebijakan PPN 12%.

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah dari permasalahan yang telah diuraikan diatas, diantaranya :

1. Penelitian dibatasi pada analisis sentimen di platform Twitter dengan sampel *tweet* terkait PPN 12%.
2. Penggunaan algoritma *Support Vector Machine* (SVM) dan Naive Bayes (NB) sebagai metode utama, tanpa membandingkan dengan algoritma lain.
3. Data di twitter terbatas pada bahasa Indonesia.
4. Sentimen pada penelitian ini diklasifikasikan menjadi tiga yaitu positif, netral, dan negatif.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan batasan masalah yang sudah diuraikan diatas dirumuskan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana hasil analisis sentimen pengguna twitter terhadap kebijakan kenaikan PPN 12% menggunakan metode *Support Vector Machine* dan *Naive Bayes*.”

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah Mendapatkan hasil akurasi analisis sentimen terhadap kebijakan kenaikan PPN 12% menggunakan metode *Support Vector Machine* dan *Naive Bayes* dengan klasifikasi positif, netral, dan negatif.

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana opini masyarakat terhadap kebijakan kenaikan PPN 12%.
2. Menjadi bahan pembelajaran penerapan metode *Support Vector Machine* dan *Naive Bayes* dalam analisis sentimen.



Intelligentia - Dignitas