

**PERSEPSI PUBLIK TERHADAP AKUNTANSI SYARIAH MELALUI
SENTIMENT ANALYSIS PADA BRAND24: STUDI KASUS
PEMBIAYAAN MIKRO SYARIAH**

**Dini Febianti¹, Lailatul Fadhilah², Savira Salsabila³,
Muhammad Rikzam Kamal⁴**

^{1,2,3,4} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negri K.H. Abdurrahman Wahid
Corresponding author: lailatul.fadhilah@mhs.uingusdur.ac.id

Abstract

This study is motivated by the importance of understanding how public perceptions are formed regarding Islamic accounting, particularly in the context of Islamic microfinance, which plays a crucial role in promoting financial inclusion and economic empowerment of communities in Indonesia. The objective of this study is to identify and analyze patterns of public sentiment toward Islamic microfinance through a digital sentiment analysis approach using the Brand24 tool. The research employs a qualitative descriptive method within a constructivist paradigm, with data collected non-participatively through online monitoring across various social and non-social media platforms during the period from April 19 to May 19, 2025. A total of 9,546 mentions were detected, reaching an audience of 38 million people. The analysis results showed a dominance of positive sentiment at 87%, while negative sentiment accounted for only 13%, with the BSI KUR program being the primary driver of positive sentiment. These findings indicate that public perception of Islamic accounting in microfinance is highly positive, especially when compared to similar studies that tend to yield a more balanced distribution of sentiment between positive, negative, and neutral. In this context, the number of 9,546 mentions is significant, especially since it comes from a wide audience reach and involves thousands of online conversations across various information channels, which strengthens the social validity of these findings. From an academic perspective, this study contributes to the strengthening of Islamic accounting through an understanding of public perception and serves as a basis for regulators to promote transparency and consumer protection in Islamic microfinance. In conclusion, the use of sentiment analysis technology can provide real-time insights into public opinion and has the potential to become a strategic tool in enhancing public trust and participation in Islamic financial services.

Persepsi Publik Terhadap Akuntansi Syariah Melalui *Sentiment Analysis* Pada Brand24: Studi Kasus Pembiayaan Mikro Syariah

Keywords: Public Perception, Sharia Accounting, Sharia Microfinance, Sentiment Analysis, Brand24

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya memahami bagaimana persepsi publik terbentuk terhadap akuntansi syariah, khususnya dalam konteks pembiayaan mikro syariah yang memiliki peran penting dalam mendorong inklusi keuangan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat di Indonesia. Tujuan dari studi ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis pola sentimen publik terhadap pembiayaan mikro syariah melalui pendekatan analisis sentimen berbasis digital dengan menggunakan alat Brand24. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dalam paradigma konstruktivisme, dengan pengumpulan data secara non-partisipatif melalui pemantauan daring di berbagai platform media sosial dan non-sosial selama periode 19 April hingga 19 Mei 2025. Sebanyak 9.546 mention berhasil terdeteksi, dengan jangkauan audiens mencapai 38 juta orang. Hasil analisis menunjukkan dominasi sentimen positif sebesar 87%, sementara sentimen negatif hanya 13%, di mana program KUR BSI menjadi pendorong utama sentimen positif. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi publik terhadap akuntansi syariah dalam pembiayaan mikro sangat positif, terutama jika dibandingkan dengan studi sejenis yang cenderung menghasilkan distribusi sentimen lebih seimbang antara positif, negatif, dan netral. Dalam konteks ini, jumlah 9.546 mention termasuk signifikan, terutama karena berasal dari cakupan audiens yang luas dan melibatkan ribuan percakapan daring di berbagai kanal informasi, yang memperkuat validitas sosial dari temuan ini. Secara keilmuan, studi ini berkontribusi pada penguatan akuntansi syariah melalui pemahaman persepsi publik, serta menjadi dasar bagi regulator untuk mendorong transparansi dan perlindungan konsumen dalam pembiayaan mikro syariah. Kesimpulannya, penggunaan teknologi analisis sentimen dapat memberikan gambaran real-time mengenai opini publik dan berpotensi menjadi alat strategis dalam peningkatan kepercayaan dan partisipasi masyarakat terhadap layanan keuangan syariah.

Kata kunci: Persepsi Publik, Akuntansi Syariah, Pembiayaan Mikro Syariah, Analisis Sentimen, Brand24

A. Pendahuluan

Akuntansi syariah adalah sistem pelaporan keuangan yang didasarkan pada syariah Islam, yang menekankan pencatatan transaksi yang akurat dan terbuka serta menegakkan prinsip keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab

Persepsi Publik Terhadap Akuntansi Syariah Melalui *Sentiment Analysis* Pada Brand24: Studi Kasus Pembiayaan Mikro Syariah

sosial.¹ Akuntansi syariah berperan penting dalam menjamin transparansi dan kepatuhan syariah dalam pembiayaan mikro. Meskipun tidak selalu dipahami secara teknis oleh nasabah, prinsip akuntansi syariah memberikan rasa keadilan dan kepercayaan dalam proses pembiayaan. Pembiayaan mikro syariah bertujuan untuk mengatasi kemiskinan dan pemberdayaan umat melalui inklusi keuangan².

Perkembangan ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia menunjukkan tren yang semakin positif, dan pertumbuhan yang solid di tengah tantangan global, dengan total aset mencapai Rp 9.927 triliun atau 45% dari PDB Indonesia pada 2024, meskipun laju pertumbuhannya melambat dari 22% di tahun 2023 menjadi 11,8% di tahun 2024. Tren positif berlanjut di awal 2025, dengan market share mencapai 25,1% dan aset sebesar Rp 9.529,21 triliun per Kuartal 1³. Selain itu, sektor perbankan syariah menunjukkan kinerja yang luar biasa. Penyaluran pembiayaan akan meningkat 9,9% secara tahunan hingga 2024 menjadi Rp 643,55 triliun, dan penghimpunan Dana Pihak Ketiga akan meningkat 10% menjadi Rp 753,6 triliun. Capaian ini bahkan melampaui pertumbuhan industri perbankan nasional yang hanya berkisar 4–5%, sehingga memperkuat peran strategis sektor syariah dalam mendorong inklusi keuangan dan pembiayaan produktif, termasuk di segmen mikro dan usaha kecil.

Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami bagaimana persepsi publik terhadap akuntansi syariah terbentuk dan berkembang, khususnya dalam

¹ Muhammad Khoirul Anam, Asmitiya Meilinda, and Karina Atha Nabila, "Konsep Dan Teori Akuntansi Keuangan Syariah," *JAKSYA: Jurnal Akuntansi Syariah* 2, no. 2 (2024), <https://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/JISEF/article/download/1147/1093>.

² Muhammad Syahrul Hidayat et al., "Financial Inclusion through Islamic Microfinance: Empirical Evidence from Developing Countries," *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)* 11, no. 11 (2023): 5302–12, <https://doi.org/10.18535/ijssrm/v11i11.em03>.

³ Nadya Rose and Muhammad Azriel Wicaksono, "Perkembangan Total Aset Keuangan Syariah: Momentum Awal Tahun 2025," Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, n.d., <https://kneks.go.id/berita/703/perkembangan-total-aset-keuangan-syariah-momentum-awal-tahun-2025?category=1>.

Persepsi Publik Terhadap Akuntansi Syariah Melalui *Sentiment Analysis* Pada Brand24: Studi Kasus Pembiayaan Mikro Syariah

konteks pembiayaan mikro syariah, Peran strategis akuntansi syariah semakin meningkat karena mampu memastikan transparansi, akuntabilitas, dan kepatuhan syariah dalam transaksi keuangan, yang menjadi fondasi utama kepercayaan dan pertumbuhan sektor ekonomi syariah. Selain itu, akuntansi syariah juga mendukung efisiensi dan integritas lembaga keuangan dalam menyalurkan pembiayaan secara adil dan berkelanjutan. Potensi keuangan mikro syariah yang luar biasa Karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, semakin banyak orang di Indonesia yang menyadari pentingnya menerapkan prinsip syariah dalam setiap transaksi keuangan dan keuangan, dan sebagian besar orang tidak dapat mengakses produk dan jasa perbankan syariah, Karena itu penting untuk mengoptimalkan peran dan fungsi LKMS sebagai motor penggerak keuangan mikro syariah dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menggunakan produk dan jasa LKMS. Praktik akuntansi syariah yang mencerminkan transparansi dan kepatuhan syariah terbukti turut membentuk persepsi dan kepercayaan terhadap layanan keuangan syariah, sebagaimana ditunjukkan dalam sejumlah studi empirik ⁴.

Oleh karena itu, penggunaan teknologi digital seperti sentiment analysis menjadi relevan untuk menggali opini publik secara real-time dan objektif dalam upaya memahami persepsi dan tanggapan publik terhadap suatu topik atau produk. melalui pendekatan ini, memungkinkan kita untuk mengumpulkan informasi, sentimen, dan pendapat yang beredar di berbagai platform online, memberikan wawasan berharga untuk pengambilan keputusan dan strategi pemasaran yang lebih efektif. Untuk tujuan ini, Peneliti telah melakukan analisis menyeluruh menggunakan Brand24, karena kemampuannya mengumpulkan data real-time, menganalisis sentimen otomatis, dan menampilkan insight dari

⁴ Aan Nasrullah, "Upaya Peningkatan Partisipasi Masyarakat Dalam Penggunaan Produk Dan Jasa Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Sebagai Salah Satu Pilar Sistem Keuangan Nasional," *PROSIDING Seminar Nasional & Temu Ilmiah Jaringan Peneliti IAI* 1, no. 8 (2017): 14–29, <https://ejournal.iaida.ac.id/index.php/proceeding/article/view/180>.

Persepsi Publik Terhadap Akuntansi Syariah Melalui *Sentiment Analysis* Pada Brand24: Studi Kasus Pembiayaan Mikro Syariah

berbagai platform digital secara komprehensif. Peneliti telah menemukan sentimen publik yang sebenarnya dengan memanfaatkan kemampuan alat ini untuk menjelajahi berbagai aplikasi media sosial dan mengumpulkan data berdasarkan kata kunci tertentu ⁵.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Purwanto Widodo (2024) menemukan bahwa 64% populasi (masyarakat) telah mengetahui atau pernah mendengar tentang produk keuangan syariah. Namun, pengetahuan ini tidak mendorong mayoritas orang untuk menggunakan produk keuangan syariah hanya 34% dari responden memiliki atau pernah memiliki rekening bank syariah dan 34% mengajukan pembiayaan mikro syariah.⁶ Meskipun literasi masyarakat terhadap keuangan syariah cukup tinggi, penggunaan produk seperti pembiayaan mikro syariah masih rendah. Padahal, pembiayaan ini berpotensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat kecil. Studi yang menggunakan *sentiment analysis* untuk menilai persepsi publik terhadap perbankan syariah melalui Twitter, fokusnya masih bersifat makro dan belum menyentuh produk spesifik seperti pembiayaan mikro ⁷.

Melalui studi kasus terdahulu, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengkaji persepsi publik digital secara real-time terhadap pembiayaan mikro syariah, sekaligus mengaitkannya dengan nilai-nilai etika akuntansi syariah seperti transparansi dan keadilan. Dengan menggunakan alat bantu Band24, tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan pola sentimen masyarakat, baik positif, netral, atau negatif, yang terkait dengan penerapan

⁵ Nadinda Alisya and Hapsari Sholeha, "Analisis Media Monitoring Brand Facetology Pada Bulan Maret-April 2024 Menggunakan Analisis Tools Brand24," *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2, no. 5 (2024): 537-46, <https://doi.org/10.5281/zenodo.11515203>.

⁶ Purwanto Widodo et al., "Descriptive Analysis of the Perceptions of Umkm Actors Towards Islamic Microfinance Analisis Deskriptif Persepsi Pelaku Umkm Terhadap Pembiayaan Mikro Syariah," *Journal of Economic, Business and Accounting* 7, no. 3 (2024): 3994-4001.

⁷ Nadia Nurul Izza et al., "A Twitter Sentimen Analysis on Islamic Banking Using Drone Emprit Academic (DEA): Evidence from Indonesia," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 10, no. 5 (2023): 496-510, <https://doi.org/10.20473/vol10iss20235pp496-510>.

Persepsi Publik Terhadap Akuntansi Syariah Melalui *Sentiment Analysis* Pada Brand24: Studi Kasus Pembiayaan Mikro Syariah

akuntansi syariah dalam pembiayaan mikro syariah. Hasilnya diharapkan dapat membantu lembaga keuangan syariah meningkatkan laporan dan layanan mereka, serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem keuangan syariah secara keseluruhan.

B. Tinjauan Literatur

Teori Persepsi Publik

Menurut Kusnanto dan Hudi Yusuf (2024) dalam Jurnal Intelek dan Cendikiawan Nusantara (JICN) , proses komunikasi massa membentuk persepsi publik, yang sangat dipengaruhi oleh media massa. Media massa berfungsi sebagai penentu agenda, atau penentu agenda. Mereka memilih masalah apa yang harus disorot untuk mengarahkan perhatian dan kesadaran publik pada masalah tersebut. Oleh karena itu, media massa tidak secara langsung mengubah pendapat publik, sebaliknya mereka memiliki dampak yang signifikan terhadap pemikiran publik. Persepsi publik adalah hasil interpretasi individu terhadap informasi yang disebarkan melalui media, yang dipengaruhi oleh psikologi, sosiologi, dan budaya. Persepsi ini membentuk sikap dan tindakan masyarakat dalam kehidupan sosial dan politik ⁸. Teori ini relevan karena persepsi publik terhadap akuntansi syariah, termasuk dalam konteks pembiayaan mikro, dibentuk oleh paparan informasi di media digital yang dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan budaya. Melalui *sentiment analysis*, dinamika persepsi tersebut dapat diidentifikasi secara real-time untuk memahami kecenderungan opini publik yang berkembang.

⁸ Kusnanto and Hudi Yusuf, "Pengaruh Media Massa Terhadap Persepsi Dan Tingkat Kriminalitas: Analisis Terhadap Efek Media Dalam Pembentukan Opini Publik," *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara* 1, no. 2 (2024): 1047-61, <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>.

Persepsi Publik Terhadap Akuntansi Syariah Melalui *Sentiment Analysis* Pada Brand24: Studi Kasus Pembiayaan Mikro Syariah

Akuntansi syariah

Akuntansi syariah adalah sistem akuntansi yang berlandaskan pada nilai, etika, dan prinsip-prinsip syariah Islam. Sistem ini tidak hanya berfokus pada pencatatan dan pelaporan keuangan, itu juga menekankan aspek kewajiban moral dan spiritual kepada Allah SWT dan masyarakat. Tujuan akuntansi syariah adalah untuk memastikan transparansi, keadilan sosial ekonomi (al-falah), dan kebenaran dalam setiap transaksi keuangan. Beberapa prinsip utama akuntansi syariah yang diterapkan pada lembaga keuangan mikro syariah (LKMS) adalah sebagai berikut: kepemilikan bersama, pembagian keuntungan dan kerugian, larangan riba dan spekulasi, pertanggungjawaban (tanggung jawab), keadilan, kebenaran, dan kejujuran, tjaroh (bisnis), dan ta'awun (tolong menolong)⁹. Dalam riset ini, konteks akuntansi syariah merujuk pada nilai-nilai etis dan prinsip syariah yang dipersepsikan publik dalam praktik lembaga keuangan mikro syariah, khususnya terkait transparansi, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam pembiayaan.

Pembiayaan Mikro Syariah

Menurut Sulastris dan Iswandi (2023), pembiayaan mikro syariah adalah jenis pembiayaan usaha di mana dana dipinjamkan untuk usaha kecil yang dikelola oleh pengusaha mikro, yang merupakan usaha kecil dengan penghasilan di bawah rata-rata. Prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, transparansi, dan kemitraan tidak menjadi fokus utama pembiayaan mikro syariah. Diharapkan bahwa pembiayaan ini akan membantu usaha mikro mengatasi masalah permodalan, meningkatkan kesejahteraan ekonomi, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mengakhiri kemiskinan¹⁰.

⁹ Dewi Ratih and Eny Latifah, "Prinsip Akuntansi Syariah Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah Di Indonesia," *JISEF : Journal Of International Sharia Economics And Financial* 2, no. 02 (2024): 135–46, <https://doi.org/10.62668/jisef.v2i02.1147>.

¹⁰ Sulastris and Iswandi, "Analisis Risiko Pembiayaan Mikro Pada Bank Syariah," *Sanskara Manajemen Dan Bisnis* 1, no. 03 (2023): 229–34, <https://doi.org/10.58812/smb.v1i03.31>.

Persepsi Publik Terhadap Akuntansi Syariah Melalui *Sentiment Analysis* Pada Brand24: Studi Kasus Pembiayaan Mikro Syariah

Pembiayaan mikro syariah sangat penting untuk membantu pelaku usaha mikro yang sering mengalami kesulitan mendapatkan modal. Dengan pembiayaan mikro syariah, diharapkan lembaga keuangan syariah dapat membantu pengusaha mikro mengatasi masalah permodalan. Ini akan memungkinkan penciptaan lapangan kerja baru dan membantu mengurangi tingkat kemiskinan dan pengangguran di masyarakat. Selain itu, pembiayaan mikro syariah adalah alat yang sangat efektif untuk meningkatkan ekonomi lokal dan berkelanjutan. Pengusaha mikro dapat memperoleh manfaat dari layanan pembiayaan ini selain pinjaman modal, mereka juga menawarkan layanan manajemen usaha untuk memastikan bahwa bisnis mereka berjalan dengan baik dan tidak melakukan kesalahan¹¹.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, yang menekankan betapa pentingnya interaksi sosial, kerja sama, dan partisipasi aktif dalam pembentukan pengetahuan dan persepsi individu dalam konteks sosial¹². Dalam penelitian yang bertujuan untuk memahami bagaimana opini publik dibentuk terhadap akuntansi syariah dan pembiayaan mikro syariah tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses interaksi, diskusi, dan pertukaran informasi yang terjadi secara aktif di platform digital¹³. Untuk memahami proses ini, digunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan

¹¹ Ismail Keri, "ANALISIS PERAN PEMBIAYAAN SYARIAH TERHADAP MASYARAKAT PELAKU USAHA MIKRO (Studi Pada KSPPS Bakti Huria Syariah Cabang Bone)," *IBF JOURNAL : Perbankan Syariah & Keuangan* 2, no. 1 (2022): 174–99, [http://repositori.iain-bone.ac.id/807/%0Ahttp://repositori.iain-bone.ac.id/807/1/BAGIAN AWAL.pdf](http://repositori.iain-bone.ac.id/807/%0Ahttp://repositori.iain-bone.ac.id/807/1/BAGIAN%20AWAL.pdf).

¹² Khazin, "Teori Konstruktivisme Dalam Penggunaan Bahasa Indonesia Di Media Sosial : Kajian Linguistik Forensik," *PROSIDING SEMINAR NASIONAL BAHASA IBU (SNBI) XVI*, n.d., 53–60, <https://ojs.unud.ac.id/index.php/snbi/article/download/119374/59508/>.

¹³ Thomas Hanitzsch, "Teori Sistem Sosial Dan Paradigma Konstruktivisme: Tantangan Keilmuan Jurnalistik Di Era Informasi Thomas," *Jornal Da Sociedade Das Ciencias Medicas de Lisboa* 13, no. Education (2001): 218–29, <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/issue/view/52/showToc>.

Persepsi Publik Terhadap Akuntansi Syariah Melalui *Sentiment Analysis* Pada Brand24: Studi Kasus Pembiayaan Mikro Syariah

metode *sentiment analysis*. Tahapan pelaksanaan metode ini dimulai dari penentuan kata kunci yang relevan, seperti “akuntansi syariah” dan “pembiayaan mikro syariah”, yang kemudian dimasukkan ke dalam alat pemantauan media sosial Brand24. Aplikasi ini secara otomatis mengumpulkan data berupa mention, komentar, dan diskusi dari berbagai sumber seperti Twitter (X), Instagram, dan blog, selama periode pemantauan tertentu. Data yang terkumpul kemudian diklasifikasikan oleh sistem Brand24 ke dalam tiga kategori sentimen: positif, negatif, dan netral, berdasarkan analisis algoritma linguistik dan konteks kata.

Setelah data terkumpul, dilakukan proses pembersihan (*data cleaning*) untuk menghapus data yang duplikat, spam, atau tidak relevan. Validasi data dilakukan melalui dua pendekatan: pertama, validasi internal, yaitu dengan mengambil sampel data secara acak untuk dibandingkan secara manual apakah klasifikasi sentimen dari Brand24 sesuai dengan makna sebenarnya; kedua, validasi kontekstual, dengan cara membaca langsung isi komentar atau postingan untuk memastikan bahwa interpretasi sistem tidak menyimpang dari konteks sosial dan bahasa yang digunakan publik. Hasil dari Brand24 kemudian disajikan dalam bentuk visualisasi berbentuk grafik, dilengkapi dengan kutipan langsung dari komentar publik sebagai bukti dukung dalam analisis kualitatif. Proses ini memastikan bahwa hasil analisis benar-benar mencerminkan opini publik yang terbentuk dan berkembang secara sosial melalui media sosial.

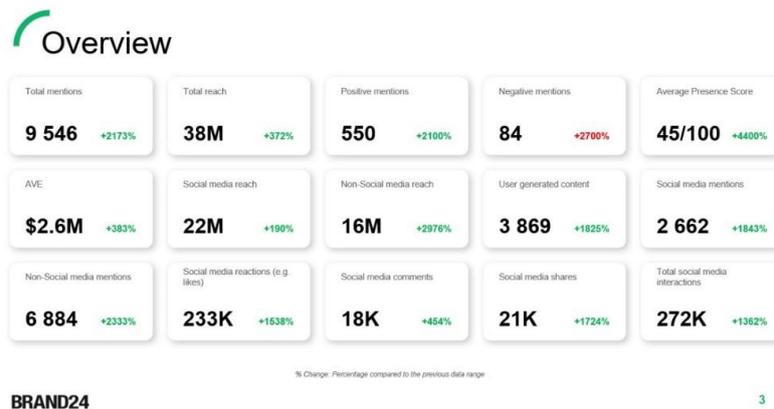
D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam upaya memahami persepsi dan tanggapan publik terhadap suatu topik atau produk, analisis media sosial memegang peranan penting. Melalui pendekatan ini, kita dapat menangkap peredaran informasi, sentimen dan opini yang beredar di berbagai *platform online*, memberikan wawasan berharga bagi pengambilan keputusan dan strategi pemasaran yang lebih efektif. Pada kesempatan kali ini, peneliti telah melakukan analisis mendalam menggunakan

Persepsi Publik Terhadap Akuntansi Syariah Melalui *Sentiment Analysis* Pada Brand24: Studi Kasus Pembiayaan Mikro Syariah

Brand24, sebuah alat pemantauan media sosial yang andal. Dengan memanfaatkan kemampuannya dalam menjelajahi berbagai aplikasi media sosial dan mengumpulkan data berdasarkan kata kunci yang ditentukan, peneliti mengungkap sentimen publik yang sebenarnya.

Analisis Awal Pengambilan Data



Gambar 1. Ringkasan berdasarkan Pengambilan Data

Sumber: Brand24 (2024)

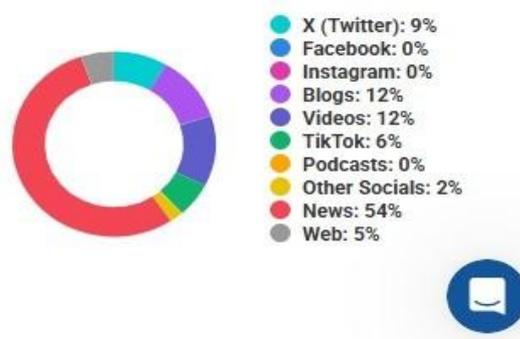
Berdasarkan Gambar 1, *overview* hasil monitoring Brand24, selama periode analisis tercatat total 9.546 penyebutan (mentions) terkait topik yang dimonitor. Dari jumlah tersebut, 2.662 penyebutan berasal dari media sosial dan 6.884 dari non-media sosial. Jumlah total penyebutan ini berhasil menjangkau estimasi 38 juta audiens, terdiri dari 22 juta jangkauan di media sosial dan 16 juta di non-media sosial. Interaksi di media sosial juga sangat tinggi, dengan total 272.000 interaksi yang mencakup 233.000 reaksi (likes), 18.000 komentar, dan 21.000 share. Selain itu, terdapat 3.869 konten buatan pengguna (user generated content) yang turut berkontribusi dalam penyebaran informasi dan memperluas jangkauan topik yang dimonitor. Dari seluruh percakapan yang terpantau, ditemukan 550 sentimen positif dan 84 sentimen negatif, dengan rata-rata Presence Score sebesar 45 dari 100. Nilai AVE (Advertising Value Equivalent) juga sangat tinggi, yakni \$2,6 juta, menunjukkan besarnya nilai eksposur media jika dikonversikan ke biaya iklan. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan

Persepsi Publik Terhadap Akuntansi Syariah Melalui *Sentiment Analysis* Pada Brand24: Studi Kasus Pembiayaan Mikro Syariah

peningkatan yang sangat signifikan dibandingkan periode sebelumnya, baik dari sisi volume penyebutan, jangkauan audiens, hingga nilai eksposurnya.

Analisis Jenis, Sumber Berita Dengan Data Terbanyak Terhadap Pembiayaan Mikro Syariah

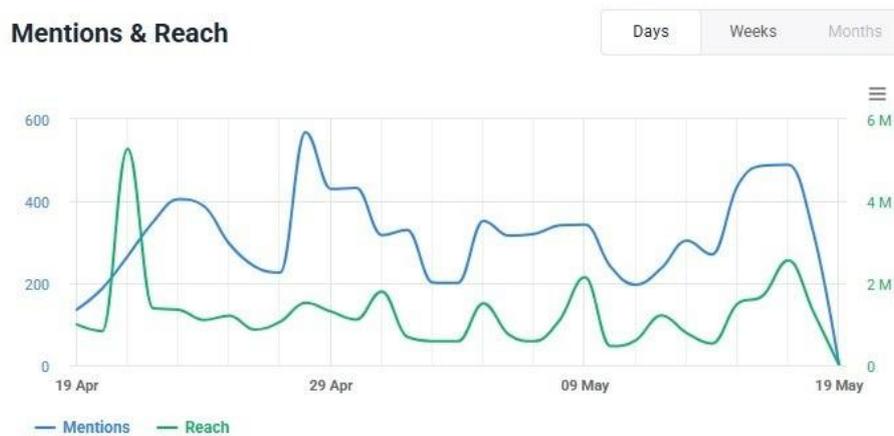
Disebutkan berdasarkan kategori



Gambar 2. Hasil Analisis Jenis Sumber tentang Pembiayaan Mikro Syariah

Dari Gambar 2. Distribusi penyebutan berdasarkan kategori, selama periode pemantauan, mayoritas mentions berasal dari kategori News yang mencapai 54% dari total penyebutan. Sumber lain yang juga cukup signifikan adalah Videos sebesar 12%, Blogs 12%, dan X (Twitter) sebesar 9%. Sementara itu, Web menyumbang 5% dari total mentions, TikTok 6%, dan Other Socials 2%. Tidak ditemukan penyebutan dari Facebook, Instagram, maupun Podcasts dalam periode ini. Data ini menunjukkan bahwa pemberitaan media online (News) menjadi kanal utama dalam penyebaran informasi terkait topik yang dimonitor, diikuti oleh konten video dan blog. Aktivitas di media sosial seperti X (Twitter) dan TikTok juga memberikan kontribusi, meskipun relatif lebih kecil dibandingkan kanal berita *online*.

Analisis Mention and Reach Terhadap Pembiayaan Mikro Syariah

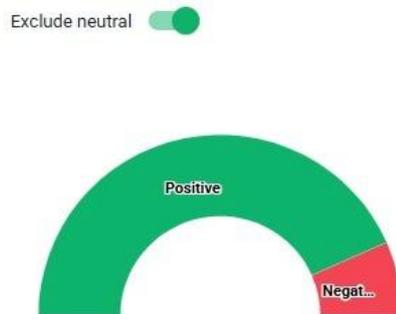


Gambar 3. Hasil Analisis *Mention & Reach* terhadap Pembiayaan Mikro Syariah

Gambar 3 menampilkan grafik “Mentions & Reach” selama periode 19 April hingga 19 Mei. Terlihat bahwa jumlah mentions (garis biru) mengalami beberapa lonjakan signifikan, dengan puncak tertinggi terjadi sekitar akhir April dan pertengahan Mei, yang hampir mencapai 600 mentions. Setelah setiap puncak, jumlah mentions cenderung turun sebelum naik kembali, menunjukkan pola fluktuatif. Sementara itu, reach (garis hijau) juga mengalami kenaikan dan penurunan, namun dengan angka yang lebih rendah dibandingkan mentions. Puncak reach terjadi di awal periode lebih dari 5 juta, lalu diikuti beberapa kenaikan lain yang tetap berada di bawah angka tersebut. Secara keseluruhan, grafik ini menunjukkan bahwa aktivitas penyebutan dan jangkauan audiens terhadap pembiayaan mikro syariah cukup dinamis, dengan beberapa periode peningkatan signifikan yang kemudian diikuti penurunan sebelum kembali naik.

Persepsi Publik Terhadap Akuntansi Syariah Melalui *Sentiment Analysis* Pada Brand24: Studi Kasus Pembiayaan Mikro Syariah

Analisis sentiment positif dan negatif terhadap pembiayaan ekonomi syariah



Gambar 4. Hasil Analisis *Sentiment* Positif & Negatif terhadap Pembiayaan Mikro Syariah

Berdasarkan Gambar 4, distribusi sentimen percakapan yang terpantau menunjukkan bahwa mayoritas sentimen bersifat positif dalam kurun waktu satu bulan. Hasil analisis ini didominasi warna hijau pada grafik, yang menandakan porsi sentimen positif jauh lebih banyak sebesar 87%, salah satu faktor atau penyebab tingginya sentimen positif dikarenakan adanya program KUR BSI yang mendorong minat para pelaku UMKM untuk mempelajari lebih lanjut terkait program pembiayaan tersebut. Sementara itu, sentimen negatif hanya sebesar 13% (ditandai warna merah). Grafik ini juga menunjukkan bahwa data yang ditampilkan sudah mengecualikan sentimen netral, sehingga hanya memperlihatkan perbandingan antara sentimen positif dan negatif.



Gambar 5. Contoh Berita Bersentimen Positif 19 April - 19 Mei 2025

Persepsi Publik Terhadap Akuntansi Syariah Melalui *Sentiment Analysis* Pada Brand24: Studi Kasus Pembiayaan Mikro Syariah

Dari Gambar 5, menunjukkan analisis sentimen positif terhadap pembiayaan mikro syariah, khususnya program KUR dari Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan plafon Rp50 juta. “ Program ini dinilai sangat cocok untuk pelaku UMKM yang ingin mengembangkan usaha tanpa terbebani bunga, karena mengikuti prinsip keuangan syariah. Artikel tersebut menyoroti bahwa banyak pelaku UMKM sedang mencari informasi terkait simulasi KUR”, yang mencerminkan minat dan respons pasar yang positif. Dari kutipan berita tersebut dapat digambarkan bahwa para pelaku UMKM tertarik dengan program KUR BSI karena menawarkan beban tanpa bunga dan mengikuti prinsip keuangan syariah dibuktikan dengan banyaknya pelaku UMKM yang mencari tahu lebih lanjut lewat simulasi program tersebut. Dukungan terhadap sistem tanpa bunga, reputasi BSI sebagai lembaga keuangan syariah, serta relevansi program ini bagi UMKM menjadi faktor utama yang membentuk sentimen positif tersebut.

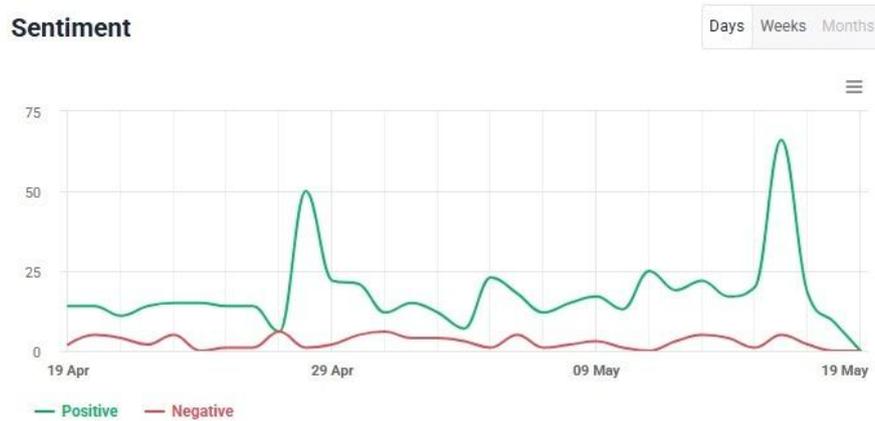


Gambar 6. Contoh Berita Bersentimen Negatif 19 April - 19 Mei 2025

Dari Gambar 6, Menunjukkan adanya permasalahan mikro keuangan yang diangkat dalam komentar tersebut berkaitan dengan tindakan Bank Syariah Indonesia (BSI) yang diduga menahan saldo pinjaman nasabah tanpa dasar hukum yang jelas. Tindakan ini dinilai merusak kepercayaan nasabah, tidak transparan, dan bertentangan dengan prinsip etika keuangan syariah.

Persepsi Publik Terhadap Akuntansi Syariah Melalui *Sentiment Analysis* Pada Brand24: Studi Kasus Pembiayaan Mikro Syariah

Ketidakjelasan penyelesaian dari pihak bank mendorong nasabah untuk mempertimbangkan langkah hukum dan administratif, mencerminkan lemahnya perlindungan konsumen dan kurang efektifnya mekanisme penyelesaian sengketa di tingkat lembaga keuangan.



Gambar 7. Hasil Analisis Sentimen Positif & Negatif dalam Konteks Akuntansi dan Keuangan Syariah serta Pembiayaan Mikro Syariah

Dari Gambar 7, Menunjukkan bahwa hasil grafik analisis sentimen yang menunjukkan perkembangan sentimen positif dan negatif dari tanggal 19 April hingga 19 Mei dibagi dalam skala mingguan untuk memberikan gambaran lebih rinci. Pada grafik ini, garis berwarna hijau mewakili sentimen positif, sedangkan garis berwarna merah menunjukkan sentimen negatif. Dari grafik terlihat bahwa sentimen positif cenderung lebih tinggi dibandingkan sentimen negatif selama periode waktu tersebut. Terdapat beberapa lonjakan signifikan pada sentimen positif, terutama sekitar akhir April dan pertengahan Mei, di mana angka sentimen positif mencapai puncaknya pada tanggal 16 Mei 2025 dengan 66 sentimen positif dan 5 sentimen negatif. Setelah mencapai puncak, sentimen positif kemudian menurun kembali. Sementara itu, sentimen negatif tampak relatif stabil dan jauh lebih rendah dibandingkan sentimen positif. Fluktuasi pada sentimen negatif tidak terlalu signifikan dan tetap berada pada kisaran

Persepsi Publik Terhadap Akuntansi Syariah Melalui *Sentiment Analysis* Pada Brand24: Studi Kasus Pembiayaan Mikro Syariah

rendah sepanjang periode yang diamati. Secara keseluruhan, grafik ini menunjukkan bahwa sentimen positif mendominasi dan mengalami beberapa kenaikan tajam, sedangkan sentimen negatif tetap stabil dan rendah selama satu bulan terakhir.

E. SIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengungkap persepsi publik terhadap akuntansi syariah dalam konteks pembiayaan mikro syariah melalui pendekatan *sentiment analysis* menggunakan alat Brand24. Temuan utama menunjukkan bahwa mayoritas sentimen publik bersifat positif, mencapai 87%, sedangkan sentimen negatif hanya sebesar 13%. Hasil ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia, khususnya pelaku UMKM, memiliki kecenderungan kuat untuk menerima sistem keuangan syariah, salah satunya berkat keberadaan program seperti KUR BSI yang menawarkan pembiayaan tanpa bunga berdasarkan prinsip syariah.

Sentimen positif didorong oleh persepsi akan keadilan, transparansi, serta manfaat ekonomi dan spiritual dari sistem keuangan syariah, yang selaras dengan prinsip-prinsip *maqashid al-syariah* yakni menjaga agama (*din*), jiwa (*nafs*), akal (*aql*), keturunan (*nasl*), dan harta (*mal*). Dalam hal ini, teori konstruktivisme sosial menjadi relevan karena persepsi publik yang terbentuk tidak hanya berdasarkan pengalaman individu, tetapi juga dipengaruhi oleh interaksi sosial dan media digital yang membentuk pemahaman kolektif masyarakat terhadap keuangan syariah.

Keunggulan dari penelitian ini terletak pada penggunaan metode digital berbasis big data yang bersifat real-time, sehingga dapat menangkap opini publik secara luas dan aktual. Penggunaan Brand24 memungkinkan peneliti menjangkau jutaan audiens dan memantau ribuan mention di berbagai platform digital. Temuan bahwa kategori News menjadi penyumbang mention terbanyak memperkuat argumen bahwa media daring memiliki peran penting dalam

Persepsi Publik Terhadap Akuntansi Syariah Melalui *Sentiment Analysis* Pada Brand24: Studi Kasus Pembiayaan Mikro Syariah

membentuk opini publik, memperluas literasi, dan meningkatkan kepercayaan terhadap pembiayaan mikro syariah.

Namun demikian, meskipun sentimen positif mendominasi, penelitian ini juga menemukan bahwa isu transparansi dan perlindungan konsumen masih menjadi sumber utama sentimen negatif. Hal ini mengindikasikan adanya celah antara idealisme sistem syariah dan implementasi di lapangan, yang perlu dikaji lebih lanjut melalui pendekatan teori kelembagaan atau teori perilaku konsumen syariah. Selain itu, keterbatasan platform yang dianalisis seperti tidak adanya data dari Instagram dan Facebook membatasi jangkauan analisis dan dapat mengurangi representativitas persepsi publik secara menyeluruh. Penelitian juga belum mengeksplorasi kategori sentimen netral yang berpotensi menyimpan pandangan ambigu, skeptis, atau belum terinformasikan secara utuh, yang justru bisa membuka ruang untuk strategi edukasi dan peningkatan kepercayaan publik.

Untuk pengembangan penelitian ke depan, disarankan agar dilakukan analisis lanjutan dengan cakupan waktu yang lebih panjang dan platform media sosial yang lebih beragam. Penelitian juga dapat diperluas dengan mengombinasikan *sentiment analysis* dengan wawancara mendalam atau survei kuantitatif guna menggali faktor-faktor yang lebih spesifik terkait persepsi publik dan perilaku pengguna terhadap pembiayaan mikro syariah. Hal ini akan memperkaya pemahaman dan memberikan dasar lebih kuat bagi pengambilan kebijakan oleh lembaga keuangan syariah..

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan penelitian ini. Peneliti mengapresiasi masukan berharga dari editor dan reviewer yang membantu memperbaiki kualitas naskah ini hingga layak diterbitkan. Tidak lupa, peneliti menghargai kontribusi rekan-rekan tim peneliti dan pihak-pihak

Persepsi Publik Terhadap Akuntansi Syariah Melalui *Sentiment Analysis* Pada Brand24: Studi Kasus Pembiayaan Mikro Syariah

yang telah menyediakan data serta informasi yang diperlukan, khususnya dalam pemanfaatan *tools* Brand24.

DAFTAR PUSTAKA

- Alisya, Nadinda, and Hapsari Sholeha. "Analisis Media Monitoring Brand Facetology Pada Bulan Maret-April 2024 Menggunakan Analysis Tools Brand24." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2, no. 5 (2024): 537–46. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11515203>.
- Anam, Muhammad Khoirul, Asmitiya Meilinda, and Karina Atha Nabila. "Konsep Dan Teori Akuntansi Keuangan Syariah." *JAKSYA: Jurnal Akuntansi Syariah* 2, no. 2 (2024). <https://azramedia-indonesia.com/index.php/JISEF/article/download/1147/1093>.
- Hanitzsch, Thomas. "Teori Sistem Sosial Dan Paradigma Konstruktivisme: Tantangan Keilmuan Jurnalistik Di Era Informasi Thomas." *Jornal Da Sociedade Das Ciencias Medicas de Lisboa* 13, no. Education (2001): 218–29. <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/issue/view/52/showToc>.
- Keri, Ismail. "ANALISIS PERAN PEMBIAYAAN SYARIAH TERHADAP MASYARAKAT PELAKU USAHA MIKRO (Studi Pada KSPPS Bakti Huria Syariah Cabang Bone)." *IBF JOURNAL : Perbankan Syariah & Keuangan* 2, no. 1 (2022): 174–99. <http://repositori.iain-bone.ac.id/807/%0Ahttp://repositori.iain-bone.ac.id/807/1/BAGIANAWAL.pdf>.
- Khazin. "Teori Konstruktivisme Dalam Penggunaan Bahasa Indonesia Di Media Sosial : Kajian Linguistik Forensik." *PROSIDING SEMINAR NASIONAL BAHASA IBU (SNBI) XVI*, n.d., 53–60. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/snbi/article/download/119374/59508/>.
- Kusnato, and Hudi Yusuf. "Pengaruh Media Massa Terhadap Persepsi Dan Tingkat Kriminalitas: Analisis Terhadap Efek Media Dalam Pembentukan Opini Publik." *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara* 1, no. 2 (2024): 1047–61. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>.
- Nadia Nurul Izza, Mia Sari, Mughnii Kahila, and Solahuddin Al-ayubi. "A Twitter Sentimen Analysis on Islamic Banking Using Drone Emprit Academic (DEA): Evidence from Indonesia." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 10, no. 5 (2023): 496–510.

**Persepsi Publik Terhadap Akuntansi Syariah Melalui *Sentiment Analysis* Pada
Brand24: Studi Kasus Pembiayaan Mikro Syariah**

<https://doi.org/10.20473/vol10iss20235pp496-510>.

Nasrullah, Aan. "Upaya Peningkatan Partisipasi Masyarakat Dalam Penggunaan Produk Dan Jasa Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Sebagai Salah Satu Pilar Sistem Keuangan Nasional." *PROSIDING Seminar Nasional & Temu Ilmiah Jaringan Peneliti IAI* 1, no. 8 (2017): 14–29.
<https://ejournal.iaida.ac.id/index.php/proceeding/article/view/180>.

Ratih, Dewi, and Eny Latifah. "Prinsip Akuntansi Syariah Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah Di Indonesia." *JISEF : Journal Of International Sharia Economics And Financial* 2, no. 02 (2024): 135–46.
<https://doi.org/10.62668/jisef.v2i02.1147>.

Rose, Nadya, and Muhammad Azriel Wicaksono. "Perkembangan Total Aset Keuangan Syariah: Momentum Awal Tahun 2025." Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, n.d.
<https://kneks.go.id/berita/703/perkembangan-total-aset-keuangan-syariah-momentum-awal-tahun-2025?category=1>.

Sulastri, and Iswandi. "Analisis Risiko Pembiayaan Mikro Pada Bank Syariah." *Sanskara Manajemen Dan Bisnis* 1, no. 03 (2023): 229–34.
<https://doi.org/10.58812/smb.v1i03.31>.

Syahrul Hidayat, Muhammad, Nurul Mazidah, Didik Supardana Setia Aksana, and Nurhayati. "Financial Inclusion through Islamic Microfinance: Empirical Evidence from Developing Countries." *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)* 11, no. 11 (2023): 5302–12.
<https://doi.org/10.18535/ijprm/v11i11.em03>.

Widodo, Purwanto, Airlangga Surya Kusuma, Salma Asla Salsabila Praza, and Hafizh Fadhilah Atmadja. "Descriptive Analysis of the Perceptions of Umkm Actors Towards Islamic Microfinance Analisis Deskriptif Persepsi Pelaku Umkm Terhadap Pembiayaan Mikro Syariah." *Journal of Economic, Business and Accounting* 7, no. 3 (2024): 3994–4001.