

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Sepeda motor menjadi pilihan kendaraan favorit bagi banyak orang karena kesederhanaannya yang memberikan kebebasan untuk mengeksplorasi berbagai destinasi dengan mudah. Sepeda motor memberikan pengalaman berkendara yang seru dan praktis berkat desainnya yang ringan dan bertenaga, memungkinkan aksesibilitas yang lebih baik terhadap berbagai rute dan area yang susah untuk dicapai oleh kendaraan lain. Selain itu, efisiensi bahan bakar dan kemampuan untuk melewati kemacetan membuat sepeda motor menjadi solusi transportasi yang ekonomis. Menurut Badan Pusat Statistik(BPS) jumlah sepeda motor di Indonesia pada tahun 2021 sebanyak 120.042.298 unit dari 141.992.573 unit kendaraan bermotor[1]. Hal ini menunjukkan bahwa sepeda motor masih mendominasi pasar kendaraan bermotor di Indonesia.

**Tabel 1.1 Penjualan Motor dari Tahun 2019-2021**

Merek	2019		2020		2021	
	Terjual	(%)	Terjual	(%)	Terjual	(%)
Honda	4.985.888	74,51	4.759.202	74,6	4.910.688	79,69
Yamaha	1.348.211	22,90	1.455.088	22,8	1.434.217	22,10
Suzuki	78.637	1,33	89.508	1,4	71.861	1,10
Kawasaki	72.191	1,22	78.982	1,22	69.766	1,07
TVS	1.176	0,01	331	0,01	898	0,01
<b>Total</b>	<b>5.886.103</b>	<b>100</b>	<b>6.383.111</b>	<b>100</b>	<b>6.487.430</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 1.1, Honda tetap menjadi merek yang mendominasi pasar sepeda motor selama periode 2019-2021, dengan pangsa pasar yang konsisten meningkat dari 74,51% pada tahun 2019 menjadi 79,69% pada tahun 2021. Yamaha berada di posisi kedua dengan pangsa pasar sebesar 22,10%, diikuti oleh Suzuki dengan pangsa pasar sebesar 1,10%. Kawasaki di posisi keempat dan TVS berada di posisi kelima dengan pangsa pasar masing-masing sebesar 1,07% dan 0,01%[2]. Data ini menunjukkan kepopuleran dan kepercayaan konsumen terhadap produk Honda.

Pada awal tahun 2023, Astra Honda Motor (AHM) menghadapi tantangan serius terkait rangka eSAF (*enhanced Smart Architecture Frame*).

Rangka eSAF adalah inovasi terbaru dalam pengembangan sepeda motor yang dikembangkan oleh PT Astra Honda Motor. Rangka eSAF adalah teknologi rangka terbaru yang disematkan pada beberapa jenis sepeda motor Honda seperti Honda Beat, Genio, Scoopy, dan Vario 160. Rangka eSAF dirancang dengan tujuan meningkatkan stabilitas handling, sehingga sepeda motor menjadi lebih mudah dikendarai, ringan, dan nyaman saat melakukan manuver. Rangka eSAF juga memungkinkan hadirnya fitur-fitur tambahan seperti kotak bagasi berkapasitas lebih besar tanpa mengorbankan desain keseluruhan sepeda motor[3].

Rangka eSAF Honda menghadapi sejumlah permasalahan sejak diperkenalkan pada tahun 2019, dengan keluhan patah rangka menjadi masalah yang paling sering muncul. Pada bulan Agustus 2023, seorang pengguna Honda Genio mengeluhkan rangka motornya yang patah saat melewati jalan berlubang[4]. Kemudian, pada bulan September 2023, pemilik Honda BeAT melaporkan bahwa rangka motornya mengalami keropos[5]. Sementara pada bulan Oktober 2023, pengguna Honda Scoopy mengeluhkan rangka motornya yang mengalami karat[5]. Keluhan terhadap rangka eSAF pada sepeda motor Honda telah menjadi viral di Indonesia. Meskipun Honda telah mengklaim bahwa "karat" pada rangka tersebut sebenarnya bukanlah karat, melainkan sisa silikat yang menempel pada permukaan rangka, beberapa konsumen tetap melaporkan masalah terkait kualitas dan kerentanan pada bagian rangka eSAF. Setelah permasalahan tersebut menjadi viral, Kementerian Perhubungan (Kemenhub) dan Komite Nasional Keselamatan Transportasi (KNKT) menjalankan penyelidikan yang mengidentifikasi sejumlah faktor penyebab patah rangka tersebut. Salah satunya adalah kualitas bahan baku, karena pelat baja yang digunakan dalam pembuatan rangka eSAF dapat memiliki cacat yang menjadi titik lemah[6]. Berdasarkan hasil penyelidikan, Kemenhub dan KNKT telah mengeluarkan rekomendasi kepada AHM untuk melakukan perbaikan pada kualitas bahan baku, proses produksi, dan petunjuk penggunaan rangka eSAF[7].

Masalah yang terkait dengan rangka eSAF memang telah menjadi topik pro dan kontra yang intens dikalangan masyarakat Indonesia. Situasi ini juga memicu banyak perbincangan di berbagai platform media sosial, termasuk X. Respon para pengguna X terhadap kondisi tersebut mengalami variasi yang signifikan. Beberapa di antara mereka merasa kecewa dan marah mengenai permasalahan berkarat dan kerusakan rangka pada sepeda motor Honda. Pengguna X berpandangan bahwa PT Astra Honda Motor (AHM) seharusnya bertanggung jawab sepenuhnya atas situasi ini dan segera mengambil langkah tegas untuk mengatasi permasalahan tersebut. Beberapa bahkan mengancam untuk menghentikan pembelian produk AHM apabila permasalahan ini tidak segera ditindaklanjuti. Disisi lain, terdapat pengguna yang lebih bijak dalam menanggapi situasi ini. Pengguna yang bijak memahami bahwa masalah teknis dapat terjadi pada produk apa pun dan yang terpenting adalah tanggapan yang diberikan oleh perusahaan terhadap masalah tersebut.

Berdasarkan laporan keuangan tahunan PT. Astra International Tbk. pada tahun 2023, jumlah unit sepeda motor yang terjual pada triwulan 1 tahun 2023 oleh PT Astra Honda Motor adalah 1.401.000 unit. Jumlah unit sepeda motor yang terjual pada triwulan 2 tahun 2023 oleh PT Astra Honda Motor adalah sebanyak 1.02.000 unit[8]. Pada triwulan 1 dan 2 merupakan jumlah penjualan honda sebelum munculnya masalah rangka esaf. Pada triwulan ketiga tahun 2023, PT Astra Honda Motor menjual sebanyak 1.344.312 unit sepeda motor. Pada triwulan keempat tahun 2023, PT Astra Honda Motor menjual sebanyak 952.688 unit. Pada triwulan 3 dan 4 merupakan jumlah penjualan honda sesudah munculnya masalah rangka esaf. Berdasarkan laporan tersebut terjadinya penurunan penjualan pada triwulan 3 dan 4.

X sebelumnya bernama Twitter resmi berganti nama pada tanggal 23 Juli 2023 adalah salah satu platform sosial media yang digunakan oleh pengguna untuk mengungkapkan ulasan, pandangan, dan pemikiran mereka mengenai berbagai topik atau isu yang sedang tren melalui kolom *tweet*[9]. X menjadi sarana yang digunakan untuk diskusi dan berbagi informasi mengenai masalah ini. X merupakan sumber data yang sangat relevan untuk analisis sentimen

karena platform ini menyediakan akses ke informasi dalam waktu nyata, memungkinkan analisis sentimen untuk merefleksikan perubahan opini dan perasaan masyarakat secara cepat. X memiliki jutaan pengguna yang aktif setiap harinya yang dapat menghasilkan volume data yang besar, memungkinkan analisis sentimen untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang sentimen publik[10]. Keberagaman pengguna di X menciptakan lingkungan yang beragam, memungkinkan untuk memahami berbagai pendapat dan perasaan. Melihat berbagai respon yang muncul dari masyarakat, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sentimen masyarakat mengenai rangka eSAF dengan menggunakan data yang diperoleh dari X.

Analisis sentimen adalah proses evaluasi dan pemahaman perasaan, opini, atau sentimen yang terkandung dalam teks, biasanya dalam bentuk ulasan, komentar, atau konten teks lainnya[11]. Tujuan dari analisis sentimen adalah untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan apakah teks tersebut mengandung sentimen positif atau negatif terhadap suatu topik atau entitas tertentu[12]. Tujuan utama analisis sentimen terhadap rangka eSAF pada media sosial X adalah untuk memahami dan mengukur respons serta pandangan pengguna X terhadap masalah dan kualitas rangka eSAF Honda. Salah satu metode yang bisa dipakai dalam analisis sentimen yaitu *Support Vector Machine*(SVM). SVM merupakan salah satu metode dalam *machine learning* yang merujuk pada teori pembelajaran statistik struktural. Performa algoritma ini unggul jika dibandingkan dengan metode *machine learning* lainnya[13].

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini dilakukan untuk mengekstrak data dari X dan melakukan analisis sentimen terhadap reaksi netizen Indonesia terhadap rangka eSAF Honda. Dalam penelitian ini, menggunakan analisis sentimen untuk mengolah data respons *tweet* guna menentukan respon tersebut dikategorikan sebagai positif atau negatif. Analisis sentimen pada penelitian ini menerapkan algoritma *Support Vector Machine*(SVM).

## 1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini, banyaknya tanggapan dan pendapat dari netizen Indonesia mengenai masalah rangka eSAF Honda dan adanya perbedaan jumlah penjualan produk Honda sebelum dan sesudah permasalahan rangka eSAF serta algoritma *Support Vector Machine* dapat digunakan dalam analisis sentimen.

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, dapat dirumuskan pertanyaan penelitian yaitu:

1. Bagaimana sentimen publik terhadap rangka eSAF Honda di media sosial X?
2. Bagaimana algoritma *Support Vector Machine (SVM)* dapat digunakan untuk menganalisis sentimen tersebut dengan akurasi yang tinggi?

## 1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini:

1. Data yang dikumpulkan merupakan hasil *crawling* dari ulasan di X. Data yang dikumpulkan mulai tanggal 1 Agustus 2023 sampai dengan 31 Desember 2023 dengan *keyword* “esaf Honda”.
2. Penelitian ini hanya menganalisis teks *tweet* yang ditulis dalam bahasa Indonesia.
3. Penelitian ini hanya menganalisis sentimen pada media sosial X.
4. Penelitian ini hanya menganalisis sentimen pada positif dan negatif.

## 1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui sentimen publik terhadap rangka eSAF Honda melalui analisis data X.
2. Mengetahui hasil akurasi metode *Support Vectore Machine (SVM)* dalam melakukan sentimen analisis terhadap rangka eSAF Honda di media sosial X.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah

1. Memberikan ringkasan opini publik terhadap rangka eSAF berdasarkan analisis data X.
2. Membantu AHM untuk mengevaluasi dan meningkatkan pelayanannya dengan mengetahui sentimen yang dominan dari masyarakat.
3. Memberikan informasi yang relevan bagi pihak yang memiliki kepentingan dalam mengambil keputusan.
4. Mengetahui performa algoritma *Support Vector Machine*(SVM) dalam melakukan sentimen analisis.
5. Menjadi sumber referensi untuk penelitian serupa.