

BAB 1

PENDAHULUAN

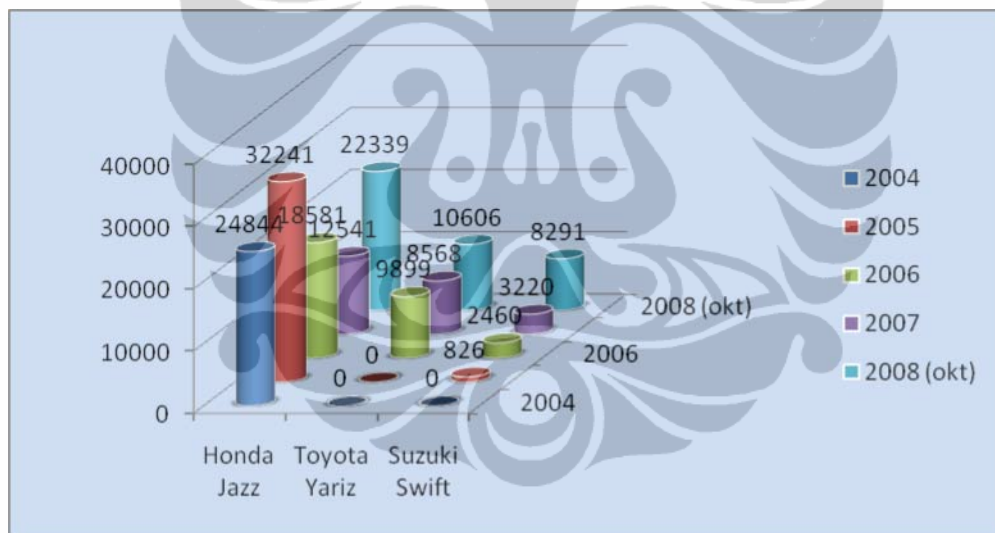
1.1 Latar Belakang

Kebutuhan atas kendaraan pribadi di Indonesia cenderung meningkat meskipun pada sekarang ini krisis keuangan global terjadi di beberapa negara termasuk Indonesia, tingginya tingkat suku bunga dan fluktuasi harga bahan bakar cukup berpengaruh terhadap penjualan kendaraan pribadi namun permintaan atas kendaraan pribadi terutama untuk kendaraan dengan mesin berkapasitas 1500cc masih menjanjikan, kurangnya akses terhadap alat transportasi publik menjadi alasan mengapa masyarakat Indonesia lebih memilih kendaraan pribadi selain itu alasan prestise juga mempengaruhi hal tersebut. Konsumen lebih berhati-hati dalam memilih tipe kendaraan, penggunaan bahan bakar yang irit menjadi pertimbangan penting dalam pemilihan bahan bakar selain itu terbatasnya lahan parkir juga menjadi pemicu perubahan selera dari konsumen dalam memilih kendaraan.

Penggunaan kendaraan dengan kapasitas mesin kecil bukanlah hal baru di Indonesia Honda pada awal tahun 1980 memperkenalkan Honda life yang pada saat itu berkapasitas mesin 1000cc. Pada tahun 1985 Suzuki memproduksi Suzuki Forsa dengan kapasitas mesin 1000cc kemudian pada tahun 1990 Suzuki memproduksi serial lanjutannya dengan nama Suzuki Forsa Amenity. Toyota pada tahun 1990 memperkenalkan Toyota Starlet yang merupakan sedan hatchback yang sangat populer pada saat itu. Namun perubahan selera pasar membuat produsen mobil menghentikan produk sedan hatchback, Honda Mulai memperkenalkan produk Honda Grand Civic dengan kapasitas mesin 1600cc, Suzuki menggantikan produk Amenity dengan Suzuki Esteem, dan Toyota Starlet pada tahun 1997 dihentikan produksinya digantikan dengan Toyota soluna.

Produk sedan Hatchback mulai diperkenalkan kembali pada tahun 2004 oleh Honda dengan mengeluarkan tipe Honda Jazz yang mengawali munculnya tipe sedan jenis baru yang dikategorikan sebagai sedan Mini Compact Hatchback yang lebih dikenal masyarakat dengan city car karena memang peruntukan sedan jenis ini awalnya hanya untuk dikendarai di jalanan ibukota dengan mesin berkapasitas 1500 cc kendaraan jenis ini menjanjikan penggunaan bahan bakar yang irit hal ini ditunjang juga oleh bentuk body mobil yang ringkas tanpa menggunakan bagasi dibelakangnya dan beberapa parts juga menggunakan bahan yang ringan sehingga mesin 1500 cc tersebut dianggap sangat mewakili sedan jenis ini.

**Tabel Penjualan Sedan Mini Compact Hatchback
2004-2008**



Sumber: Majalah Auto Trend data diolah

Penjualan Honda Jazz yang sangat fenomenal yang mencapai 24.844 unit pada tahun 2004 dan 32.241 unit pada 2005 mendorong perusahaan dengan merek lain seperti Toyota dan Suzuki mengeluarkan produk dengan tipe yang sama.

Suzuki pada tahun 2005 meluncurkan produk sejenis dengan nama Suzuki Swift yang diimport langsung dengan spesifikasi untuk wilayah Eropa sehingga kelengkapan seperti Air bag, ABS dan EBD menjadi perlengkapan standar hal ini menjadi selling point untuk Suzuki Swift mengingat Honda Jazz tidak memiliki

kelengkapan serupa namun harga Rp. 150 juta yang ditawarkan swift dinilai terlalu mahal untuk kelasnya sehingga pada awal penjualannya swift hanya mampu mencapai 826 unit. Hal ini yang menjadi pertimbangan pihak Suzuki untuk melakukan perakitan lokal untuk Suzuki Swift guna menurunkan harga jual, pada tahun 2007 PT. Indomobil Tbk sebagai produsen Suzuki Swift mengeluarkan Swift rakitan lokal dengan kode Swift ST untuk type Standar dengan harga jual Rp.130 juta dan Swift GT untuk type sporty dengan harga 140 juta. Suzuki dalam hal ini menempatkan Swift sebagai Challenger terhadap Honda Jazz sebagaimana kita ketahui ada berbagai cara yang dapat dilakukan sebagai produk penantang, perusahaan dapat melakukan penurunan harga seperti yang dilakukan PT. Indomobil Tbk, mengeluarkan produk yang benar-benar berbeda dari pesaingnya atau memperkenalkan jasa baru yang mendukung produknya. Namun sayangnya penurunan harga ini tidak terlalu mempengaruhi penjualan Swift dapat dilihat pada tabel di atas penjualan Suzuki Swift hanya mampu membukukan 8261 unit pada tahun sangat jauh dibandingkan dengan pesaingnya Honda maupun Toyota.

Toyota yang merupakan produsen mobil terbesar di Indonesia seakan tidak mau tertinggal memperkenalkan produk barunya yang diberi nama Toyota Yaris pada tahun 2006 yang pada waktu itu mampu membukukan 2460 unit pada awal peluncurannya hal ini didukung oleh Brand Toyota yang sangat besar.

1.2 Perumusan Masalah

Dengan melihat keberhasilan Honda Jazz, PT. Indomobil Suzuki Internasional mengeluarkan Suzuki Swift menempatkan produk ini sebagai *Challenger* (penantang) terhadap Honda maupun Toyota dengan mengandalkan strategi harga, dengan harapan model yang terbaru yaitu Swift ST dan Swift GT ini akan mengikuti sukses Honda Jazz dan Toyota Yaris. Akan tetapi pada kenyataannya, penjualan Suzuki Swift tidak dapat mengalahkan pesaingnya meskipun ada peningkatan. Maka ingin diidentifikasi persepsi terhadap Suzuki Swift, agar dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengembangkan target pasar yang diharapkan.

Untuk itu dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Atribut apa saja yang diinginkan konsumen terhadap Suzuki Swift?
2. Bagaimana Suzuki Swift dipersepsikan konsumen dibandingkan dengan Kompetitornya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui *awareness* target pasar terhadap mobil Suzuki Swift, Honda Jazz, dan Toyota Yaris.
2. Mengetahui atribut-atribut yang diinginkan konsumen pada kendaraan Sedan Mini Compact Hatchback.
3. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap Suzuki Swift.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah untuk membantu perusahaan dalam mengetahui persepsi konsumen terhadap mobil Suzuki Swift, agar dapat diterapkan *positioning* dan strategi pemasaran yang tepat.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1. Desain Penelitian

Desain penelitian ini merupakan kerangka kerja yang digunakan sebagai pedoman dalam mengumpulkan dan menganalisis data. Bentuk penelitian yang digunakan merupakan gabungan antara *exploratory research* dan *descriptive research*.

a. *Exploratory research*

Exploratory research merupakan penelitian pendahuluan yang dilakukan untuk mengumpulkan data-data sekunder mengenai *Sedan Mini Compact Hatchback*. Hasil yang ditemukan dalam *exploratory research* ini menjadi dasar untuk penelitian selanjutnya, yaitu *descriptive research*. Metode yang digunakan dalam melakukan riset *exploratory* ini adalah :

1. Analisis data sekunder

Pengumpulan data ini dilakukan dengan mengumpulkan data eksternal yang dipublikasikan, seperti data yang diperoleh dari informasi yang terdapat pada buku-buku, penelitian secara eksploratif terhadap literatur-literatur, majalah, internet, koran, jurnal, dan lain-lain. Penggunaan data sekunder ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran awal mengenai Industri otomotif di Indonesia.

2. *In depth interview*

In depth interview adalah wawancara yang dilakukan secara bertatap muka langsung dengan responden, dimana subyek permasalahan dari wawancara digali secara detail. Dalam melakukan wawancara peneliti mencoba memfokuskan untuk mencari semua atribut yang menjadi hal penting bagi konsumen dalam memilih *Sedan Mini Compact Hatchback* khususnya Suzuki Swift dan juga untuk mengetahui motivasi konsumen dalam menggunakan sedan jenis ini.

b. *Descriptive research*

Descriptive research yang dilakukan setelah explanatory research dilakukan dengan tujuan untuk mengumpulkan data-data primer dalam penelitian ini, yang terdiri atas :

1. *Brand awareness* terhadap merek Honda Jazz, Suzuki Swift dan Toyota Yaris.
2. Atribut yang mempengaruhi pemilihan Sedan Mini Compact Hatchback.
3. Persepsi konsumen terhadap Suzuki Swift.
4. Asosiasi merek Honda Jazz, Suzuki Swift dan Toyota Yaris.
5. Profil demografi responden

1.5.2. Metoda Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk pengumpulan data sekunder dan data primer sesuai dengan desain penelitian yang disusun adalah sebagai berikut:

a. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah jadi, telah diolah oleh pihak lain dan sudah dipublikasikan. Data ini biasanya diperoleh melalui internet,

majalah, tabloid, koran, jurnal, dan lainnya. Tujuan pengumpulan data sekunder untuk memperoleh informasi awal mengenai *Sedan Mini Compact Hatchback* dan untuk mendapatkan pemahaman terhadap masalah yang akan diteliti.

b. Data primer

Pengumpulan data primer dilakukan dengan melakukan in depth interview terlebih lalu dilanjutkan dengan melakukan survey melalui metode *self administered questioner*. Subjek penelitian dipilih dengan menggunakan metoda *Convenience Sampling*.

- Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data didalam sampel *survey* ini adalah kuesioner. Dalam penelitian ini, responden mengisi sendiri kuesioner (*self administered survey*), yang diberikan kepadanya dengan cara *drop-off*.
- Metode *self administered* ini dipilih karena memiliki kelebihan dibandingkan metode lain seperti *person-administered survey* dan *computer-administered survey*, yaitu :
 1. Biaya yang lebih murah, karena adanya penghematan biaya untuk membayar interviewer dan interviewing tools seperti program komputer.
 2. Responden dapat mengontrol laju responden mereka dalam menjawab pertanyaan, sehingga mereka tidak merasa tergesa-gesa.
 3. Tidak ada penilaian subyektif dari interviewer.

Meskipun demikian, harus diantisipasi kemungkinan terjadinya kesalahan karena dengan metode ini terdapat kelemahan, seperti:

1. Adanya kemungkinan responden tidak bisa menyelesaikan kuesioner, menjawab dengan salah, tidak sesuai dengan yang diminta, atau bahkan menolak mengembalikan kuesioner.
2. Jika responden salah memahami dan tidak mengikuti arahan, mereka dapat merasa frustrasi dan berhenti.

Untuk menghindari terjadinya kelemahan diatas, maka desain kuesioner dibuat dengan kalimat yang mudah dipahami, menggunakan istilah-istilah yang dikenal umum oleh konsumen, dan dengan petunjuk yang lengkap dan mudah dipahami. Sehingga responden tidak salah dalam mengisi kuesioner.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan karya akhir akan dibagi dalam 5 bab yang disusun dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini akan menguraikan latar belakang, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan juga sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan membahas berbagai teori-teori yang berguna untuk menjadi acuan dalam pembahasan permasalahan yang diteliti dan dalam melakukan analisis hasil Riset.

BAB III : GAMBARAN UMUM *SEDAN MINI COMPACT HATCHBACK* DAN PERUSAHAAN

Menjelaskan secara singkat industri *Sedan Mini Compact Hatchback* dan juga PT. Indomobil Suzuki Internasional, PT. Astra Internasional Tbk – Toyota, dan PT. Honda Prospect Motor mengenai produk yang dihasilkan, perkembangan perusahaan dan kebijakan perusahaan.

BAB IV: ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas analisa yang dilakukan terhadap hasil riset yang dilakukan terhadap responden, dengan perangkat lunak SPSS. Analisis dibuat untuk menjawab tujuan penelitian.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menyimpulkan tugas akhir secara keseluruhan serta memberikan saran-saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk memperbaiki dan meningkatkan target penjualan PT. Indomobil Suzuki Internasional.