

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1.Latar Belakang

Sepeda motor merupakan alat transportasi primadona bagi sebagian besar masyarakat Indonesia yang sangat dibutuhkan bagi masyarakat di Indonesia. Pada tingkat pendapatan masyarakat yang relatif masih rendah, selain karena harganya yang relatif terjangkau dan infrastruktur lalu lintas yang belum memadai, sepeda motor juga mempunyai keunggulan dibandingkan alat transportasi yang lain diantaranya biaya operasional dan perawatan yang cukup murah.

Hal ini dibuktikan dengan data 3 tahun terakhir yang menunjukkan pertumbuhan pasar sepeda motor meningkat rata-rata sebesar 30 persen tiap tahunnya. Data terakhir yang didapatkan dari Asosiasi Sepeda Motor Indonesia (AISI) menyebutkan bahwa di tahun 2008 angka distribusi sepeda motor secara nasional mencapai 6,214,284 unit. Hal ini merupakan rekor baru penjualan sepeda motor di Indonesia, dimana rekor sebelumnya diperoleh pada tahun 2005 dengan total penjualan 5,07 juta unit. Dibandingkan angka penjualan di tahun 2007 yang mencapai 4.688.263 juta unit, pada tahun 2008 total penjualan sepeda motor di Indonesia naik sebesar 32,6 persen.

Skuter bertransmisi otomatis atau populer disebut skutik makin diminati pengendara sepeda motor. Populasi kendaraan roda dua ini terus bertambah banyak, hilir mudik di gang-gang kecil hingga jalan raya protokol. Skutik yang dulu adalah kendaraan kaum ibu untuk pergi ke pasar kini juga makin menjadi pilihan kalangan remaja dan disukai baik kaum pria maupun wanita. Kemudahan dalam menggunakannya itu menjadi magnet awal para pengendara motor di beberapa daerah, khususnya di daerah perkotaan di Indonesia.

Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) memprediksi pada tahun 2009, pangsa pasar segmen skuter matik akan meningkat menjadi 30% dari tahun 2008 yang meraih 26% pangsa motor nasional. Melihat prediksi itu, tentu saja hal itu akan merangsang pabrikan terus menghadirkan produk-produk andalan mereka. Berdasarkan beberapa pernyataan pabrikan, diantaranya Honda, Yamaha dan Suzuki menyiratkan akan menghadirkan skutik terbaru di tahun 2009. Dan dengan hadirnya ketiga skutik tersebut, persaingan di kelas ini tentunya akan semakin sengit,

mengingat ketiga Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) tersebut juga telah bertarung seru di tahun lalu.

Pada tahun 2008, Yamaha dengan line up produknya Yamaha Mio Sporty, Yamaha Mio Soul dan Yamaha Nouvo, masih merajai penjualan skutik di Indonesia dengan menguasai pangsa pasar skutik sebesar 54%, sedangkan Honda sebagai market leader penjualan sepeda motor nasional, dengan line up produknya Honda Vario dan Honda Beat, mengambil porsi 33%, dan Suzuki sebesar 13 %.

Memperhatikan angka penjualan skuter matik yang meningkat cukup signifikan tersebut, berdasarkan AISI, didapati fakta bahwa provinsi di Indonesia yang memiliki kontribusi terbesar penjualan sepeda motor matik terhadap total pasar sepeda motor berada di wilayah Bali, yaitu sebesar 52 persen.

Melihat data tersebut, para pabrikan skuter matik berusaha sekuat tenaga untuk merebut penguasaan pangsa pasar matik di wilayah Bali. Karena dapat dikatakan bahwa Bali merupakan basis skuter matik di Indonesia dan merupakan prestise tersendiri bagi ATPM, apabila mampu menguasai pasar skuter matik di Bali. Hal ini pula yang mendorong penulis, untuk melakukan penelitian mengenai skuter matik ini dengan ruang lingkup di wilayah Bali.

Dalam kondisi persaingan yang ketat, produsen dan distributor sepeda motor harus mengetahui dengan jelas atribut-atribut apa yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli sepeda motor, khususnya skuter matik supaya dapat terus meningkatkan penjualan.

Setiap konsumen mempunyai kemampuan yang berbeda dalam pengambilan keputusan pembelian. Semakin terbatas kemampuan dana yang dimiliki konsumen, maka konsumen tersebut akan semakin hati-hati dalam menimbang, sebelum memutuskan produk mana yang layak dibeli untuk mencapai kepuasan yang tinggi. Banyak atribut yang menjadi bahan pertimbangan konsumen mengambil keputusan dalam membeli suatu produk, misalnya atribut produk, harga, promosi, cara pembayaran, *re-sale value* dan banyak lainnya.

Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti dan menganalisis atribut-atribut apa sajakah yang mempengaruhi keputusan konsumen membeli sepeda motor, khususnya tipe skuter matik.

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan kondisi pasar sepeda motor di Indonesia yang terjadi, penulis ingin menjawab beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Atribut-atribut apa sajakah yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli sepeda motor ?
2. Atribut-atribut apa sajakah yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli sepeda motor matik?
3. Atribut-atribut konsumen manakah yang paling berpengaruh terhadap pemilihan sepeda motor matik?

## 1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Dari permasalahan yang di hadapi di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. untuk mengetahui atribut-atribut apa yang paling penting bagi konsumen dalam membeli sepeda motor matik.
2. untuk menjelaskan strategi pemasaran sepeda motor matik yang perlu dilakukan di wilayah Bali

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberi manfaat kepada industri sepeda motor baik pihak produsen maupun distributor, diantaranya adalah memberikan pemahaman mengenai atribut yang paling penting bagi konsumen dalam membeli sepeda motor matik. Dengan pemahaman ini maka para praktisi pemasaran sepeda motor akan dapat melakukan strategi pemasaran sepeda motor matik dengan lebih tajam dan terfokus.

## 1.4. Lingkup Penelitian

Penulis membatasi uraian mengenai atribut yang penting konsumen dalam membeli sepeda motor dengan subjek penelitian berusia diatas 15 tahun, dan pengguna sepeda motor dengan usia motor tidak lebih dari 5 tahun yang bertempat tinggal di wilayah Bali dan berperan sebagai pengambil keputusan dalam pembelian sepeda motor. Subyek penelitian dipilih dengan menggunakan metoda *Convenience Sampling (Non Probability Sampling)*

## 1.5. Metodologi Penelitian

Metode penelitian dalam melakukan penelitian ini adalah :

### 1. Penelitian kepustakaan

Bertujuan untuk mendapatkan teori-teori yang berhubungan dengan perangkat untuk menganalisa masalah yang akan dibahas. Selain itu untuk mendapatkan data dan informasi sekunder dari berbagai sumber. Data sekunder ini berfungsi untuk melengkapi data primer.

### 2. Penelitian lapangan

Untuk mendukung keakuratan analisa terhadap strategi dan kebijakan, dilakukan wawancara secara mendalam dengan pejabat-pejabat perusahaan yang terkait dengan objek yang diteliti. Melalui wawancara ini diharapkan akan diperoleh data-data internal perusahaan yang dipergunakan untuk mendukung keakuratan analisa penelitian.

### 3. Penelitian Survey Kuesioner

Untuk mengetahui atribut-atribut yang digunakan konsumen mengambil keputusan membeli sepeda motor, dilakukan suatu riset yang bersifat kuantitatif dengan melakukan penyebaran kuesioner.

### 4. Analisa data

Untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mengadakan interpretasi secara mendalam mengenai hubungan antara teori dan fakta yang terjadi.

## 1.6. Sistematika Pembahasan

Penulisan karya akhir ini dibagi dalam lima bab. Uraian dari setiap bab secara garis besar adalah sebagai berikut :

### Bab I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

### Bab II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas sebagai acuan dasar dalam melakukan penelitian dan melakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh dari hasil riset.

- Bab III : METODOLOGI PENELITIAN
- Bab ini memaparkan metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi, mengolah dan menganalisis data. Uraian meliputi desain riset, metoda pengambilan, jumlah sampel, desain dan format pertanyaan kuesioner serta metode analisis yang digunakan.
- Bab IV : GAMBARAN INDUSTRI SEPEDA MOTOR INDONESIA DAN KARAKTERISTIK PROVINSI BALI
- Bab ini menjelaskan perkembangan industri sepeda motor di Indonesia, perkembangan sepeda motor matik di Indonesia, gambaran penjualan sepeda motor matik di Indonesia dan karakteristik provinsi Bali, dimana sepeda motor tipe matik menjadi kontributor terbesar pada penjualan sepeda motor dibandingkan wilayah Indonesia lainnya.
- Bab V : ANALISIS DAN PEMBAHASAN
- Bab ini menyajikan data hasil riset deskriptif dan pembahasan berdasarkan pengolahan data secara statistik dari penelitian yang dilakukan. Analisis dibuat untuk menjawab permasalahan dan tujuan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya.
- Bab VI : KESIMPULAN DAN SARAN
- Bab ini merangkum analisis yang telah dibuat mengacu kepada data hasil penelitian maupun konsep teori yang digunakan disertai dengan saran-saran mengenai strategi pemasaran yang dapat diimplementasikan.