

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki perkembangan yang cukup menakjubkan pada bidang otomotif, tidak hanya sekadar pernyataan belaka namun hal ini juga didukung oleh beberapa peneliti yang melakukan analisis terhadap perkembangan otomotif yang ada di Indonesia.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Vijay Rao, *Automotive and Transportation Practice Frost & Sullivan*, Indonesia dinyatakan sebagai negara yang memiliki perkembangan di bidang otomotif nomor dua terbesar di ASEAN setelah Thailand. Frost & Sullivan juga memprediksi Indonesia akan menjadi pasar otomotif terbesar di ASEAN pada 2019 dengan total kendaraan mencapai 2,3 juta.¹

Perkembangan ini dipicu oleh pertumbuhan ekonomi Indonesia yang stabil, peningkatan kelas menengah dan peningkatan investasi sektor otomotif, pemberlakuan regulasi otomotif yang mendukung pertumbuhan pasar, serta karena banyaknya masyarakat di Indonesia yang menggunakan kendaraan

¹ <http://mobilkamu.com/artikel/otomotif/>

otomotif pribadi. Selain itu Kementerian Perdagangan (Kemendag) juga menilai bahwa industri otomotif di Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi produk ekspor andalan dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).²

Seiring berkembangnya pertumbuhan otomotif di Indonesia, secara tidak langsung telah meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai bidang otomotif. Seperti contohnya dengan adanya berbagai tipe mobil seperti *MPV (Multi Purpose Vehicle)*, *SUV (Sport Utility Vehicle)*, sedan, mini bus, dan tipe lainnya membuat masyarakat dapat mempertimbangkan tipe mobil yang mencakup segala kebutuhan mereka terlebih dahulu sebelum membeli. Lalu jika dilihat dari banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang otomotif menjadikan timbulnya persaingan di dunia produksi dan pemasaran produk perusahaan tersebut agar mampu bertahan atau bahkan menguasai pasar. Terlebih bagi perusahaan otomotif yang memproduksi mobil seperti Honda yang telah masuk ke Indonesia sejak tahun 1970. Pada awal kemunculannya di Indonesia, Honda dikenal sebagai kendaraan mewah bagi kalangan atas karena harganya yang terbilang mahal, selain itu hingga pada awal tahun 2000 kebanyakan jenis mobil yang diluncurkan merupakan mobil sedan yang dianggap masyarakat sebagai mobil mewah yang mayoritas digunakan oleh kalangan atas. Selain itu alasan penulis memilih merek mobil Honda sebagai

² <http://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20151231192208-92-101515/industri-otomotif-dinilai-jadi-andalan-indonesia-hadapi-mea/>

bahan karya ilmiah karena Honda terkenal dengan kualitas produk yang ditawarkan, dan berbagai keunggulan lainnya seperti mesin mobil yang bandel, hemat penggunaan bbm, ramah lingkungan, teknologi mobil yang canggih, harga jual kembali mobil yang stabil, keberadaan bengkel resmi yang terdapat diberbagai kota sehingga mudah untuk dijangkau, biaya perawatan mobil yang terjangkau, serta tentunya desain mobil yang *stylish* dan modern.

Seiring perkembangan zaman dengan minat masyarakat yang lebih besar terhadap mobil yang berkapasitas penumpang lebih banyak, maka kini Honda telah memiliki jenis mobil *SUV (Sport Utility Vehicle)* dan *MPV (Multi Purpose Vehicle)* yang semakin gencar diproduksi. Contoh mobil *SUV* produksi Honda keluaran terbaru tahun 2015 yaitu Honda *HR-V*, mobil ini memiliki banyak kelebihan yang ditawarkan seperti desain eksterior yang menarik, desain yang telah dikembangkan oleh Honda dari konsep yang disebut "*Dynamic Cross Solid*" yang memiliki karakter garis tajam dan kurva berpadu pada mobil yang serupa *SUV* yang memberikan stabilitas, lalu untuk bagian atas mobil menyerupai *coupe* (mobil berpintu dua) yang memberikan aerodinamika terbaik. Masih pada bagian eksterior, mobil telah dilengkapi dengan lampu depan halogen dengan fitur *Auto Off* yang menghasilkan pencahayaan yang terang dan mudah dikontrol, *Front Bumper Spoiler*, *Sporty 17" Alloy Wheels* yang membuat mobil terlihat mewah dan gagah, *Micro Antenna* untuk menerima data frekuensi komunikasi dari perangkat lain untuk

ditampilkan di mobil, *Tailgate Spoiler with LED High Mount Stop Lamp* di bagian belakang untuk menambah kesan mewah, dan pembuka pintu belakang mobil yang sudah terintegrasi dengan bingkai pintu yang memiliki kesan *coupe*.³

HR-V memiliki lebar 1770mm dan tinggi 1605mm, dengan *ground clearance* (jarak antara badan bawah mobil dengan tanah) yang tinggi yaitu 185mm untuk varian 1,5Lnya, memiliki panjang *wheelbase* 2.610mm, serta memiliki ukuran bagasi yang besar dengan lebar 1180mm dan tinggi 900mm. Dengan segala fasilitas canggih yang ditawarkan, Honda *HR-V* dibandrol dengan kisaran harga 267-372 juta rupiah.⁴

Tidak hanya itu, desain interior pada mobil *HR-V* sangat mengutamakan kenyamanan saat berkendara dan memiliki *AC (Air Conditioner)* otomatis yang melintang bertujuan agar *AC* dapat menyebar rata ke seluruh kabin sehingga membuat kabin menjadi cepat dingin, fleksibilitas mobil yang tinggi, kemudahan mobil untuk dikendalikan tidak seperti tipe *SUV* pada zaman dahulu yang sulit dikendalikan, menggunakan *heat rejecting green tinted glass* yang memiliki fungsi untuk menolak sinar *UV (Ultraviolet)* dan mengurangi panas sinar matahari yang masuk ke dalam kabin.

³ <http://www.rajaotomotif.com/2014/spesifikasi-dan-harga-honda-hr-v-terbaru-2015/1548>

⁴ <http://www.republika.co.id/berita/iims/update/14/09/20/nc75nz-dengan-honda-hrv-maka-tak-perlu-terus-menerus-injak-rem>

Terlepas dari semua kelebihan dari desain eksterior dan interior yang dimiliki *HR-V*, mobil ini juga telah didukung oleh mesin 1.500 liter *SOHC i-VTEC* 4 silinder yang menghasilkan tenaga sebesar 120 daya kuda pada putaran mesin 6.600 putaran per menit (rpm) dengan torsi maksimal 14,8 kilogram meter pada putaran 4.600 rpm, dan transmisi manual 6 percepatan.⁵

Kemunculan mobil *HR-V* jenis *SUV* oleh Honda tentu disambut dengan baik oleh masyarakat Indonesia yang tertarik dengan berbagai kelebihan yang ditawarkan. Hal ini terbukti dengan masuknya *HR-V* sebagai mobil terlaris Honda nomor dua dengan total penjualan *HR-V* yang menembus angka 37.647 unit sepanjang tahun 2015 dan 3.178 unit pada bulan Desember 2015.⁶

Dengan melihat angka penjualan *HR-V* selama setahun semenjak mobil tersebut dirilis dapat disimpulkan bahwa mobil ini memiliki peminat yang banyak, selain itu mobil jenis *SUV* seperti *HR-V* hanya memiliki sedikit pesaing dari merek mobil lain yang membuat pelanggan lebih memilih *HR-V* yang dikeluarkan oleh Honda, mengingat bahwa Honda merupakan merek mobil yang dipercayai oleh pelanggan dalam hal kualitas sehingga tidak heran jika penjualan *HR-V* bisa melambung pesat ditahun pertama penjualan.

⁵ www.rajaotomotif.com/2014/spesifikasi-dan-harga-honda-hr-v-terbaru-2015/1548

⁶ <http://www.honda-indonesia.com/news-room/latest-news/2623/honda-raih-total-penjualan-159253-unit-di-sepanjang-tahun-2015-tertinggi-sepanjang-sejarah-honda-di-indonesia>

Tidak hanya itu, *HR-V* juga meraih beberapa penghargaan di tahun 2015 untuk kategori *car of the year*, *best small SUV*, *best mid SUV gasoline*, *best of the best SUV* yang diberikan oleh tabloid otomotif, dan *car of the year* 2015 yang diberikan oleh FORWOT.⁷

Alasan penulis memilih *Showroom* Honda Autoland Kelapa Gading sebagai tempat survei penelitian adalah karena *showroom* tersebut merupakan salah satu *showroom* di daerah Kelapa Gading yang selalu ramai dikunjungi pelanggan, maka penulis ingin mengetahui lebih dalam mengenai apakah kelebihan dan kelemahan yang terdapat di *showroom* tersebut. Dan penulis akan menganalisis hasil penelitian dengan menggunakan teknik analisis *SWOT* (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*).

Dengan penjelasan mengenai produk mobil Honda *HR-V* yang memiliki tingkat penjualan yang fantastis di atas, penulis tertarik untuk menganalisis pengaruh produk terhadap penjualan mobil dengan judul **“Analisis Pengaruh Eksterior dan Interior Produk Terhadap Penjualan Mobil Honda *HR-V* (Survei Honda Autoland Kelapa Gading)”**

⁷ <http://www.id-honda.com/2015/05/gelar-car-of-year-2015-di-raih-oleh-honda-hrv.html>

B. Perumusan Masalah

Sesuai latar belakang masalah penelitian yang telah diuraikan, maka penulis membuat perumusan masalah dalam karya ilmiah ini, adalah sebagai berikut:

1. Apakah eksterior dan interior pada produk dapat mempengaruhi penjualan Honda *HR-V*?

C. Tujuan dan Manfaat Penulisan

1. Tujuan Penulisan

- a. Untuk mengetahui bagaimana eksterior dan interior pada produk dapat mempengaruhi tingkat penjualan Honda *HR-V*.
- b. Untuk mengetahui kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), dan peluang (*Opportunity*), ancaman (*Threats*) pada Honda *HR-V*.

2. Manfaat Penulisan

a. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi Honda Autoland dalam hal pengaruh eksterior dan interior produk untuk meningkatkan penjualan.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas pengetahuan penulis mengenai pengaruh produk terhadap penjualan Honda *HR-V* pada Honda Autoland.

c. Bagi Fakultas

Sebagai pelengkap arsip karya ilmiah Universitas, terutama dibidang pemasaran.