

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Merujuk data terbaru Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), total penjualan *wholesales* sepeda motor pada Januari-Februari 2015 mencapai 1,084 juta unit. Dari jumlah tersebut, segmen bebek terjual 149.693 unit atau menguasai pangsa sebesar 13,8%. Segmen skuter matik (skutik) penjualannya tercatat mencapai 786.084 unit atau setara 72,49%. Sedangkan segmen sport 148.563 unit atau berkontribusi sekitar 13,7%.¹

Penjualan motor matik yang begitu mendominasi pasar tentunya tidak ketinggalan dari faktor keunggulan yang ditawarkan oleh sepeda motor matik bila dibandingkan dengan motor manual. Berikut ini beberapa keunggulan sepeda motor matik, sebagai berikut :

1. Mudah digunakan, karena tidak ada lagi oper gigi pada saat digunakan.
2. Kaki pengendara terlindung dengan baik dari kotoran.
3. Terdapat space yang lebih besar antara kaki pengendara dengan stir, sehingga dapat memuat barang lebih banyak.
4. Terdapat bagasi dibawah sadel (pada beberapa merk tertentu).
5. Handle rem semua berada di stir sehingga mudah dioperasikan.

¹<http://otomotif.bisnis.com/read/20150311/273/410857/pangsa-pasar-motor-bebek-terus-tergerus>
(Diakses pada 31/8/2015, pukul 14.30 WIB)

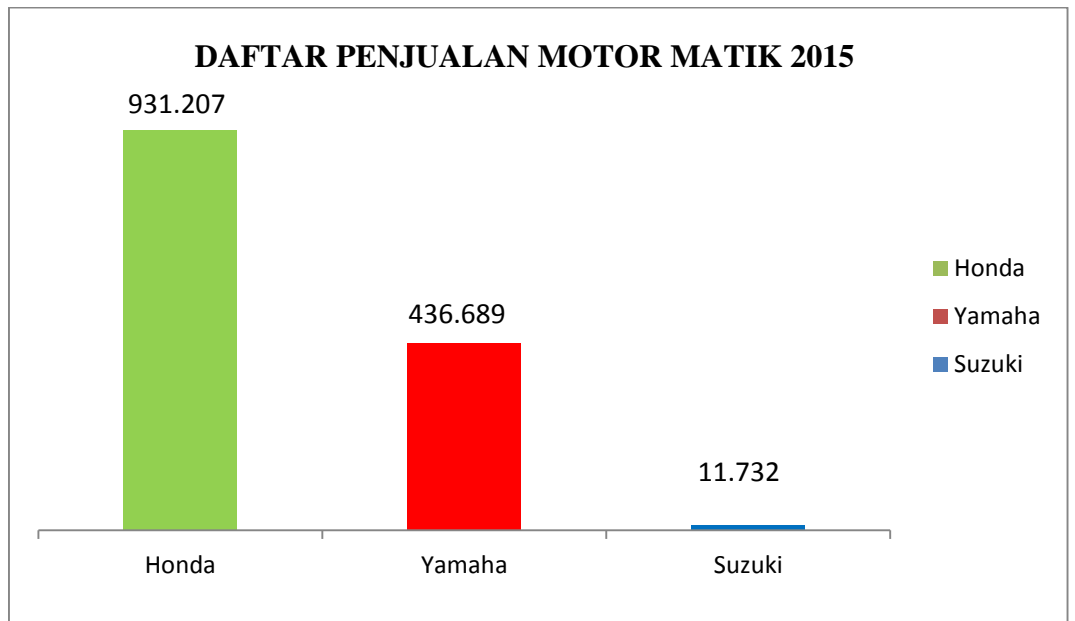
6. Kemudahan dalam mengatur kecepatan, karena hanya perlu gas.²

Seiring dengan perkembangan zaman tentunya perkembangan teknologi pada sepeda motor semakin maju. Sebagai sebuah perusahaan motor terbesar di dunia, maka Honda dan Yamaha telah menciptakan teknologi terbaru untuk merelalisasi kepentingan ini dengan mengembangkan sepeda motor injeksi. Sepeda motor injeksi honda diklaim bisa irit bahan bakar mesin 5 % hingga 17 %. Yamaha juga mengembangkan teknologi injeksi, dan sekarang terdapat inovasi pada posisi injektor yang secara langsung masuk ruang bakar. Fitur ini berdampak positif terhadap konsumsi BBM yang semakin irit dan menciptakan turbulensi lebih baik di ruang silinder atau ruang bakar.³

Begitu banyak kemajuan yang telah dikembangkan oleh Yamaha dan Honda dalam industri sepeda motor, sehingga tidak heran bila produk sepeda motor matik keluaran Yamaha dan Honda lebih banyak dipilih oleh konsumen dibanding merk lainnya. Data dalam Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) mencatat daftar penjualan motor metik pada kuartal pertama 2015 adalah sebagai berikut :

² http://www.maf.co.id/news_detail.php?id=50 (Diakses pada 31/8/2015, pukul 14.45 WIB).

³ <http://autoindonesia.com/2014/09/motor-matic-injeksi-honda-vs-yamaha.html> (Diakses pada 31/8/2015, pukul 15.00 WIB)



Gambar I.1
Daftar Penjualan Motor Metik 2015

Sumber: <http://www.otosia.com/berita/-merek-motor-terlaris-di-indonesia.html>

Pada gambar I.1 dijelaskan bahwa penjualan sepeda motor metik di Indonesia didominasi oleh merek Honda. Pada kuartal pertama tahun 2015 ini penjualan skutik Honda mempunyai penjualan terbanyak, dengan total penjualan sebanyak 931.207. Kemudian diikuti dengan Yamaha sebanyak 436.689 unit, dan Suzuki sebanyak 11.732 unit.

Berdasarkan data jelas terlihat bahwa merk motor metik Suzuki masih berada di posisi terakhir atau terendah, karena hanya mempunyai total penjualan sebanyak 11.732 unit. Dengan kondisi tersebut tentunya faktor minat beli pelanggan menjadi penting bagi perusahaan tersebut khususnya bagi Suzuki karena masih mempunyai total penjualan yang rendah.

Dalam situs resminya dijelaskan bahwa Suzuki merupakan kelompok usaha yang bergerak dibidang industri otomotif yang memproduksi, memasarkan, memperniagakan motor, mobil dan motor tempel (*outboard-motor*). Hal tersebut juga didukung dengan pelayanan purna jual suku cadang serta perbaikan/pemeliharaan di seluruh Indonesia yang solid dan terintegrasi dalam melayani para pelanggan Suzuki.⁴

Suzuki juga mempunyai 19 jenis motor metik, yaitu Hayate 125, Hayate 125 SE, Let's premium UF 110 NZ, Let's Sport UF 110 NE, Nex Black Fire, Nex FI 110, Nex FI 110 NEZ, Next Full Option, Nex Top Case, Nex UD 110, Sky Wave CW, Sky Wave NR, Sky Wave NR SR, Skydrive Dinamatic, Skydrive Racing, Spin 125, Spin 125 NR II, Spin 125 S, dan Spin 125 SR.⁵

Walaupun demikian, berdasarkan data yang terdapat pada penjelasan sebelumnya, bahwa penjualan motor metik Suzuki masih mempunyai nilai penjualan yang rendah. Dengan situasi tersebut tentunya faktor minat beli pelanggan terhadap motor metik Suzuki menjadi sangat penting untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Dan untuk menciptakan minat beli tentunya diperlukan usaha, salah satunya adalah diperlukannya kegiatan pemasaran untuk lebih memperkenalkan produknya ke masyarakat agar lebih dikenal dan dapat digunakan oleh masyarakat.

⁴ <http://www.suzuki.co.id/corporate/about-suzuki> (Diakses pada tanggal 29/7/2015, pukul 17.30 WIB).

⁵ <http://forum.kompas.com/threads/344960-Daftar-56-Motor-Matic-Terbaru-Terbaik-2015> (Diakses tanggal 29/7/2015, pukul 17:45 WIB).

Harga merupakan salah satu komponen dari bauran pemasaran (*marketing mix*). Dalam buku Pemasaran Jasa, Fandy Tjiptono menjelaskan bahwa keputusan bauran harga berkenaan dengan kebijakan strategis dan taktis, seperti tingkat harga, struktur diskon, dan syarat pembayaran.⁶

Menurut Engel dalam Diponegoro Journal of Management, menjelaskan bahwa banyak pertimbangan yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, salah satunya adalah harga.⁷

Namun permasalahan yang terjadi adalah, menurut salah satu artikel yang membahas tentang harga motor, menjelaskan harga salah satu motor merek Suzuki yaitu Suzuki Nex pada tahun 2015 yang berada di pasaran lebih mahal bila dibandingkan dengan harga Yamaha Mio J dan Honda Beat. Padahal bila dibandingkan, Suzuki Nex dengan Yamaha Mio J dan Honda Beat mempunyai spesifikasi yang sama. Berikut merupakan tabel harga 10 motor matik terbaik di Indonesia, sebagai berikut :

Tabel I.1
Harga Sepeda Motor Matik 2015

No.	Merk Sepeda Motor	Harga 2015
1.	Yamaha Mio J	Rp. 12.000.000
2.	Yamaha GT 125	Rp. 15.000.000
3.	Honda Vario 125	Rp. 17.000.000
4.	Honda Beat Fi	Rp. 12.000.000

⁶ Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa (Malang: Bayumedia Publishing, 2006), p.31

⁷ Aldaan&Mudji, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha (Studi kasus pada konsumen Yamaha SS Cabang Kedungmundu Semarang)", Diponegoro Journal of Management Vol. 1 No. 2 2012, p.275.

5.	Honda PCX	Rp. 38.000.000
6.	Suzuki Nex	Rp.13.000.000
7.	Vespa Lx 150	Rp. 28.000.000
8.	Piaggio Liberty 100	Rp. 19.000.000
9.	Yamaha Mio Fino	Rp. 13.000.000
10.	Yamaha X-ride	Rp. 15.000.000

Sumber:<http://hargamotor.co.id/review-motor/10-sepeda-motor-matic-terbaik-di-indonesia>

Berdasarkan data pada tabel tersebut dapat diketahui bahwa sepeda motor yang mempunyai spesifikasi yang sama dengan Suzuki Nex, yaitu Yamaha mio J dan Honda beat memiliki harga Rp. 12.000.000 sedangkan Suzuki Nex memiliki harga Rp. 13.000.000. Dengan demikian dapat terlihat bahwa sepeda motor Suzuki matik memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan dengan pesaingnya yaitu Yamaha Mio J dan Honda Beat.

Selain itu harga suku cadang Suzuki yang termasuk mahal menyebabkan Suzuki kalah bersaing dengan para pesaingnya. Berikut ini merupakan pendapat pelanggan tentang suku cadang Suzuki yang tergolong mahal, sebagai berikut :

facebook

Cah Angoen Racing Team menulis catatan baru: [Kenapa Suku Cadang Motor Suzuki Mahal?](#)

Jakarta - Suku cadang motor Suzuki dikenal mahal. Faktor inilah yang dituding sebagai biang kalahnya Suzuki dibanding dua motor asal Jepang lainnya yakni Yamaha dan Honda.

Jika dilihat hal itu sebenarnya itu bukan mitos. Suku cadang sepeda motor Suzuki lebih mahal dan berbeda dari sepeda motor lainnya senegaranya.

Gambar I.2
Pendapat pelanggan tentang suku cadang Suzuki

Sumber: <https://m.facebook.com/notes/cah-angoen-racing-team/kenapa-suku-cadang-motor-suzuki-mahal/117871501574524>

Seperti terlihat pada gambar I.2 terdapat pernyataan pelanggan yang merasa bahwa suku cadang Suzuki lebih mahal bila dibandingkan dengan motor lain. Pada artikel sebelumnya juga dijelaskan bahwa harga motor metik Suzuki Nex dirasa lebih mahal daripada Yamaha Mio J, padahal kalau dilihat dari spesifikasi mempunyai spesifikasi yang sama. Permasalahan harga tersebut yang dapat berpengaruh terhadap minat beli pelanggan terhadap sepeda motor Suzuki Metik.

Selain harga, faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli pelanggan terhadap sepeda motor Suzuki Metik adalah kualitas produk. Biasanya sebelum membeli konsumen akan melakukan penilaian terhadap kualitas suatu produk, dan kualitas suatu produk tersebut sangat tergantung pada atribut produk yang dirasakan dan dievaluasi pada saat hendak melakukan pembelian.⁸

Kualitas produk yang dimiliki konsumen dapat bersumber dari informasi yang diterimanya. Menurut Faisal dalam Kurnia, berpendapat bahwa sebelum melakukan keputusan untuk membeli suatu produk atau merk tertentu, maka pada umumnya konsumen akan mencoba mencerna terlebih dahulu informasi-informasi yang diterimanya (salah satunya dari iklan).⁹

Permasalahan kualitas produk sepeda motor Suzuki Metik dirasakan oleh salah satu pelanggan. Pelanggan tersebut menjelaskan bahwa, Suzuki nex

⁸ Erna Ferrinadewi, *Merek & Psikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), p.61

⁹ Dita Kurnia, "Pengaruh Iklan dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Negeri Padang atas Kartu Perdana IM3," *Jurnal Universitas Negeri Padang* 2013, p.4

(merupakan salah satu jenis sepeda motor metik Suzuki) mempunyai body matic paling kecil dari semua matic yang ada di Indonesia. Spedomoter standar & terkesan kurang mewah daripada matic pada umumnya. Kunci kontak malah kembali kejaman dulu alias mudah di congkel menggunakan kunci “L” (Honda saja sudah memproduksi lubang kunci magnetic & diikuti Yamaha).¹⁰

Dengan adanya permasalahan-permasalahan yang terjadi, seperti harga sepeda motor Suzuki Metik yang dirasa lebih mahal daripada pesaingnya, dan kualitas produk yang dirasa buruk dimata pelanggan. Maka atas dasar tersebut peneliti memberi judul penelitian ini **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Suzuki Matic.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah pada penelitian ini berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, adalah sebagai berikut :

- a. Minat beli pelanggan terhadap sepeda motor Suzuki Metik masih rendah. Hal tersebut diduga dipengaruhi oleh faktor harga. Dimana terdapat pelanggan yang merasa bahwa harga sepeda motor Suzuki Nex lebih mahal dibandingkan dengan Mio J. Padahal menurut pelanggan tersebut, kedua sepeda motor metik tersebut memiliki spesifikasi yang sama. Selain itu terdapat juga pelanggan yang merasa bahwa harga suku cadang sepeda motor Suzuki Metik lebih mahal bila dibandingkan dengan pesaingnya seperti Yamaha dan Honda.

¹⁰ <http://hanif-muhtadin.blogspot.com/2014/01/pilih-motor-matic-yamaha-honda-atau.html> (Diakses tanggal 29/7/2015, pukul 19.00 WIB).

- b. Minat beli pelanggan terhadap sepeda motor Suzuki Metik masih rendah. Hal tersebut diduga dipengaruhi oleh faktor kualitas produk. Pelanggan merasa bahwa kualitas produk Suzuki Metik masih buruk. Hal ini diungkapkan oleh salah satu pelanggan yang merasa bahwa Suzuki nex (merupakan salah satu jenis sepeda motor metik Suzuki) mempunyai body matic paling kecil, spedomoter standar & terkesan kurang mewah daripada matic pada umumnya, selain itu kunci kontak mudah di congkel.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, maka dapat terlihat masalah utama pada penelitian ini adalah kurangnya minat beli pelanggan terhadap sepeda motor Suzuki Metik.

Dan karena keterbatasan waktu penelitian maka masalah yang ingin diteliti pada penelitian juga dibatasi yaitu hanya pada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli sepeda motor Suzuki Metik.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang terjadi, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah, sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap minat beli sepeda motor Suzuki Metik ?
2. Apakah harga mempunyai pengaruh terhadap minat beli sepeda motor Suzuki Metik ?

3. Apakah kualitas produk dan harga secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap minat beli sepeda motor Suzuki Metik?

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penulisan ini adalah :

1. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi ilmu manajemen pemasaran (*marketing*), yang terkait dengan kualitas produk dan harga yang mempengaruhi minat beli pelanggan.
2. Secara praktis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada pihak perusahaan dalam pengambilan keputusan guna menentukan kebijaksanaan perusahaan dalam meningkatkan minat beli pelanggan, dan bagi pihak lain penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pihak lain dalam penyajian informasi untuk mengadakan penelitian yang serupa.