

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, semakin berkembang pula perusahaan-perusahaan industri, baik industri besar maupun industri kecil. Setiap perusahaan berlomba-lomba menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologinya guna mendukung setiap produk yang dihasilkan perusahaan. Demikian pula perusahaan yang bergerak di bidang otomotif, mereka berperang melawan pesaing-pesaingnya guna merebut pasar, dengan keunggulan teknologi yang dimilikinya. Mereka berharap dengan teknologi maju dapat menciptakan produk-produk yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumennya.

Seiring dengan perkembangan jaman dan semakin meningkatnya kebutuhan alat transportasi, hal tersebut akan sangat menguntungkan bagi perusahaan otomotif terutama di bidang sepeda motor, yang mana sangat dibutuhkan oleh banyak orang selain harganya terjangkau, praktis, dan biaya operasionalnya yang murah. Saat ini banyak sekali bermunculan merek sepeda motor dengan berbagai model, desain, serta memberikan kualitas yang bagus dan harga yang cukup bersaing. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang otomotif hal ini merupakan suatu peluang untuk menguasai pangsa pasar.

Sepeda motor di Indonesia diklasifikasikan menjadi 3 kategori, yaitu sepeda motor dengan kategori bebek, skuter matik (skutik), dan *sport*. Sejak Tahun 2006 tren pertumbuhan pasar sepeda motor skutik berkembang sangat pesat. Skuter matik yang biasa disebut sepeda motor tidak bergigi ini adalah motor jenis *automatic transmission scooter* dengan fitur baru dan 4 tak dan dikombinasikan dengan sistem transmisi otomatis untuk memberikan akselerasi yang halus tanpa melakukan perpindahan tuas persneling, dan dalam kurun waktu empat tahun, pangsa pasarnya melambung menjadi 45,64% atau 3.376.541 unit pada tahun 2010.

Tabel 1.1
Penjualan Sepeda Motor Berdasarkan Merek dan Kategori
Tahun 2010 dalam (unit)

Merek	Bebek	Skutik	Sport	Total
	Unit	Unit	Unit	Unit
Honda	1.696.411	1.551.386	170.835	3.418.632
Yamaha	1.423.417	1.661.496	260.767	3.345.680
Suzuki	346.588	163.659	15.756	526.003
Kawasaki	17.732	-	69.272	87.004
Lainnya	19.15	-	2.175	21.325
Jumlah	3.503.298	3.376.541	518.805	7.398.644

Sumber : <http://female.kompas.com/read/2011/01/07/11273138/>

Laris.Manis .Honda.dan.Yamaha.di.Indonesia

Tabel penjualan sepeda motor di atas menunjukkan bahwa Honda dan Yamaha mendominasi penjualan pada semua kategori sepeda motor. Selama tahun 2010 Yamaha unggul dalam penjualan sepeda motor skuter matik dengan total penjualan sebesar 1.661.496 unit, setelahnya Honda di posisi kedua berhasil menjual 1.551.386 unit, sementara Suzuki pada urutan ketiga, menunjukkan perbedaan jauh dengan dua pesaing utamanya dengan penjualan 163.659 unit.

Tabel 1.2
Penjualan Sepeda Motor Berdasarkan Merek dan Kategori
Tahun 2010 dalam (unit)

Merek	Tahun 2007		Tahun 2008		Tahun 2009		Tahun 2010		Kuartal I Tahun 2011	
	Unit	%	Unit	%	Unit	%	Unit	%	Unit	%
Honda	2.141.015	45,7	2.874.576	46,2	2.704.097	46	3.418.632	46,2	990.522	52,8
Yamaha	1.833.506	39,1	2.465.546	39,7	2.674.892	45,5	3.345.680	45,2	841.182	44,9
Suzuki	637.031	13,6	793.742	12,8	438.158	7,4	526.003	7,1	13.257	0,7
Kawasaki	38.314	0,8	44.69	0,7	61.217	1	87.004	1,2	24.802	1,3
Lainnya	38.397	0,8	37.295	0,6	3.143	0,1	21.325	0,3	5.169	0,3
Jumlah	4.688.263	100	6.215.849	100	5.881.507	100	7.398.644	100	1.874.932	100

Sumber : <http://nasional.kompas.com/read/2010/01/18/07220016/www.kompas.com>

Sepeda motor Suzuki termasuk peringkat 3 besar dalam penjualan maupun pangsa pasar sepeda motor nasional di kategori skutik. Dalam beberapa tahun terakhir ini sepeda motor Suzuki mengalami penurunan pangsa pasar yang sangat besar. Pangsa pasar sepeda motor Suzuki sejak tahun 2007 hingga kuartal I Tahun 2011 terus menurun. Pangsa pasar tahun 2007 ke 2008 mengalami penurunan sebanyak 0,8%, kemudian pangsa pasar tahun 2008 ke 2009 mengalami penurunan sebesar 5,4%, berikutnya pangsa pasar tahun 2009 ke 2010 mengalami penurunan sebanyak 0,3% sedangkan pangsa pasar tahun 2010 hingga kuartal I Tahun 2011 mengalami penurunan sebanyak 6,4%.

Tabel 1.3
Penjualan dan Pangsa Pasar Sepeda Motor Skutik
Tahun 2010 - Kuartal I Tahun 2011

Merek	Tahun 2010		Kuartal I Tahun 2011	
	Unit	%	Unit	%
Honda	1.551.386	45,9	518.136	52,2
Yamaha	1.661.496	49,2	444.192	44,8
Suzuki	163.659	4,8	29.723	3,0
Jumlah	3.376.541	100	992.051	100

Sumber : <http://otomotif.kompas.com/read/2011/02/12/10442775/Skutik.Kini.Perkasa.>

Berdasarkan data tersebut, pangsa pasar dan penjualan sepeda motor skutik Suzuki memiliki pertumbuhan yang lambat dibandingkan dua pesaing utamanya. Pangsa pasar sepeda motor Suzuki kategori skutik merupakan yang terendah dari ketiga sepeda motor asal Jepang. Angka penjualan maupun pangsa pasar sepeda motor skutik Suzuki sangat jauh dibandingkan dengan kedua pesaingnya, bahkan terjadi penurunan dari tahun 2010 ke kuartal I Tahun 2011. Data tersebut menunjukkan bahwa terdapat dominasi penjualan produk Yamaha dan Honda pada kategori motor skutik. Jika hal ini dibiarkan terjadi, maka sepeda motor Suzuki akan runtuh dan digantikan oleh produk Yamaha dan Honda.

Dari segi merek pun, Suzuki tidak berada dalam posisi *top three* di dalam kategori skuter matik dan masih tertinggal jauh dibanding kompetitornya. Merek Yamaha dan Honda masih menjadi pilihan utama konsumen. Hal tersebut terlihat pada tabel *Top Brand Index* di bawah ini.

Tabel 1.4
***Top Brand Index* Kategori Sepeda Motor Matik Tahun 2010 - 2011**

MEREK	TOP BRAND INDEKS (TBI)		
	2010	2011	
Yamaha Mio	49,7%	64,4%	TOP BRAND
Honda Vario	24,4%	17,3%	TOP BRAND
Honda Beat	18,0%	12,0%	TOP BRAND
Suzuki Spin	5,4%	3,1%	
Suzuki Skywave	2,5%	2,1%	

Sumber : <http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top-brand-result-2011/>

Berdasarkan *top brand index* dalam kurun waktu Tahun 2010- 2011, dapat diketahui bahwa tak satupun skuter matik Suzuki yang berhasil menjadi *top brand*. Yamaha melalui skuter matik Mio yang berhasil menjadi *market leader* dengan Honda sebagai *market challenger*-nya dengan produk skuter matik Vario dan variannya Honda Beat. Selain dari segi merek, di sisi lain skuter matik Suzuki Spin masih mempunyai keunggulan, pasalnya skuter matik ini pernah meraih *Best Performance Motor Plus Award* Tahun 2008, pemenang *Best Matic* 115-125 cc versi majalah *MotoRev* kemudian penghargaan *Otomotif Award* Tahun 2010 kategori sepeda motor *The Best Value* Skutik 125 - 150 cc.

Dalam persaingan seperti sekarang ini, industri sepeda motor dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Masing-masing industri sepeda motor harus menampilkan produk yang terbaik kepada konsumen. Di mata konsumen yang mempunyai kualitas produk yang terbaik dari segi model, performa mesin, dan ketersediaan suku cadang akan menjadi faktor-faktor pendukung dalam menentukan pilihan mereka.

Semua produk sepeda motor skuter matik yang ditawarkan oleh setiap pabrikan tentu saja masing-masing mempunyai keunggulan tersendiri, seperti Suzuki Spin yang memiliki keunggulan kapasitas mesin yang besar 125 cc. namun dengan lebih besarnya kapasitas mesin mengakibatkan skuter matik ini lebih boros dibandingkan Yamaha Mio dan Honda Vario. Spin memiliki kapasitas tangki bahan bakar lebih besar yaitu 4,7 liter kemudian dimensi (PxLxT) 1.935x670x1.070 mm dan berat kosong sebesar 113 kg. Jika dilihat

berat kosong, Suzuki Spin lebih berat dibandingkan dua utama pesaing utamanya Honda dan Yamaha. Di sisi lain, suku cadang dan aksesoris Suzuki Spin mudah didapat namun harga suku cadang relatif lebih mahal daripada Yamaha Mio. Bentuk model dari Suzuki Spin juga cenderung meniru model Yamaha Mio. Sedangkan perbandingan dari segi irit adalah 1 liter dapat menempuh jarak 45 km.

Disamping kualitas produk, tinjauan harga juga semakin penting, karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk berbeda. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan, tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. Penilaian terhadap harga suatu produk dikatakan mahal, murah atau biasa saja dari setiap individu tidaklah harus sama, karena tergantung dari persepsi individu yang dilatarbelakangi oleh lingkungan kehidupan dan kondisi individu tersebut. Untuk mengatakannya, perlu terlebih dahulu dibandingkan dengan produk serupa yang diproduksi atau dijual perusahaan lain.

Dalam penetapan harga, PT. Suzuki Indomobil Motor selaku perusahaan yang memproduksi sepeda motor Suzuki Spin telah menetapkan sebesar Rp 10.975.000 (harga *on the road* untuk wilayah Jakarta dan sekitarnya) sedangkan Yamaha sebagai rival terberat, tidak berbeda jauh dengan Suzuki yaitu Rp 10.860.000 (harga *on the road* untuk wilayah Jakarta dan sekitarnya). Harga Suzuki Spin masih bersaing jika dibandingkan dengan Yamaha sebagai *market leader* sepeda motor matik. Di sisi lain, jika dilihat harga jual kembalinya, sepeda motor Suzuki Spin masih berada pada posisi ketiga dibanding dua pesaingnya

yaitu Honda Vario dan Yamaha Mio. Oleh karena itu perlu bagi Suzuki untuk memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tidak terlalu tinggi atau sebaliknya. Namun ada baiknya jika dalam penetapan harga tersebut disesuaikan juga dengan nilai, manfaat, dan kualitas produk itu sendiri. Perlu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tidak terlalu tinggi atau sebaliknya. Namun ada baiknya jika dalam penetapan harga tersebut disesuaikan juga dengan nilai, manfaat, dan kualitas produk itu sendiri.

Menurut Erwin Subarkah, pengamat pemasaran otomotif mengatakan bahwa konsumen sepeda motor di Indonesia sangat sensitif terhadap harga. Hal itu dikarenakan, sekitar 70 - 80 persen pembelian sepeda motor dilakukan secara kredit. Erwin Subarkah menambahkan bahwa harga juga yang menentukan konsumen dalam memutuskan suatu pembelian (www.tempointeraktif.com, Rabu 16 Juni 2010). Oleh karena itu perlu bagi Suzuki untuk memperhatikan harga produk menjadi hal yang utama. Harga produk yang mampu bersaing dengan produk kompetitor akan dapat mengundang konsumen lebih banyak.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang **"Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Spin"**.

1.2. Perumusan Masalah

1. Bagaimana deskripsi mengenai kualitas produk, persepsi harga, dan keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Spin?
2. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Spin?
3. Apakah persepsi harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Spin?
4. Apakah kualitas produk dan persepsi harga secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Spin?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui deskripsi mengenai kualitas produk, persepsi harga, dan keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Spin.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Spin.
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Spin.
4. Untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas produk dan persepsi harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Spin.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang Manajemen Pemasaran yang berkaitan dengan keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perguruan Tinggi

Memberikan informasi mengenai pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian

b. Bagi Perusahaan

Sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan perusahaan untuk meningkatkan daya beli konsumen melalui perwujudan variabel-variabel yang mempengaruhinya.