

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan industri otomotif di Indonesia sangat cepat dan cenderung meningkat tiap tahunnya, seiring dengan kebutuhan dan permintaan masyarakat akan sarana transportasi yang memadai. Hal ini dipicu oleh perkembangan jaman yang menuntut manusia untuk bisa bergerak lebih mudah dalam mencapai tujuan dalam aktivitas kesehariannya. Kondisi pada saat ini jumlah transportasi publik sangat tidak mencukupi kebutuhan masyarakat dan beberapa faktor lainnya seperti minimnya keamanan, tidak tepat waktu, tidak layak pakai serta kurangnya kenyamanan angkutan publik tersebut. Hal ini mendorong masyarakat untuk membeli dan menggunakan alat transportasi pribadi daripada menggunakan jasa angkutan umum.

Permintaan pasar akan kendaraan bermotor yang sedemikian tingginya, dihadapi para produsen otomotif baik sepeda motor maupun mobil untuk saling berpacu mendapatkan produk yang mampu memenuhi seluruh permintaan calon pembeli. Secara umum antara lain adalah faktor keamanan, kualitas produk, hemat bahan bakar, praktis penggunaannya, kenyamanan berkendara, kelangkaan produk dan yang terpenting adalah harganya harus terjangkau masyarakat. Namun seiring perkembangan jaman, permintaan tersebut melebar hingga menciptakan segmen baru dalam masyarakat, sebagai contoh produk utama harus dilengkapi dengan teknologi mesin lebih besar, model gagah,

ruang lebih besar dan nyaman, mengedepankan kemewahan walaupun harganya lebih mahal. Semua tantangan ini harus dijawab cepat, baik dan tepat bagi produsen otomotif di Indonesia jika ingin tetap eksis dalam menjual produk dan selalu menguntungkan.

Salah satu faktor pengambilan keputusan untuk membeli jenis kendaraan bermotor bergantung pada kebiasaan masyarakat menghadapi rute jalan setiap harinya, dimana pada saat ini panjang dan luasnya jalanan di Indonesia tidak sebanding dengan bertambahnya pengguna kendaraan. Sehingga hampir setiap hari kita menemui kemacetan dan kesemerawutan mulai dari pagi hari hingga sore hari khususnya di kota-kota besar. Masyarakat semakin cenderung melihat tingkat kepraktisan, hemat bahan bakar dan waktu sampai tujuan sebagai faktor yang terpenting saat ini. Mayoritas akan memilih sepeda motor dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan mobil, karena dirasakan dapat menjawab tantangan yang ada sekarang ini. Bahkan kecenderungan baru disinyalir banyak pengguna mobil yang beralih ke sepeda motor karena faktor ekonomi Indonesia yang semakin tidak menentu dan menekan rakyat. Masyarakat juga merasakan kemudahan dalam pembelian sepeda motor di Indonesia dimana hampir 75% -80% diantaranya merupakan peran serta dari perusahaan pembiayaan (*leasing*) kendaraan bermotor dan beberapa bank penjamin kredit. Sistem ini sangat membantu masyarakat untuk memiliki sepeda motor pribadi secara cepat walaupun dengan bunga kredit yang tinggi hingga 30%. Sepeda motor diprediksi akan menjadi tren dan kebiasaan baru masyarakat yang akan

terus berkembang seiring dengan isu mahalnya bahan bakar, kemacetan dan waktu jelajah di Indonesia.<sup>1</sup>

## 1. Jenis-jenis Sepeda Motor

### a. Sepeda Motor Sport

Tipe sepeda motor yang dikhususkan untuk penggunaan balap dan kecepatan tinggi. Pengemudi yang mengemudikan sepeda motor berjenis sport ini relatif membungkuk ke depan dan posisi kaki yang sedikit ke belakang, posisi tersebut digunakan pada sepeda motor seperti ini agar tekanan angin dari arah depan yang berlawanan tidak menghantam tubuh pengendara yang membuat sepeda motor ini bisa melaju dengan kecepatan tinggi. Bodi sepeda motor seperti ini juga memiliki jarak yang dekat dengan tanah yang menyebabkan sepeda motor ini rendah, hal ini dikarenakan untuk menambah unsur aerodinamis sepeda motor pada kecepatan tinggi di sirkuit. Contoh sepeda motor tipe ini yaitu: Honda CBR 250, Honda CBR 150, dan Kawasaki Ninja.

### b. Sepeda Motor Road Bike Sport/Standard

Tipe sepeda motor berkopling dan memiliki jarak bodi dari tanah yang tinggi, sepeda motor tipe ini merupakan sepeda motor yang tidak digunakan untuk ajang balap/kecepatan tinggi namun desain bodi dan performa mesin yang lebih bertenaga dan kuat. Tipe sepeda motor ini

---

<sup>1</sup><http://antonyrahardi.blogspot.com/2014/06/perkembangan-industri-sepeda-motor.html>. (Diakses pada tanggal 13 Maret 2014 pukul 16.20)

digunakan dalam keperluan sehari-hari dan dapat dikendarai pada medan berbatu/berkerikil namun tidak *off-road* secara penuh. Contoh sepeda motor tipe ini yaitu: Honda Tiger, Honda MegaPro, Honda Verza 150, Bajaj XCD, Suzuki Thunder, dan Yamaha SZ-X.

c. Sepeda Motor Cruiser

tipe sepeda motor yang memiliki torsi mesin yang besar dan mempunyai kemampuan menarik beban besar. Biasanya motor jenis ini identik dengan mesin dua silinder, *riding position* yang santai dan bergaya *Chopper*. Posisi tangan pengendara lebih tinggi daripada posisi duduk dan posisi kaki yang ke depan. Contoh sepeda motor ini adalah produk dari Harley Davidson dan Bajaj Avenger.

d. Sepeda Motor *Trail* atau *Off-Road*

Tipe sepeda motor yang dikhususkan untuk melibas medan berat. Misalnya medan berbatu dan berlumpur. Sepeda Motor jenis ini mempunyai ciri kontur ban kasar, menyerupai pacul atau bergerigi kotak-kotak. Motor jenis ini mempunyai torsi besar dan tahan banting. Jarak bodi dari tanah relatif tinggi. Sepeda Motor jenis ini tidak mengejar *top speed*, namun akselerasi. Sepeda Motor jenis ini memiliki jenis suspensi yang lebih daripada motor lain karena penggunaannya di medan berat. Contoh sepeda motor tipe ini yaitu: Suzuki DR Z400S dual sport 400 cc, Kawasaki KLX 150, dan Honda CRF450X.

e. Sepeda Motor Moped/Bebek/Cub

tipe sepeda motor manual tanpa kopling yang memiliki Kapasitas Silinder (CC) kecil. Tipe sepeda motor ini yaitu model bodi yang bercorak dari jok pengendara ke bawah kemudian naik ke stang kemudi. Posisi pengendara untuk sepeda motor ini tegak. Contoh sepeda motor tipe ini yaitu: Honda Supra X 125, Honda Revo, Honda Blade, Honda Astrea, Yamaha Jupiter, dll

f. Sepeda Motor Skuter Matik

tipe sepeda motor otomatis yang tidak menggunakan operan gigi manual dan hanya cukup dengan satu akselerasi, sepeda motor ini memiliki kapasitas silinder (CC) kecil dan posisi pengemudi yang tegak, ukuran sepeda motor ini lebih kecil dan ringan daripada tipe bebek. Sepeda motor ini memiliki ruang kosong di antara kemudi dan pengendara yang memungkinkan untuk kaki bisa diletakan di tempat tersebut. Sepeda motor ini sangat cocok untuk wanita dan ini digunakan untuk keperluan dalam kota/wilayah. Sepeda motor tipe ini memiliki dimensi ukuran ban dan roda yang cukup kecil. Contoh sepeda motor tipe ini yaitu: Honda Beat, Honda Vario, Honda Scoopy, Honda Spacy Helm-in, Vespa Piaggio, Yamaha Mio, dan lain-lain.<sup>2</sup>

PT Astra Honda Motor (AHM) berhasil mengakhiri 2014 dengan mencetak angka penjualan sepeda motor Honda sebesar 5.051.100 unit atau pencapaian pertama dalam sejarah penjualan tertinggi Honda di dunia.

---

<sup>2</sup> [http://id.wikipedia.org/wiki/Sepeda\\_motor](http://id.wikipedia.org/wiki/Sepeda_motor). (Diakses pada tanggal 7 April 2014 pukul 13.15)

Pencapaian ini juga mengukuhkan kepemimpinan Honda di pasar motor nasional dengan 64,2% pangsa pasar. Berikut ini adalah data Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia (AISI) mengenai penjualan keseluruhan semua sepeda motor dapat dilihat pada tabel I.1.

Tabel I.1  
Data Penjualan dan Pertumbuhan Keseluruhan Sepeda Motor Tahun 2013-2014 Menurut AISI

Tahun	Penjualan	Pertumbuhan
2013	7.771.014	1,2 %
2014	7.867.195	

Sumber : <http://www.aisi.or.id/statistic/>

Kinerja penjualan sepeda motor Honda tumbuh lebih tinggi dari pertumbuhan pasar nasional yaitu sebesar 7,5% dari 4.700.871 unit pada 2013 menjadi 5.051.100 unit pada 2014 dapat dilihat pada tabel I.2.

Tabel I.2  
Data Penjualan dan Pertumbuhan Sepeda Motor Honda Tahun 2013-2014

Tahun	Penjualan	Pertumbuhan
2013	4.700.871	7,5%
2014	5.051.100	

Sumber : <http://www.astra-honda.com>

Penyumbang terbesar penjualan sepeda motor Honda ini berasal dari 5 model terlaris yaitu bisa dilihat tabel I.3. Kelima model ini sekaligus menjadi model terlaris di setiap segmen masing-masing di pasar motor nasional. *General Manager Sales Division* AHM Thomas Wijaya menyatakan apresiasinya terhadap kepercayaan penuh masyarakat Indonesia dalam memilih sepeda motor Honda sepanjang tahun lalu. Pencapaian rekor penjualan tertinggi Honda ini tidak akan tercapai tanpa dukungan dan kepercayaan konsumen Honda.

Tabel I.3  
Data Penjualan Lima Tipe Motor Honda Terlaris

No	Tipe Motor	Jumlah Penjualan (unit)
1	Honda BeAT FI	2.117.948
2	Honda Vario Series	1.454.685
3	Honda Supra series	368.159
4	Honda Revo series	322.682
5	Honda Scoopy	285.830

Sumber : <http://www.astra-honda.com/berita/ahm-bukukan-penjualan-tertinggi-honda-di-dunia/>

Honda juga berterima kasih kepada konsumen yang telah memilih sepeda motor Honda sebagai teman beraktifitas dalam meraih mimpi menyiapkan masa depan yang lebih baik. Sesuai semangat Satu Hati atau *One Heart*, kami berkomitmen akan terus melanjutkan upaya kami memberikan produk dan layanan terbaik di Tanah Air.

Tahun lalu, penjualan sepeda motor Honda yang tinggi ditopang larisnya penjualan di segmen skutik Honda. Motor-motor skutik Honda yang dikenal memiliki desain dan teknologi terbaik mampu terjual sebesar 3.880.190 unit atau berkontribusi 76,8% terhadap total penjualan Honda. Di segmen skutik ini, AHM menguasai 73% pangsa pasar melalui model Honda BeAT FI, Honda Vario series, Honda Scoopy, Honda Spacy, dan Honda PCX 150.

Di segmen sport, model-model sport Honda terus diminati dengan pencapaian penjualan sebesar 383.983 unit. Pangsa pasar AHM di segmen ini mencapai 35,5%. Pencapaian ini diraih melalui jajaran model sport Honda yaitu bisa dilihat tabel I.4

Tabel I.4  
Data Penjualan Empat Tipe Motor *Sport* Honda

No	Tipe Motor	Jumlah Penjualan (unit)
1	Honda CB 150 R Street Fire	196.622
2	Honda Verza 150	132.541
3	Honda Mega Pro	33.249
4	Honda CBR series	21.571

Sumber : <http://www.astra-honda.com/berita/ahm-bukukan-penjualan-tertinggi-honda-di-dunia/>

Sementara itu, motor-motor bebek Honda pun terus menjadi pilihan pecintanya dengan total penjualan bebek Honda sebesar 786.927 unit atau memimpin 53,9% pangsa pasar motor bebek nasional. Di segmen ini, Pencapaian ini diraih melalui jajaran motor-motor bebek Honda yang bisa dilihat tabel I.5.

Tabel I.5  
Data Penjualan Tiga Tipe Motor Bebek Honda

No	Tipe Motor	Jumlah Penjualan (unit)
1	Honda Supra series	368.159
2	Honda Revo FI	322.682
3	Honda Blade	96.086

Sumber : <http://www.astra-honda.com/berita/ahm-bukukan-penjualan-tertinggi-honda-di-dunia/>

Dalam usahanya menyuguhkan produk dan layanan terbaik bagi masyarakat Indonesia, AHM didukung oleh sekitar 15.245 institusi bisnis yang terdiri antara lain 981 pemasok komponen sepeda motor Honda secara langsung maupun tidak langsung, 19 Usaha Mikro Kecil Menengah binaan AHM, 29 main dealer Honda, 1.817 dealer Honda, 3.646 bengkel resmi Astra

Honda *Authorized Service Station* (AHASS), 250 outlet layanan Honda, 350 bengkel mitra binaan, 7.652 toko suku cadang, dan 2.145 outlet perusahaan pembiayaan sepeda motor Honda, 86 perusahaan logistic pengiriman sepeda motor Honda, serta 115 outlet perusahaan asuransi.<sup>3</sup>

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan masalah yang telah dijelaskan maka dapat dibuat perumusan permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimana proses keputusan pembelian konsumen produk motor Honda Vario FI di Honda Samudra Ciracas ?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penulisan**

### 1. Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan karya ilmiah ini adalah untuk mengetahui proses keputusan pembelian konsumen produk motor Honda Vario FI di Honda Samudra Ciracas.

### 2. Manfaat Penulisan

#### a. Bagi Penulis

Sebagai sarana pengembangan wawasan dan diharapkan mampu mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama masa perkuliahan dan mencari solusi bagi permasalahan yang timbul di dunia nyata.

---

<sup>3</sup><http://www.astra-honda.com/berita/ahm-bukukan-penjualan-tertinggi-honda-di-dunia/>. (Diakses pada tanggal 13 Maret 2015 pada pukul 16.40)

b. Bagi Pengelola Honda Samudra Ciracas

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi sumbangan saran positif dan sebagai rekomendasi dalam melakukan perancangan strategi pemasaran.

c. Bagi Universitas

Sebagai pelengkap arsip Karya Ilmiah Universitas yang dibuat oleh mahasiswa serta untuk dapat mengetahui kemampuan mahasiswa di dalam menerapkan pengetahuan yang didapatkan selama perkuliahan.

d. Bagi Pembaca

Sebagai bahan informasi dan referensi penulis lain yang akan menulis Karya Ilmiah.