

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini, objek yang digunakan adalah tiga merek sekuter matic di di Indonesia, antara lain yaitu Honda, Yamana, dan Suzuki. Berikut penjelasan mengenai gambaran secara umum masing-masing maskapai.

1.1.1 Honda

PT Astra Honda Motor (AHM) merupakan pelopor industri sepeda motor di Indonesia. Didirikan pada 11 Juni 1971 dengan nama awal PT Federal Motor. Sejak pertama kali hadir di Indonesia, sepeda motor Honda selalu dicintai dan dipercaya menjadi partner berkendara masyarakat. Berbekal kepercayaan ini, PT Astra Honda Motor secara konsisten melakukan inovasi pada produk dan teknologinya, terus meningkatkan layanan di jaringan penjualan dan purna jual Honda, serta intens beraktivitas dan berkomunikasi dengan masyarakat melalui berbagai platform. (Astra Honda, 2023).

Sebagai bagian dari bangsa Indonesia, PT Astra Honda Motor senantiasa memperkuat kontribusinya di berbagai bidang, seperti keselamatan berkendara, pendidikan, lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat. Diharapkan perusahaan akan terus tumbuh dan berkembang bersama masyarakat dan dapat menjadi salah satu perusahaan kebanggaan bangsa Indonesia. (Astra Honda, 2023)

Tipe sepeda motor yang pertama kali di produksi Honda adalah tipe bisnis, S 90 Z bermesin 4 tak dengan kapasitas 90cc. jumlah produksi pada tahun pertama selama satu tahun hanya 1500 unit, namun melonjak menjadi sekitar 30 ribu pada tahun dan terus berkembang hingga saat ini. Pada tahun 1981 PT Astra Honda Motor (AHM) mencapai 1 juta produksi sepeda motor honda, dan mendirikan pabrik kedua, dan pada tahun 2015 PT Astra Honda Motor (AHM) berhasil mencatat produksi motor ke 50 juta yang merupakan prestasi pertama di industry sepeda motor di Indonesia bahkan untuk tingkat ASEAN. (Astra Honda, 2023)



Gambar 1.1 Logo Honda

Sumber: (Astra Honda, 2023)

1.1.2 Yamaha

Torakusu Yamaha adalah orang yang pertama kali mendirikan Yamaha Corporation. Yamaha Corporation terus berkembang menjadi perusahaan besar di dunia yang dikenal dengan produk-produknya yang berkualitas tinggi. Berdiri di tahun 1887 dengan nama Nippon Gakki Co.,Ltd oleh Torakusu Yamaha. Awalnya memproduksi peralatan musik piano tegak dan piano akustik di tahun 1900. Itu menjadi bagian dari sejarah berdirinya Yamaha Music yang hingga saat ini berada di bawah naungan Yamaha Corporation. (Yamaha Motor, 2023).

Dalam perjalanannya terbentuk Yamaha Motor Co.,Ltd di tahun 1955 yang memproduksi sepeda motor. Motor pertamanya YA-1 yang terbukti keunggulannya menjuarai balapan di Fuji dan Assen. Yamaha Corporation dan Yamaha Motor Co.,Ltd memiliki filosofi yang sama yaitu Kando yang menawarkan kegembiraan baru dan kehidupan yang lebih memuaskan bagi orang-orang di seluruh dunia. (Yamaha Motor, 2023)



Gambar 1.2 Logo Yamaha

Sumber: (Yamaha Motor, 2023)

1.1.3 Suzuki

Suzuki berdiri pada tahun 1909, diprakarsai oleh seorang pengusaha bernama Michio Suzuki. Di usia mudanya yaitu, 22 tahun Michio mengawali langkah industri ini dengan membuat produk yang tergolong unik pada saat itu. Sosok yang dibesarkan di tengah keluarga petani kapas ini membuat sebuah mesin

tenun dari kayu dengan sistem pedal dan memasarkannya secara massal pada tahun 1909 di bawah naungan nama pabriknya yaitu Suzuki Loom Works. Keuletan serta kondisi Jepang yang saat itu merupakan salah satu negara pengekspor kain terbesar di dunia, membuat mesin tenun kayu berpedal ciptaannya laris manis. Pada tahun 1920 Michio berhasil membawa perusahaannya melantai di bursa saham dengan Suzuki Loom Manufacturing Company (SLMC). Sebuah perusahaan yang mengembangkan perkakas serta peralatan tenun menenun. Ide resmi terwujud pada tahun 1952 dengan dikeluarkannya sepeda motor dengan mesin pertama keluaran Suzuki yang bertajuk “Power Free”. Suzuki Loom Manufactured Company pun kemudian berganti menjadi Suzuki Motors Ltd. Kesuksesan produk ini membuat Suzuki mendapatkan subsidi untuk melakukan riset sepeda motor dari Kantor Hak Paten. (Suzuki, 2023)



Gambar 1.3 Logo Suzuki

Sumber: (Suzuki, 2023)

1.2 Latar Belakang

Dijaman sekarang manusia beraktifitas menggunakan kendaraan, dikarenakan jarak perjalanan yang jauh, yang mana tidak memungkinkan bila perjalanan tersebut dilakukan dengan berjalan kaki. Maka alternatif yang dibutuhkan adalah kendaraan bermotor yaitu mobil atau sepeda motor kendaraan yang paling diminati sepeda motor dijaman sekarang ini membantu meminimalisasi waktu atau mengefisienkan waktu. Kebutuhan sepeda motor bagi masyarakat menjadi penting dalam menjalankan suatu aktivitas pada kehidupan sehari-hari. Tingginya tingkat kemacetan membuat kendaraan sepeda motor menjadi alternatif untuk sampai tujuan dengan cepat (Fatmawati & Soliha, 2017)

Pada saat ini tingkat kebutuhan sepeda motor bagi masyarakat sangat vital karena tingkat kemacetan yang sangat parah dijalan raya, sehingga alternatif bagi masyarakat untuk mengatasi kemacetan tersebut adalah dengan menggunakan sepeda motor untuk mencapai tujuan didalam kota dan ini pilihan yang sangat tepat dibandingkan dengan sarana angkutan yang lainnya. Permintaan sepeda motor bagi masyarakat mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, hal ini memberikan peluang bagi produsen sepeda motor untuk meningkatkan inovasi dan teknologi dari produk yang dihasilkan untuk memberikan kendaraan sepeda motor yang unggul bagi masyarakat. (Herman, 2023)

Menurut beritasatu.com penjualan sepeda motor pada Januari 2023 mencapai 615.416 unit, kemudian turun menjadi 575.502 unit di Februari 2023, lalu meningkat lagi pada Maret 2023 hingga mencapai 633.155 unit. Jika ditotal, penjualan sepeda motor selama periode Januari-April 2023 sebanyak 2.178.396 unit. Didukung oleh laporan menurut Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) Penjualan sepeda motor domestik pada Maret 2023 mencatat angka 633.155 unit, atau meningkat 10 persen secara bulanan (month-to-month/mtm) dibandingkan Februari 2023 yang mencapai 575.502 unit. Secara kumulatif, sepanjang kuartal pertama tahun ini atau Januari – Maret 2023, penjualan motor domestik berhasil membukukan 1.824.073 unit, melesat 44,4 persen dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya, penjualan motor pada Maret 2023 jadi perolehan terbanyak dalam tiga tahun terakhir.(Herman, 2023)

Seiring dengan jumlah sepeda motor yang meningkat setiap tahunnya, didukung pula dengan jumlah penjualan sepeda motor di Indonesia maupun untuk diluar indonesia, hal tersebut didukung oleh grafik penjualan perbandingan antara maret 2022-maret 2023. (Katadata, 2023)

Gambar 1.4

Perbandingan Penjualan Sepeda Motor Maret 2022-Maret 2023



Sumber : (katadata.co.id, 2023)

Laporan Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) menunjukkan, volume penjualan sepeda motor domestik mencapai 633.155 unit pada Maret 2023. Angka tersebut bertumbuh 40,5% dibandingkan periode sama tahun lalu (year-on-year/yoy) sebanyak 450.565 unit. Jika dibandingkan periode bulan sebelumnya, penjualan sepeda motor domestik pada Maret 2023 meningkat 10% (month-on-month/mom). Pada Februari 2023, penjualan motor domestik RI sebanyak 575.502 unit. (Katadata, 2023)

Meski demikian, catatan positif ini tak dibarengi oleh kinerja ekspor. Tercatat, volume ekspor sepeda motor Indonesia pada Maret 2023 sebanyak 36.962 unit alias turun 32,63% secara tahunan (yoy). Sama halnya dengan kinerja tahunan, volume ekspor sepeda motor RI juga merosot hingga 18,99% dibandingkan kinerja ekspor Februari 2023 sebanyak 45.627 unit. (Katadata, 2023)

Kenaikan penjualan motor menurut artikel didukung pula oleh Badan Pusat Statistik, sebagai berikut :

Tabel 1.1

Jumlah sepeda motor di Indonesia dari tahun 2012-2022

No	Tahun	Jumlah Sepeda Motor
1	2012	76.381.183
2	2013	84.732.652
3	2014	92.976.240
4	2015	98.881.267
5	2016	105.150.082
6	2017	113.030.793
7	2018	106.836.985
8	2019	112.771.136
9	2020	115.023.039
10	2021	120.045.878
11	2022	125.267.349

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2023)

Menurut laporan *Statistik Indonesia 2023* yang dirilis Badan Pusat Statistik (BPS), pada akhir 2022 ada sekitar 125,3 juta unit motor di Indonesia. (Databoks, 2023). Selama periode 2012-2022 jumlah sepeda motor di dalam negeri sudah bertambah sekitar 48,9 juta unit atau tumbuh 64% (Databoks, 2023). Seperti terlihat pada tabel. Provinsi dengan jumlah sepeda motor terbanyak yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.2

Jumlah sepeda motor per provinsi

No	Provinsi	Jumlah Sepeda Motor
1	Jawa Timur	20,7 Juta Unit
2	Jawa Tengah	17,5 Juta Unit
3	DKI Jakarta	17,3 Juta Unit
4	Jawa Barat	13,4 Juta Unit
5	Sumatra Utara	6,3 Juta Unit
6	Bali	3,9 Juta Unit
7	Sulawesi Selatan	3,89 Juta Unit
8	Riau	3,6 Juta Unit
9	Lampung	3,4 Juta Unit
10	Sumatra Selatan	3,3 Juta Unit

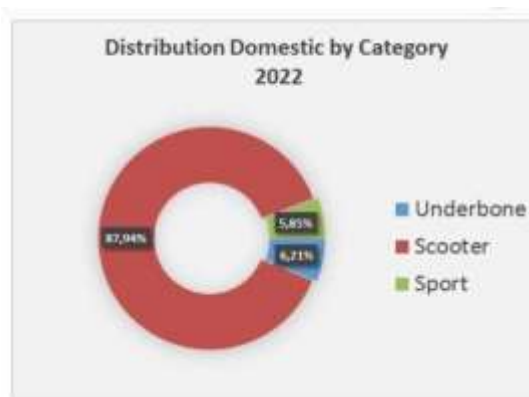
Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2023).

Berdasarkan tabel 1.2 dapat diketahui bahwa Pertumbuhan jumlah motor mengindikasikan adanya penguatan kinerja industri otomotif dan daya beli

masyarakat. Jumlah motor yang terus bertambah juga dapat membantu pergerakan orang, barang, jasa, yang kemudian berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. (Katadata, 2023)

Kebutuhan akan kendaraan sepeda bermotor membuat peluang bagi perusahaan sepeda motor untuk mengeluarkan jenis-jenis produk agar dapat menarik minat konsumen, di Indonesia terdapat beraneka macam jenis sepeda motor, namun penjualan sepeda motor jenis scooter masih memberikan kontribusi terbesar, baik dari segi penjualan domestik maupun ekspor. Penjualan scooter tercatat menyumbang 90,06% terhadap total penjualan domestik, serta 54,36% total ekspor pada Februari 2023. (Katadata, 2023). Berikut ini adalah data jenis sepeda motor dipasaran:

Gambar 1.5
Distribusi Domestik Jenis Motor Tahun 2022



Sumber : (aisi, 2023)

Berdasarkan jumlah distribusi motor Domestik, dapat dilihat bahwa scooter menguasai pangsa pasar di Indonesia yaitu sebesar 87,94%, sisanya dikuasai oleh underbone sebesar 6,21% dan sport sebesar 5,85%, hal tersebut menunjukkan bahwa untuk jenis scooter matic banyak dicari oleh konsumen. Motor Scooter matic pertama di Indonesia sudah ada sejak tahun 1962 silam. Honda, selaku produsen otomotif ternama asal Jepang, memperkenalkan motor otomatis kepada masyarakat Indonesia yang dikenal sebagai Honda Sayur. (Aisi, 2022). Berikut ini merupakan gambar dari sejarah motor scooter:

Gambar 1.6

Perjalanan Sejarah Motor Scooter Matic di Indonesia



Sumber: (Otosprit, 2018)

Pabrikasi Jepang mulai merambah pasar skutik dengan memboyong beberapa produknya dari negeri Sakura. Produsen sepeda motor berlambang Garpu Tala tersebut menawarkan Majesty dan Glide. Barulah kemudian mereka meluncurkan Yamaha Nouvo yang diimpor dari Thailand pada 2002. Kehadiran Nouvo generasi pertama yang kini dikenal dengan sebutan Lele ini mampu meraih hati masyarakat. Tidak ingin terlena, Yamaha kembali menggoda pelanggan setianya dengan meluncurkan Mio generasi pertama. Hal ini membuat Yamaha berbunga-bunga karena penjualan skutik tersebut laris-manis bak kacang goreng di pinggir jalan. Hal ini (penjualan skutik) ternyata berhasil memikat Honda yang didukung oleh jaringan Astra di belakangnya. Pada 2006 Honda meluncurkan Vario generasi pertama. Pasar skutik semakin ramai dan memberikan tekanan bagi Piaggio sebagai pelopor di segmen ini. (Otosprit, 2018)

Kehadiran Vario kemudian dilanjutkan dengan kemunculan Beat pada 2008 yang berdimensi lebih kecil. Skutik besutan Honda kian populer dan sukses mendapatkan hati masyarakat Tanah Air. Di samping itu, Suzuki juga ikut meramaikan pasar skutik dengan meluncurkan Spin. Di balik persaingan pabrikan motor asal Jepang dengan model skutik, konsumen diuntungkan dengan semakin banyaknya pilihan. Kemudian para pengguna kendaraan jenis ini juga diuntungkan bersamaan hadirnya berbagai teknologi terkini. Persaingan skutik sendiri semakin ramai dengan hadirnya Honda Scoopy pada 2010 dan generasi Vario bermesin lebih besar. Tidak hanya Honda, Yamaha juga gencar melancarkan pelurunya dengan mengenalkan perpanjangan tangan dari Mio seperti (Mio Soul, Soul GT, Mio Z125 dan Mio S). Yamaha juga mencoba peruntungan dengan meluncurkan Xeon, X-ride, Fino dan Aerox 125. Tidak ketinggalan Suzuki dengan Skydrive, Skywave kemudian Nex.(Otosprit, 2018)

Melihat tren industri otomotif khususnya sepeda motor di Indonesia memang tak akan ada habisnya. Seperti yang kita ketahui, Indonesia merupakan pasar terbesar industri sepeda motor di Asia Tenggara hingga saat ini. Terdapat 3 perusahaan sepeda motor di Indonesia yang pangsa pasarnya besar, yaitu Honda, Yamaha, Dan Suzuki. Ketiga produsen sepeda motor ini memiliki sejarah panjang persaingan dalam industri otomotif dan telah menghasilkan banyak model yang berhasil di pasaran. (Otosprit, 2018)

Berikut ini merupakan data hasil penjualan ketiga produsen motor di Indonesia:

Gambar 1.7
Penjualan Sepeda Motor tahun 2021



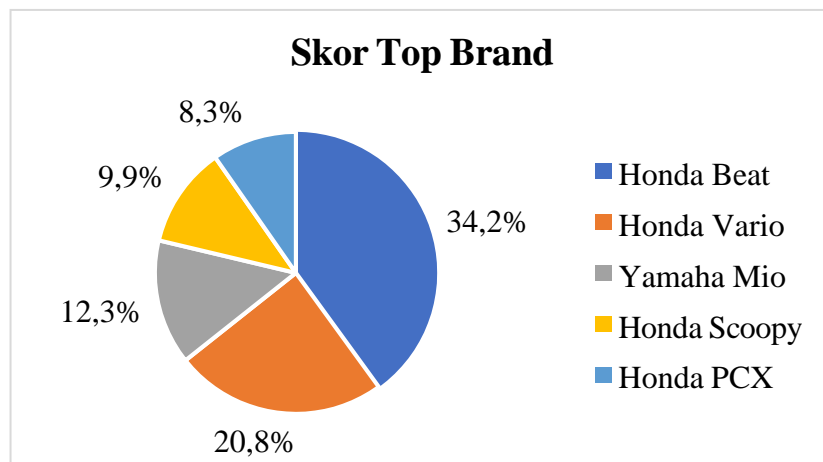
Sumber: (goodstats.id, 2023)

Persentase penjualan motor berjenis bebek di tahun 2021 lalu hanya menyentuh angka 7,2 persen dan untuk motor sport berada di angka 6 persen. Data ini dikeluarkan oleh AISI pada akhir tahun lalu. Sementara terkait merek, Honda berhasil menarik hati pencinta sepeda motor di Indonesia dengan catatan penjualan sebanyak 3.928.788 unit di tahun 2021 atau sekitar 77,68 persen dari total penjualan motor keseluruhan. Rivalnya, Yamaha berada di posisi kedua dengan total penjualan sebanyak 1.063.866 unit atau sekitar 21 persen. Tiga merek teratas lainnya hanya berhasil menjual dengan persentase di bawah 1 persen, yakni Kawasaki dengan 43.540 unit (0,86 persen), Suzuki dengan 18.380 unit (0,36 persen), dan TVS dengan 2.942 unit (0,06 persen). (Goodstats, 2022)

Jenis sepeda motor semakin bervariasi, sehingga membuat konsumen memiliki banyak pilihan dalam memilih jenis sepeda motor.. Ketiga produsen motor saling berlomba untuk memikat hati pengendara motor untuk membeli merknya, Lembaga survei Top Brand melalui Frontier Group, merilis daftar "Sepeda Motor Favorit Masyarakat Indonesia 2022" pada Minggu (17/7/2022). (Goodstats, 2022).

Sepeda motor Honda Beat menjadi salah satu yang jadi favorit masyarakat Indonesia. Yaitu sebagai berikut:

Gambar 1.8
Top Brand Sepeda Motor 2022



Sumber : (kompasotomotif.com, 2022)

Berdasarkan gambar 1.4, dapat disimpulkan bahwa Honda menjadi penguasa pangsa pasar Sepeda Motor matic dari segi top brand yang terkenal di kalangan masyarakat, sedangkan Yamaha hanya 1 jenis sepeda motor yang menjadi sepeda motor pilihan di Indonesia yaitu Yamaha Mio. (Kompas, 2022)

Persaingan yang terjadi antar brand kendaraan bermotor menimbulkan persaingan antar produsen sepeda motor, masing-masing produsen berusaha meningkatkan kualitas sepeda motornya agar dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian oleh karena itu produsen harus mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih sepeda motor. Preferensi konsumen merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk yang dikonsumsi. Preferensi konsumen juga merupakan nilai-nilai yang diperhatikan konsumen dalam menentukan sebuah pilihan.

Penelitian menurut (Maharani & Tricahyono, 2017) menunjukkan bahwa preferensi konsumen dipengaruhi oleh beberapa atribut yang terdiri dari Harga, desain, warna, bahan bakar, daya tahan. Peneliti lainnya (Azmi, 2022) menunjukkan hasil penelitian bahwa calon konsumen sepeda motor dalam membeli sepeda motor banyak pertimbangannya untuk mendapatkan motor yang diinginkannya seperti apa

kelebihan dari sebuah sepeda motor tersebut, harga yang terjangkau, kalau dibeli secara kredit dengan bunga yang rendah dan lain sebagainya.

Kota Cirebon merupakan salah satu kota yang di padati oleh kendaraan bermotor, dimana kota Cirebon merupakan perbatasan antara Jawa Barat menuju Jawa Tengah dan Jawa Timur, secara jumlah kendaraan bermotor berdasarkan tabel sebelumnya (tabel 1.2) bahwa Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Jawa Barat menduduki posisi kendaraan terbanyak dari ranking 1-4, dimana pada tahun 2022 jumlah sepeda motor di Cirebon mencapai 913.565 unit naik dari tahun 2021 yang hanya sebesar 901.331 unit, hal tersebut menunjukkan dari segi minat serta penggunaan Cirebon merupakan salah satu kota yang memiliki kendaraan bermotor yang padat.(opendata.jabarprov.go.id)

Persaingan yang terjadi yang disebabkan oleh sepeda motor jenis skuter matic selalu berada diperingkat teratas. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai preferensi konsumen dalam memilih skuter matic, yang bermanfaat untuk perusahaan agar dapat membuat strategi pemasaran yang dapat meningkatkan penjualan masing-masing. Maka dari itu peneliti bermaksud untuk mengetahui bagaimana preferensi konsumen dalam memilih sepeda motor jenis skuter matic dengan judul **“ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH SEPEDA MOTOR JENIS SKUTER MATIC DI CIREBON TAHUN 2024 (Studi kasus pada Merek Motor Skuter Matic Honda, Yamaha dan Suzuki)”**

1.3 Perumusan Masalah

Bagaimana preferensi konsumen sepeda motor jenis skuter matic di kota Cirebon?

1.4 Tujuan Penelitian

Mengetahui preferensi konsumen sepeda motor jenis skuter matic di kota Cirebon.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Akademis

Aspek akademis dari penelitian ini adalah untuk menerapkan teori-teori yang telah didapatkan selama mengikuti perkuliahan dimana pengembangan teori

ini merupakan pengaplikasian mengenai teori preferensi konsumen, memberikan informasi mengenai preferensi konsumen, dan memberikan informasi bagi mahasiswa/i yang sedang mencari informasi mengenai hubungannya keputusan konsumen dan teknik analisis data kuantitatif exploratif serta sebagai Tugas Akhir pada Pendidikan S1 di program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Telkom University.

1.5.2 Aspek Praktis

Aspek praktis dari penelitian ini dapat digunakan oleh Honda, Yamaha dan Suzuki sebagai sumber penyusunan strategi pemasaran dalam melihat preferensi konsumen.

1.6 Ruang Lingkup

Penelitian ini memiliki batasan-batasan yang bertujuan untuk mencegah permasalahan meluas dan menjaga konsistensi dari tujuan peneliti. Batasan-batasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Periode pengamatan adalah Maret-Mei 2024.
2. Masyarakat Cirebon yang dijadikan responden adalah masyarakat yang sudah pernah menggunakan produk dari Honda, Yamaha, dan Suzuki
3. Deskripsi preferensi yang berhubungan dengan keputusan memilih sepeda motor matic.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama menunjukkan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan ruang lingkup penelitian, dan sistematika tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua menggambarkan dengan jelas, ringkas, dan padat, tentang teoriteori yang berhubungan dengan topik dari umum ke khusus , disertai dengan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ketiga memberikan penjelasan terkait pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian. Mencakup jenis penelitian, operasional variabel, populasi, sampel, pengumpulan data, uji validitas, uji reliabilitas, dan tektik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab keempat menguraikan hasil dari penelitian yang dilakukan penulis terhadap objek beserta pembahasan sesuai dengan perumusan masalah yang sudah ada.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang hasil kesimpulan dari teknik analisis data serta saran