

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Transportasi secara global merupakan perpindahan dari satu tempat ke tempat lainnya menggunakan sebuah wahana yang digerakkan oleh manusia atau mesin (www.wikipedia.com, 9 okt 2007). Transportasi merupakan sesuatu yang sangat penting. Transportasi dapat menghubungkan satu daerah dengan daerah lain sehingga mempermudah orang untuk melakukan suatu kegiatan (www.wikipedia.com, 11 okt 2007). Transportasi terdiri dari :

1. Transportasi darat : adalah sebuah wahana yang digunakan di darat oleh manusia.

Transportasi darat memiliki sarana yang berupa :

- Angkutan Jalan : adalah kendaraan yang diperbolehkan untuk menggunakan jalan menurut ” *Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1993 tentang Kendaraan dan Pengemudi*” disebutkan :
 - 1) Kendaraan Bermotor : adalah kendaraan yang digerakkan oleh peralatan teknik yang berada pada kendaraan itu.
 - 2) Sepeda motor : adalah kendaraan bermotor beroda dua atau tiga tanpa rumah-rumah baik dengan atau tanpa kereta samping.
 - 3) Mobil Penumpang : adalah setiap kendaraan bermotor yang dilengkapi sebanyak-banyaknya delapan tempat duduk tidak termasuk tempat duduk pengemudi, baik dengan maupun tanpa perlengkapan pengangkutan bagasi.

- 1) Mobil Bus : adalah setiap kendaraan bermotor yang dilengkapi lebih dari delapan tempat duduk pengemudi, baik dengan maupun tanpa perlengkapan pengangkutan bagasi.
 - 2) Mobil Barang : adalah setiap kendaraan bermotor selain dari yang termasuk dalam sepeda motor, mobil penumpang dan mobil bus.
 - 3) Kendaraan Khusus : adalah kendaraan bermotor selain daripada kendaraan bermotor untuk penumpang dan kendaraan bermotor untuk barang, yang penggunaannya untuk keperluan khusus atau mengangkut barang-barang khusus.
- Kereta Api : adalah wahana angkutan massal yang umumnya terdiri dari atas lokomotif serta rangkaian gerbong baik penumpang atau barang serta berjalan di atas rel.
 - Lainnya : Angkutan darat selain mobil, bus ataupun sepeda motor yang lazim digunakan oleh masyarakat, umumnya digunakan untuk skala kecil, rekreasi, ataupun sarana-sarana di perkampungan baik di kota maupun desa seperti sepeda, becak, bajaj, bemo, delman.

Sedangkan perasarana yang di gunakan di darat adalah jalan, jembatan, rel, terminal, stasiun kereta api, halte.

2. Transportasi Laut : adalah sebuah wahana yang digunakan di laut oleh manusia. Transportasi laut memiliki sarana yaitu kapal yang merupakan suatu kendaraan yang dibuat untuk lautan atau pengangkutan merintang air.

sedangkan prasarana yang digunakan berupa pelabuhan dan galangan kapal.

3. Transportasi Udara : adalah sebuah wahana yang digunakan di udara oleh manusia. Transportasi udara memiliki sarana yaitu pesawat (adalah mesin atau kendaraan apapun yang mampu terbang di atmosfer) sedangkan prasarana yang digunakan berupa bandara udara.

Sebagian besar masyarakat Indonesia menggunakan angkutan darat untuk mempermudah lalu lintas kegiatannya. Karena angkutan darat dianggap lebih murah dan lebih mudah didapat. Angkutan darat yang sering digunakan adalah jenis mobil penumpang yang bersifat pribadi dan nyaman (Survei pasar, 15 oktober 2007)

Mobil (kependekan dari otomobil yang berasal dari bahasa Yunani 'autos' (sendiri) dan latin 'movere' (bergerak) adalah kendaraan beroda empat atau lebih yang membawa mesin sendiri (www.wikipedia.com, 9 oktober 2007).

Perkembangan mobil di Indonesia pada semester pertama tahun 2007 mulai tumbuh. Kenaikan pasar mobil itu telah menggugah pelaku bisnis mobil yang meyakini bahwa masih ada sisa ruang pasar pada tahun 2007. Pasar mobil memang terus berkembang. Pada Maret 2007, kalangan agen tunggal pemegang merek (ATPM) mengatakan bahwa pasar mobil tidak akan bergerak leluasa. Pasar mobil tetap akan tumbuh, tetapi dengan perkiraan yang pesimistis maksimal hanya 350.000 unit. Hal itulah yang mendongkrak total penjualan mobil selama semester pertama tahun 2007. Hal inilah yang membuat semangat pelaku mobil timbul kembali dan iklim bisnis yang membaik membuat kondisi pasar menjadi kondusif (Soebronto Laras, 19 oktober 2007)

Di Indonesia jenis mobil penumpang terbagi menjadi mobil sedan, mobil jeep dan sekarang muncul jenis mobil baru yaitu mobil SUV (*sport utility vehicle*) dan MPV (*multi purpose vehicle*). Kedua jenis mobil ini mulai menguasai pasar mobil di Indonesia dengan tingkat produksinya yang meningkat dari tahun ke tahun. Perbedaan antara mobil jenis SUV dengan mobil jenis MPV yaitu SUV memiliki fitur dan kenyamanan serasa sedan tapi berkemampuan seperti jeep artinya bentuknya yang sporty dengan kemampuan offroad. Sedangkan MPV adalah kendaraan yang difokuskan untuk mengangkut banyak penumpang dan barang. Misalnya Kijang Inova, Mitsubishi Grandis, KIA Carnival, Suzuki APV, dan lain-lain. Selain itu jarak ground clearance yang berbeda yaitu SUV 235 mm sedangkan MPV 175 mm. Sejak pertama kali masuk ke Indonesia mobil jenis SUV ini mampu merebut

perhatian konsumen. Hampir di semua kota besar di Indonesia terdapat mobil jenis SUV dari berbagai merek dan pabrikan. Berdasarkan penggerak rodanya SUV terbagi tiga yaitu:

1. Real SUV adalah kendaraan untuk segala medan offroad dengan penggerak roda 4x4. Misalnya VW Touareg, BMW X5, Mercedes Benz M-Class, Range Rover, Landcruiser.
2. Medium SUV adalah kendaraan untuk medan offroad yang sedang karena penggerak rodanya ada yang 4x4 atau 4x2. Misalnya Honda CRV (All New CRV), Nissan X-Trail, Suzuki Grand Escudo 2.7, Suzuki Grand Vitara, Ford New Escape, Toyota Fortuner, KIA Sportage II, Hyundai Tucson, Mazda New Tribute, Hyundai New Santa Fe.
3. Mini SUV adalah kendaraan dengan medan offroad ringan dengan penggerak roda 4x2. Misalnya Toyota Rush dan Daihatsu Terios.

Dengan dua tipe penggerak roda yang dimiliki oleh SUV yaitu 4x2 dan 4x4, SUV memiliki kapasitas mesin yaitu :

Tabel 1.1
Kategori Mobil Jenis SUV

CATEGORY	
4x2 TYPE	CC < 1.500 (G / D) 1.501 < CC < 2.500 (G / D) 2.501 < CC < 3.000 (G) CC > 3.001 (G) / 2.500 (D)
4x4 TYPE	CC < 1.500 (G / D) 1.500 < CC < 3.000 (G) / 2.500 (D) CC > 3.001 (G) / 2.500 (D)

Sumber : Gaikindo

Sedangkan berdasarkan jenisnya SUV terbagi menjadi :

(Gaikindo, 5 oktober 2007)

1. Premium SUV (High SUV), yaitu jenis kendaraan yang memiliki kapasitas mesin di atas 3.000cc dengan harga di atas 500 juta.
Contohnya : BMW X5, Landcruiser, VW Touareg.
2. Medium SUV, yaitu jenis kendaraan yang memiliki kapasitas mesin 2.000cc-3.000cc dengan harga berkisar 200 juta–450 juta.
Contohnya : Nissan X-Trail, Honda CR-V, Toyota Fortuner.
3. Small SUV, yaitu jenis kendaraan yang memiliki kapasitas mesin 1.800cc-2.000cc dengan harga yang berkisar 150 juta-190 juta.
Contohnya : Toyota Rav4.
4. Mini SUV, yaitu jenis kendaraan yang memiliki kapasitas mesin 1.500cc-2.000cc dengan kisaran harga diatas 130 juta.

Karakter utama saat berkendara SUV, adalah posisi mengemudi yang tinggi. Untuk jalan rusak SUV akan lebih mantap dibanding sedan, salah satu alasannya yaitu SUV memiliki ground clearance yang relatif tinggi yaitu 235mm, sehingga tidak perlu khawatir akan terkena benda pada bagian bawah dan dapat digunakan untuk melintasi banjir. Banyaknya ruas jalan rusak atau berlubang dinegeri ini menjadikan SUV dan jeep yang memiliki kaki-kaki yang kuat sangat digemari karena tidak mudah mengalami kerusakan. Menggunakan SUV yang posisi kursinya tinggi menjadikan pengendaranya lebih percaya diri dan yang tidak kalah pentingnya, bentuk SUV yang gagah dan kokoh

menjadikan pengendaranya seperti laki-laki sejati (macho) atau tomboi. (Riset pasar, 14 oktober 2007).

Pasar untuk kendaraan dengan kategori *sport utility vehicle* (SUV) sangat unik. Masuknya merek baru ke pasar tidak mengurangi konsumen dari merek yang sudah lebih dulu ada, tetapi malah menarik konsumen yang sama sekali baru. Itu sebabnya pasar *sport utility vehicle* (SUV) terus bertambah besar seiring dengan bertambahnya merek yang masuk ke pasar tersebut sebesar enam persen sepanjang tahun 2007 dengan total penjualan sebesar 3.086 unit. Tak heran banyak perusahaan pembuat mobil yang mencoba peruntungan di pasar SUV (www.yahoo.com, search gaikindo, 14 oktober 2007).

Berdasarkan data suseda Kota Bandung, terlihat bahwa jumlah kendaraan bukan umum untuk kategori jeep sebesar 23.831 kendaraan. Data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.2
Jumlah Kendaraan Umum dan Bukan Umum Menurut Wilayah Di Kota Bandung Tahun 2005

Unit Pelayanan Pendapatan Service Unit Of Revenue	Sedan / Sejenisnya Passenger Cars		Jeep / Sejenisnya Jeep		Minibus / Sejenisnya Minibus	
	Umum	Bukan Umum	Umum	Bukan Umum	Umum	Bukan Umum
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Bandung Barat	226	19.855	-	8.791	3.452	41.999
Bandung Tengah	886	25.811	-	10.233	2.386	14.998
Bandung Timur	330	12.002	-	4.807	1.776	23.309

Sumber / Source : Badan Pusat Statistik

Menurut data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik, SUV dapat dikategorikan sebagai mobil jenis jeep. Sehingga mobil jenis SUV mudah diterima di pasar mobil di Kota Bandung. Terdapat beberapa merek ternama yang menguasai pasar mobil jenis SUV. Salah satunya jenis mobil medium SUV yang berkapasitas mesin 2.000cc-3.000cc, diantaranya :

1. Honda CRV (All New CRV)

CRV memiliki dua varian mesin, kapasitas 2.000cc dan 2.400cc. Versi 2.000cc menggunakan VTEC sementara 2400cc dengan i-VTEC 4 x 4 atau memiliki 4 silinder energi. Transmisinya juga dibedakan manual dan otomatis dengan 5 tingkat kecepatan. Kelengkapan yang tersedia dalam CRV antara lain sistem rel yang sudah dilengkapi dengan ABS, EBD, dan BA. Kantung udara dual SRS juga menjadi standar, brake assist. Tak lupa seat belt pretension untuk semua penumpang. Teknologi keselamatan yang dimiliki CRV didukung dengan konstruksi G-CON yang mampu menahan benturan, sehingga dapat mengurangi cedera pada penumpangnya. Serta memiliki Real Time 4WD dan Grade Logic Control. All New CRV 2.0 (M/T) dijual dengan harga Rp 272 juta; All New CRV 2.0 yang menggunakan persneling otomatis (A/T) dijual dengan harga Rp 282 juta; serta All New CRV 2.4 A/T Rp 298 juta.

2. Nissan X-Trail

Mobil yang menyanggah gelar sebagai SUV No 1 di Jepang ini memiliki dua versi, yakni X-Trail Sport Touring (St) dan X-Trail Extra Touring (Xt). Keduanya memakai persneling otomatis dengan 4 tingkat kecepatan yang dikontrol secara elektronik, sehingga perpindahan gigi berlangsung sangat halus. Penggunaan antilock brake system (ABS) 4 saluran dan 5 sensor, yang dipadu dengan electronic brake force distribution (EBD) dan airbag. X-Trail memiliki beberapa keunggulan, selain mesin 2.500cc, juga desainnya menarik, modern dan berkualitas tinggi. Harga jual Nissan X-Trail St 2.5 A/T Rp 270 juta; Nissan X-Trail Stt 2.5 A/T Rp 280 juta; serta Nissan X-Trail Xt 2.5 A/T Rp 301 juta.

3. Toyota Fortuner

Didukung mesin bensin 2.700cc VVT-i (variable valve timing with intelligence) 4 x 4 atau 4 silinder segaris menggunakan penggerak empat roda permanen dan berpersneling otomatis. Teknologi mesin bensin VVT-i menghasilkan power besar dan responsif. Fitur keselamatan Fortuner dilengkapi dua kantung udara (airbag), pelindung pintu dari tabrakan samping (side door impact beam), sabuk pengaman (seatbelt), kaca depan laminated glass. Fortuner tersedia dalam tiga varian, dengan pilihan grade G, 2.7, 4 x 2,

otomatik yang dijual dengan harga Rp. 295 juta ; grade G 2.7, 4 x 2, otomatis luxury Rp. 307 juta; serta grade V 2.7, 4 x 4, otomatis Rp. 353 juta.

4. Ford Escape 2.3

Ford Escape menyanggah mesin dengan kapasitas 2.300cc, 4 silinder segaris, 16 katup (4 katup per silinder), variable valve timing (VVT) dan electronic throttle control system (ETCS), double over-head camshaft (DOHC), dan menggunakan variable inertia charging system (VICS), yang populer dengan sebutan variable intake control system. Jarak antara roda depan dan belakang (wheelbase) sepanjang 2,620 meter membuat Escape 2.3 memiliki kestabilan yang baik. Tinggi bagian bawah mobil dari permukaan tanah (ground clearance) sekitar 20 sentimeter membuat Ford Escape 2.3 cukup aman digunakan di medan offroad. Escape 2.3 menggunakan rem cakram (disc brake) di depan dan rem tromol (drum) di belakang, serta dilengkapi dengan antilock braking system (ABS) empat saluran, electric brake-force distribution (EBD), dan brake assist (BA). Ford Escape 2.3 dijual dengan harga Rp 250 juta.

5. Suzuki Grand Escudo XL-7

Dengan mesin 2.500cc, V6, double over-head camshaft (DOHC) dan daya serta torsi sebesar itu disalurkan ke roda belakang (4 x 2)

melalui persneling otomatis dengan 4 tingkat kecepatan yang dilengkapi dengan overdrive dan menggunakan penggerak empat roda (4 x 4). Sementara itu, wheelbase (jarak antara roda depan dan belakang)-nya cukup jauh (2,8 meter) dan memiliki ground clearance (ketinggian mobil dari permukaan jalan/tanah) 18,5 sentimeter. Perangkat keamanan (safety) pada Grand Escudo XL-7 cukup lengkap yaitu sabuk pengaman (seatbelt), kantung udara (airbag), antilock brake system (ABS) yang dipadu dengan electronic brake force distribution (EBD). Harga Suzuki Grand Escudo XL-7 2.5 A/T Rp 246 juta.

6. Suzuki Grand Vitara

Dengan mesin 2.000cc, DOHC, 16 katup, dengan sistem pengapian multi point injection. Kendaraan ini memiliki sistem penggerak dua roda (4 x 2) dan dilengkapi dengan sistem pengereman ABS (antilock-brake system), EBD, dual front air bag. Suzuki Grand Vitara JLX 2.0 A/T Rp 230 juta, Suzuki Grand Vitara JLX 2.0 M/T Rp 218 juta, Suzuki Grand Vitara JX 2.0 M/T Rp 198 juta.

7. Hyundai Tucson

Dengan mesin yang berkapasitas 2.000cc dengan konfigurasi empat silinder segaris. Tucson sudah dilengkapi dengan ABS didukung EBD yang dapat mengoptimalkan pengeraman. Selain itu Tucson

dilengkapi dengan kantung udara dan dual pretension seat belt demi keselamatan penumpangnya. Tucson dengan gaya lift up yaitu kaca belakang dapat terbuka terpisah dari pintu sehingga memudahkan menaruh atau mengambil barang yang relatif kecil tanpa harus membuka pintu, apalagi jika tempat parkirnya dalam ruang serta memiliki high tensile sub frame yang sanggup meredam dan meminimalis efek benturan serta Tucson juga menggunakan jok dari bahan Fabric yang punya tekstur yang pas untuk tubuh. Harga untuk Hyundai Tucson Rp 227 juta.

8. Chevrolet Captiva

Chevrolet Captiva menawarkan versi front-wheel-drive (FWD) dan all-wheel-drive (AWD) dengan 2.400cc, 4 silinder, 16 katup dengan performa yang kuat. Dari sektor keselamatan, fitur yang dimiliki captiva sangat lengkap. Untuk captiva LS sudah dilengkapi dua kantung udara depan serta tirai. Sementara di level yang lebih atas, captiva LT telah memiliki jok belakang serta kantung udara samping. Fitur-fitur keselamatan aktifnya berupa EPS (electronic stability programme), HBA (hydraulic brake assist), active rollover protection (ARP), serta HDC (hill descent control). Semuanya bermanfaat saat menghadapi segala kondisi jalan, ketika menikung, mengerem, serta menuruni perbukitan. Harga untuk mobil Chevrolet Captiva Rp 268 juta.

Untuk dapat bersaing di pasar mobil dengan berbagai merek yang ditawarkan, maka perusahaan harus memiliki merek yang kuat bukan cuma memberikan daya saing jangka panjang bagi perusahaan tetapi merek juga memberikan benefit sosial dan ekonomi bahkan secara makro. Merek yang paling populer belum tentu paling dicari oleh konsumen. Pengelolaan merek yang didukung inovasi terbukti dapat membuat sebuah perusahaan keluar dari kerumunan, produknya lepas dari jebakan komoditisasi, dan karenanya mampu membukukan *margin* laba yang tinggi. Kendati demikian, bukan berarti perusahaan yang masuk ke industri yang produknya kian menjadi komoditas tidak bisa mengibarkan merek. Merek tetap vital di mata konsumen dan dalam jangka panjang memberikan keunggulan kompetitif yang riil. (Cheliotis dalam Saniarto, 2004:1-3).

Untuk dapat bersaing di pasar mobil dengan berbagai merek yang ditawarkan maka untuk dapat memenangkan persaingan tersebut sebuah merek harus memiliki kekuatan merek. Merek memberikan fungsi untuk membedakan suatu produk dengan produk lain dengan memberikan tanda, seperti yang didefinisikan pada pasal 1 Undang-Undang merek (Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001). Tanda tersebut harus memiliki daya pembeda dan digunakan dalam perdagangan barang atau jasa. Dalam prakteknya merek digunakan untuk membangun loyalitas konsumen (Bima, 2005) Seperti halnya yang dikatakan oleh Knapp (2001:15) bahwa, kekuatan merek dibangun melalui diferensiasi dan relevansi. Ini berarti suatu merek perlu berbeda dari produk lain yang sama dan relevan bagi kehidupan para konsumen. Diferensiasi

merupakan langkah pertama jika suatu merek ingin menembus pasar dan menempati suatu posisi khusus di pikiran konsumen.

Dengan menciptakan merek yang kuat memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan, antara lain untuk tujuan *franchise*, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan meningkatkan keunggulan bersaing. Karena itu, perusahaan yang memiliki merek yang kuat cenderung lebih mudah memenuhi kebutuhan dan keinginan sesuai dengan persepsi pelanggan. Perusahaan juga akan lebih mudah menempatkan produk dengan lebih baik di benak konsumen. (Freddy Rangkuti, 2002:X).

Merek yang kuat dapat diciptakan berdasarkan *brand equity* atau kinerja suatu merek seperti yang dikatakan oleh Freddy Rangkuti. Kinerja merek sangat penting untuk sebuah merek apabila sebuah merek memberikan manfaat yang besar tetapi pengorbanan kecil berarti merek tersebut mempunyai kinerja yang tinggi. Seperti yang dikatakan A.B. Susanto dan Himawan Wijanarko bahwa kinerja merek sangat tergantung pada besarnya pengorbanan serta manfaat yang dirasakan oleh konsumen, kinerja merek yang tinggi akan menimbulkan loyalitas terhadap merek, dan sebaliknya jika kinerja merek memburuk dan citra merek menjadi negatif maka segala investasi yang telah ditanamkan akan hilang. (A.B. Susanto dan Himawan Wijanarko, 2000:15).

Brand tidak terbangun dengan kuat hanya oleh kegiatan program pemasaran entah itu iklan, promosi penjualan, marketing public relations, ataupun yang lainnya. *Brand* terbangun kuat karena performancenya. Performa itu di antaranya dalam wujud : menyediakan produk sesuai benefit yang

diharapkan, tetap menjalankan inovasi dan relevansi *brand*, serta membangun kredibilitas, modal intelektual sebagaimana diketahui adalah kombinasi dari hal-hal tak berwujud berupa individu dalam perusahaan, organisasi (yang berisikan sistem, prosedur, metode), dan modal hubungan/relational. (Andiral Purnomo, 7 November 2007).

Maka dengan uraian tersebut penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “ ***Kinerja Merek Mobil Jenis Medium SUV 2.000cc-3.000cc di Kota Bandung***”

Penulis melakukan penelitian ini karena penulis melihat pasar untuk kendaraan dengan kategori Medium *sport utility vehicle* (SUV) sangat berkembang pesat dan sangat unik. Masuknya merek baru ke pasar tidak mengurangi konsumen dari merek yang sudah lebih dulu ada, tetapi malah menarik konsumen yang sama sekali baru. Itu sebabnya pasar Medium *sport utility vehicle* (SUV) terus bertambah besar seiring dengan bertambahnya merek yang masuk ke pasar tersebut. Tak heran banyak perusahaan pembuat mobil yang mencoba peruntungan di pasar Real SUV (www.oto.co.id)

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam keadaan pasar yang penuh persaingan maka kekuatan dan kinerja merek menjadi sangat penting, karenanya masalah yang ingin diketahui oleh penulis adalah :

1. Bagaimana Kinerja Merek Mobil Jenis Medium SUV 2.000cc-3.000cc di Kota Bandung ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Kinerja Merek-merek Mobil Jenis Medium SUV 2.000cc-3.000cc di Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan data dan informasi yang diperoleh dari penelitian ini bagi penulis adalah :

1. Kegunaan teoritis yaitu untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai merek.
2. Kegunaan praktis untuk menambah informasi mengenai Kinerja Merek Mobil Jenis Medium SUV 2.000cc-3.000cc di Kota Bandung.