

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan teknologi semakin pesat, begitu pula dengan perkembangan teknologi di bidang otomotif khususnya industri motor. Kendaraan kini bukanlah suatu barang yang dianggap langka dan sangat berperan penting dalam kehidupan manusia sehari-hari, seperti halnya sepeda motor. Sepeda motor kini berkembang semakin pesat mulai dari sepeda motor manual hingga sepeda motor *matic*. Perkembangan tersebut menyebabkan jumlah penggunaan sepeda motor juga terus meningkat.

Menurut data Badan Pusat Statistik, pengguna kendaraan bermotor roda dua di seluruh Indonesia pada tahun 2011 adalah 68.839.341 pengendara. Pertumbuhan ini akan terus meningkat setiap tahunnya baik di kota-kota besar maupun di kota-kota kecil. Dengan perkembangan yang terjadi, berbagai perusahaan bersaing untuk memberikan inovasi dalam menciptakan kendaraan dengan spesifikasi yang semakin memenuhi kebutuhan konsumen.

Dalam kenyataannya tidak sedikit perusahaan yang mengalami kesulitan dalam menjalankan usaha ini. Banyaknya pesaing dengan inovasi baru pada sepeda motor merupakan halangan yang menghambat pertumbuhan perusahaan. Selain itu, banyaknya pertimbangan konsumen dalam memilih sepeda motor seperti kualitas produk, harga, iklan atau promosi juga salah satu kendala perusahaan dapat bertahan. Untuk itu, kualitas sepeda motor dan strategi pemasaran yang baiklah yang diperlukan agar perusahaan dapat bertahan.

Perusahaan “X” adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri sepeda motor yang berlokasi di Jl. Soekarno Hatta No. 474a. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1955 dan berpusat di Iwata, Shizuoka, Jepang. Perusahaan “X” memproduksi dan merakit berbagai jenis motor, baik manual ataupun *matic*. Sepeda motor yang diproduksi akan didistribusikan melalui

*dealer-dealer* perusahaan “X”. Saat ini terdapat sekitar 1400 *dealer* yang tersebar di Indonesia, sedangkan untuk lokasi khusus Bandung terdapat kurang lebih 50 *dealer* yang tersebar, baik di Kotamadya, Kodya Cimahi, maupun Kabupaten Bandung. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak perusahaan, terdapat permasalahan penurunan penjualan sepeda motor di beberapa tahun terakhir. Penurunan ini terjadi di sepanjang tahun 2012, dimana total penjualan sepeda motor ditahun 2012 turun sebesar 31% dibandingkan tahun 2011. Berikut merupakan tabel penurunan persentase perbulan.

Tabel 1.1  
Persentase Penurunan

Bulan	Persentase Penurunan
1	34%
2	28%
3	37%
4	29%
5	16%
6	20%
7	44%
8	52%
9	31%
10	32%
11	22%

Masalah ini ditandai dengan menurunnya penjualan sepeda motor di *dealer* Kotamadya Bandung, Kodya Cimahi dan Kabupaten Bandung. Berdasarkan keterangan dari pihak perusahaan, sepeda motor *matic* yang mengalami penurunan yang cukup besar. Oleh karena itu, penelitian difokuskan kepada penelitian sepeda motor *matic*.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Faktor yang mungkin menyebabkan terjadinya penurunan penjualan yang terjadi terhadap produk perusahaan “X” adalah sebagai berikut :

- Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas sepeda motor Perusahaan “X” yang membuat konsumen beralih ke pesaing lain.
- Adanya pesaing dengan usaha sejenis yang merebut pasar Perusahaan “X”
- Tidak diketahui apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih sepeda motor.
- Strategi pemasaran produk sepeda motor yang tidak tepat
- Daya beli konsumen yang menurun

### 1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah ini dilakukan dengan tujuan penelitian tidak membahas terlalu luas sehingga dapat fokus dalam menyelesaikan masalah dalam penelitian. Oleh karena itu pembatasan masalah yang dibuat adalah:

- Pesaing utama ditentukan oleh pihak Perusahaan “X”.
- Sepeda motor yang akan di teliti adalah sepeda motor berjenis *matic*.
- Penelitian dilakukan di dua *dealer* yang ditetapkan perusahaan, yang mengalami penurunan. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengambilan sampel dikarenakan waktu penelitian yang terbatas.

### 1.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah :

1. Hal-hal apa yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih sepeda motor ?
2. Apa saja yang menjadi kelebihan dan kelemahan produk Perusahaan “X” terhadap pesaing lainnya.?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Perusahaan “X”?
4. Bagaimana *Segmentation, Targeting, Positioning* Perusahaan “X” yang baru?
5. Usulan strategi pemasaran apa yang akan diberikan kepada pihak Perusahaan “X” sehingga dapat meningkatkan angka penjualan?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dibuat, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui hal-hal apa yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih sepeda motor.
2. Mengetahui kelebihan dan kelemahan dari produk Perusahaan “X” terhadap pesaing lainnya.
3. Mengetahui kepuasan konsumen terhadap produk Perusahaan “X”.
4. Mengetahui *Segmentation, Targeting, Positioning* Perusahaan “X” yang baru?
5. Mengetahui usulan strategi pemasaran apa yang akan diberikan kepada pihak Perusahaan “X” sehingga dapat meningkatkan angka penjualan.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini adalah :

#### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Berisi latar belakang masalah yang akan diteliti, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi mengenai definisi teori-teori dan metode yang digunakan yang berhubungan dengan penelitian penulis, yang menjadi acuan dalam menyelesaikan suatu masalah.

#### **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Berisi tentang prosedur pengerjaan penelitian dalam bentuk *flow chart* dari penelitian pendahuluan hingga kesimpulan dan saran. Bab ini juga menjelaskan poin-poin dari *flow chart*.

#### **BAB 4 PENGUMPULAN DATA**

Berisi tentang cara pengumpulan data melalui kuesioner, dimulai dari penentuan jumlah sampel, variabel, sampai penyusunan kuesioner dan data-data sekunder lainnya yang mendukung pengerjaan penelitian ini.

#### **BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS**

Berisi pengolahan data yang digunakan dalam memecahkan masalah yang terjadi dalam penelitian penulis yang disertai dengan analisis hasil yang telah diperoleh berdasarkan pengolahan data.

#### **BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisi tentang kesimpulan dan saran dari peneliti dari hasil penelitian yang bermanfaat bagi perusahaan.