

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dalam pemakaian kendaraan bermotor di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat karena semakin majunya teknologi dalam bidang otomotif dan masyarakat tentu saja memiliki tuntutan dalam memenuhi kebutuhan kesehariannya dengan menggunakan kendaraan untuk dapat menjangkau ke tempat tujuannya. Pemakaian kendaraan bermotor di kota-kota semakin berkembang dengan munculnya berbagai merek dan jenis kendaraan bermotor yang bisa dimiliki oleh masyarakat dengan berbagai macam variasi jenis dan harga.

Dengan perkembangan dunia industri otomotif yang semakin pesat ini mengakibatkan persaingan yang semakin ketat, berbagai cara dilakukan para pelaku bisnis untuk menjaga dan mengembangkan keunggulan kompetitif dengan pesaingnya. Industri otomotif di antara sekian banyak industri yang mengalami persaingan yang semakin ketat, hal ini ditunjukkan dengan semakin banyaknya pelaku bisnis yang memasuki sektor industri ini. Melihat hal tersebut, persaingan dalam dunia usaha menuntut setiap perusahaan untuk mengambil langkah-langkah serta strategi yang baik guna memenangkan persaingan dengan kompetitor demi menjaga eksistensi yang dimiliki dan tentunya mempertahankan bahkan meningkatkan keuntungan atau profit yang dihasilkan. Tanpa strategi yang

baik perusahaan tidak akan dapat bertahan karena seiring waktu kompetitor akan terus muncul bersamaan dengan permintaan konsumen yang kian meningkat. Hal ini dihadapi oleh setiap perusahaan yang mencari laba dan tidak terkecuali industri sepeda motor. Saat ini, perkembangan jumlah penduduk yang cukup pesat serta beragamnya aktivitas kerja setiap orang memungkinkan segala aktivitas tersebut harus dilakukan secara cepat. Agar orang dapat melakukan pekerjaan secara cepat, dibutuhkan sarana pendukung, seperti sarana transportasi.

Kebutuhan akan alat transportasi dewasa ini telah menjadi kebutuhan primer. Terlebih pemakaian kendaraan bermotor di daerah perkotaan mengalami pertumbuhan yang cukup tinggi. Fenomena kemacetan menjadi masalah utama bagi masyarakat pada umumnya sehingga masyarakat lebih memilih menggunakan kendaraan pribadi dengan sepeda motor yang lebih mudah menjangkau daerah kemacetan, karena dengan waktu tempuh yang lebih singkat untuk mencapai jarak yang cukup jauh dari pada menggunakan transportasi umum yang waktu tempuhnya tidak dapat diperkirakan dengan baik. Sehingga masyarakat pun lebih banyak memilih menggunakan sepeda motor dalam keseharian aktivitasnya dengan perhitungan ongkos yang lebih irit juga. Kemudahan kredit sepeda motor serta perilaku masyarakat yang cenderung konsumtif pun menambah jumlah pengguna sepeda motor dari waktu ke waktu. Fenomena ini mendorong berbagai produsen sepeda motor untuk berlomba-lomba menciptakan aneka jenis varian sepeda motor guna

memenuhi kebutuhan masyarakat alat transportasi, sehingga dewasa ini dapat dilihat berbagai jenis sepeda motor dari berbagai merek bermunculan, mulai dari Yamaha, Honda, Kawasaki, Suzuki. Mayoritas motor di Indonesia di produksi dari Jepang karena dirasa harga lebih terjangkau, onderdil atau *sparepart* yang murah dan mudah didapatkan. Kendaraan bermotor sangat banyak diminati oleh kalangan ke bawah, menengah, dan ke atas sekalipun, dikarenakan alat bantu ini sangat bermanfaat bagi kelangsungan hidup masyarakat, sehingga dapat mempengaruhi penjualan di perusahaan kendaraan bermotor.

Beragamnya kebutuhan masyarakat akan alat transportasi pun membuat produsen sepeda motor terus berinovasi hingga akhirnya lahir jenis sepeda motor bertransmisi otomatis yang kemudian dikenal dengan skutermatik. Skutermatik yang beredar di pasaran sepintas terlihat mirip antara satu dengan yang lain, namun jika diperhatikan secara lebih mendetail maka akan ditemukan perbedaan-perbedaan yang cukup berarti dan hal ini menunjukkan bahwa masing-masing produsen sepeda motor memiliki pandangan tersendiri mengenai kualitas dan fitur tertentu yang diprediksikan mampu memuaskan kebutuhan konsumen. Produsen sepeda motor tentunya tidak hanya berfokus terhadap kualitas akan produk yang dihasilkan sehubungan dengan usaha yang dilakukan untuk menguasai pasar, namun juga tentunya memperhitungkan mengenai faktor harga yang akan ditetapkan apakah harga yang ditetapkan bersaing serta membuat konsumen merasa harga yang ditetapkan sesuai dengan apa yang didapat.

Satu hal lagi yang tidak kalah penting adalah pengenalan konsumen akan kualitas produk yang akan dipasarkan. Masyarakat cenderung tertarik akan produk yang kualitas produknya sudah terbukti baik dan hal ini sangat mungkin dijadikan oleh masyarakat sebagai acuan untuk menilai manakala ada sebuah perusahaan yang memiliki cukup ternama dan mereknya memiliki reputasi yang baik mengeluarkan suatu produk yang baru.

Berdasarkan informasi yang dikutip dari media *online*, segmentasi pangsa pasar berdasarkan jenis sepeda motor di Indonesia sendiri pada tahun 2018 didominasi oleh sepeda motor matik dengan pangsa pasar sebesar 84,6%, posisi kedua adalah sepeda motor bebek dengan pangsa pasar sebesar 7,9%, dan posisi ketiga adalah sepeda motor *sport* dengan pangsa pasar sebesar 7,5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sepeda motor jenis matik lebih banyak diminati di Indonesia dibandingkan dengan jenis-jenis sepeda motor lainnya. (AISI, 2018)

Tabel I.1

Pangsa Pasar Jenis Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2018

Jenis Motor	Penjualan	Pangsa Pasar
Matik	5.400.111 unit	84,6%
Bebek	500.265 unit	7,9%
<i>Sport</i>	478.733 unit	7,5%

Sumber : AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia), 2018

Masyarakat Indonesia terutama yang berada di perkotaan yang lebih menyenangi jenis sepeda motor matik. Jenis sepeda motor matik

merupakan jenis sepeda motor yang kecil, praktis, dan nyaman dikendarai terutama dalam jalanan perkotaan yang padat lalu lintas, karena transmisi pada motor *matic* adalah transmisi tanpa perpindahan roda gigi, jadi menggunakan *pulley* dan *belt CVT (Continue Variable Transmision)* sehingga sangat mudah dikendarai meskipun dalam keadaan jalanan yang macet. Berikut merupakan tabel 1.2 mengenai data penjualan sepeda motor Honda Vario pada tahun 2015 hingga 2018 yang di kutip dari AISI (2018) sebagai berikut:

Tabel I.2
Penjualan Sepeda Motor Honda Vario

NO.	Merek	Tahun			
		2015	2016	2017	2018
1	Honda Vario	859.938 unit	859.386 unit	734.083 unit	585.635 unit

Sumber : AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia), 2018

Berdasarkan tabel 1.2 Honda Vario mengalami penurunan penjualan berturut-turut dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2018, hal ini menunjukkan bahwa an sepeda motor Honda Vario mengalami penurunan.

Memahami kebutuhan dan keberadaan konsumen tersebut, maka perusahaan dapat melakukan pendekatan kepada konsumen dan juga mempengaruhi konsumen untuk memilih produk yang ditawarkan dengan memahami perilaku konsumen, sehingga pada akhirnya konsumen mengambil keputusan membeli produk yang ditawarkan. Tingginya pelaku

usaha di dunia jual beli kendaraan bermotor ini menuntut orientasi kepada konsumen.

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Menurut survey awal yang dilakukan oleh peneliti selama bulan Februari hingga Maret di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, mahasiswa yang menjadi responden mengatakan bahwa kualitas produk Honda Vario tidak seperti yang diharapkan. Dapat dilihat pada lampiran 45, mereka mengeluhkan kualitas produk dalam kenyamanan penggunaan, jok motor yang terlalu licin dan keras, stang motor yang keras dan terasa berat, mesin motor yang cepat panas dan penggunaan bahan bakar yang terlalu boros dibandingkan dengan sepeda motor merek lain di segmen yang sejenis.

Hal ini juga diperkuat dalam kutipan media *online*, dijelaskan bahwa kualitas *shockbreaker* belakang yang sedikit keras juga termasuk kekurangan Vario 110 eSP yang sering dikeluhkan oleh pengguna motor ini. Secara tidak langsung dengan kualitas *shockbreaker* yang keras akan membuat laju motor kurang nyaman sehingga membuat badan khususnya pada bagian pinggang akan terasa pegal. Tapi jika dibuat boncengan, kinerja suspensi lebih baik alias tidak terlalu keras sehingga cukup nyaman bila dikendarai jarak jauh. (Otosite, 2018)

Selain itu, dalam penelitian yang dilakukan oleh Marlina (2018:124) menyatakan bahwa variabel kualitas produk, terdapat pengaruh

yang signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Vario.

Adapun faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga produk. Dapat dilihat pada lampiran 45, menurut survey awal yang dilakukan oleh peneliti di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, mahasiswa yang menjadi responden mengatakan bahwa sepeda motor matik Honda Vario tergolong mahal dibandingkan sepeda motor matik pesaing lainnya di segmen yang sama.

Selain itu, dalam penelitian yang dilakukan oleh Pradana dan Relawan (2017:7) menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario.

Hal ini juga diperkuat dalam kutipan media *online*, dijelaskan untuk sepeda motor matik Honda Vario, Honda membanderolnya Rp 17,575 juta (OTR Jakarta) untuk varian tertinggi. Dengan kata lain, Vario merupakan skutik entry level Honda dengan harga kedua termahal setelah Scoopy Rp. 17,8 juta (OTR Jakarta). Dibandingkan Beat yang harganya hanya Rp. 15,875 juta (OTR Jakarta) varian tertinggi, padahal berada di kelas yang sama dengan fitur yang tidak kalah banyak. (Oto, 2018). Berikut ditampilkan rentang harga sepeda motor Honda:

Tabel I.3
Range harga sepeda motor Matic Honda.

Tipe	Harga
Vario 110 CBS	Rp. 16.925.000
Vario 110 CBS Advanced	Rp. 17.025.000
Vario 110 CBS – ISS	Rp. 17.725.000
Vario 110 CBS - ISS Advanced	Rp. 17.825.000
Vario 125 CBS	Rp. 19.200.000
Vario 125 CBS-ISS	Rp. 20.000.000
Vario 150	Rp. 22.600.000
Scoopy Stylish	Rp. 18.525.000
Scoopy Sporty	Rp. 18.525.000
BeAT Sporty CW	Rp. 15.550.000
BeAT Sporty CBS	Rp. 15.750.000
BeAT Sporty CBS ISS	Rp. 16.250.000
BeAT Pop CW	Rp. 15.150.000
BeAT Pop CBS	Rp. 15.350.000
BeAT Pop CBS – ISS	Rp. 15.850.000
BeAT Street	Rp. 16.275.000

Sumber: ASTRA Honda, 2019

Dari rentang harga yang telah ditampilkan terlihat bahwa sepeda Motor Honda Vario memiliki rentang harga yang paling tinggi hingga mencapai Rp. 22.600.000 dibandingkan dengan motor sejenisnya seperti Honda BeAT yang hanya memiliki rentang harga Rp. 15.550.000 - 16.275.000 dan Honda Scoopy yang memiliki rentang harga Rp. 18.525.000. Pada rentang harga tersebut masyarakat pada umumnya akan memilih harga yang sesuai dengan kualitas yang diinginkan untuk melakukan pembelian kendaraan bermotor guna menunjang kebutuhan masyarakat akan alat transportasi.

Harga merupakan variabel yang mempengaruhi secara langsung keputusan pembelian konsumen. Sebelum memutuskan untuk membeli,

konsumen menilai faktor-faktor atribut produk kendaraan yang akan dibeli. Harga menjadi pertimbangan yang tidak kalah penting, konsumen selalu menilai apakah uang yang ia keluarkan sebanding dengan produk yang didapatkan. Harga menjadi penyebab utama konsumen dalam memutuskan pembelian suatu barang layak atau tidaknya barang tersebut dibeli. Maka kualitas produk dan harga yang ditawarkan menjadi perbandingan konsumen dalam memilih barang.

Bedasarkan faktor – faktor yang telah dijelaskan di atas, kualitas produk dan harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian Honda Vario. Hal ini menimbulkan minat peneliti untuk meneliti masalah keputusan pembelian pada sepeda motor Honda Vario.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka masalah penelitian yang dapat dirumuskan adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data empiris dan fakta yang tepat (sahih, benar, dan valid), serta dapat dipercaya dan diandalkan (*reliable*) untuk mengetahui:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta..

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi semua pihak antara lain :

1. Bagi Peneliti, penelitian ini dapat menambah dan meningkatkan wawasan dalam ilmu pemasaran khususnya yang telah diperoleh selama perkuliahan.
2. Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi pada umumnya dan Program Studi Pendidikan Bisnis pada khususnya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan penambahan wawasan mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi Perpustakaan Fakultas Ekonomi, sebagai bahan masukan informasi dan tambahan bagi referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
4. Bagi Pembaca, sebagai sumber dan sarana penambah wawasan mengenai pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.