

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini perkembangan dan pertumbuhan industri otomotif berjalan begitu pesat. Perusahaan yang akan menjual produknya, berupa barang dan jasa harus mampu memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan para konsumennya, sehingga bisa memberikan nilai yang lebih baik dari pada pesaingnya. Pemasar harus mencoba mempengaruhi konsumen dengan merek yang ditawarkannya, bahkan yang semula tidak ingin menjadi ingin membeli produk tersebut. Karena pada prinsipnya konsumen yang menolak hari ini belum tentu menolak hari berikutnya akibatnya timbul persaingan dalam menawarkan produk- produk yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing di pasaran.

Salah satu kebutuhan masyarakat adalah alat transportasi, Sepeda motor adalah salah satu alat transportasi yang digunakan untuk memudahkan aktivitas sehari-hari. Maka dari itu banyak masyarakat atau konsumen yang lebih memilih menggunakan sepeda motor dibanding menggunakan mobil atau alat transportasi lainnya. Sepeda motor dianggap lebih praktis dan lebih mudah menerjang kemacetan. Begitu banyak jenis-jenis sepeda motor saat ini, tetapi yang paling banyak diminati para konsumen saat ini yaitu sepeda motor matic. Sepeda motor matic sendiri merupakan motor yang ditunjukkan kepada konsumen yang menginginkan kepraktisan berkendara di kota-kota besar.

Menurut Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) beberapa perusahaan otomotif di Indonesia yang terkenal saat ini adalah Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki dan TVS. Salah satu produsen sepeda motor yang terbesar yaitu Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM) adalah sebuah perusahaan yang memproduksi sepeda motor. Perusahaan ini didirikan pada 6 Juli 1974. Pabrik sepeda motor Yamaha mulai beroperasi di Indonesia sekitar tahun 1969, sebagai suatu usaha perakitan saja, semua komponen didatangkan dari Jepang.

Mio merupakan produk sepeda motor yang tercipta dari dapur *Research & Development* Yamaha, dan memang mio ini awalnya adalah project lanjutan yamaha Nouvo. Berbeda dengan Nouvo yang bongsor, Mio tampil lebih langsing,

dan elegan, Mio Pertama kali hadir di Indonesia pada tahun 2003, Yamaha memasang tagline Mio ini sebagai sepeda motor yang “mengerti wanita”. Dengan bodynya yang ramping dan ringan banyak kaum hawa mulai menggunakan motor ini mulai siswa sekolah hingga kalangan pekerja. Berikut adalah Tabel Top Brand Index Kategori Otomotif beberapa tahun terakhir:

Tabel 1. TOP BRAND INDEX 2016-2018

Merek	TBI 2016	TBI 2017	TBI 2018	TOP
Honda Beat	30.6%	29.9%	28.6%	TOP
Honda Vario	20.2%	21.8%	27.2%	TOP
Yamaha Mio M3	31.2%	32.1%	22.2%	TOP
Honda Scoopy	3.8%	4.3%	7.6%	
Yamaha N Max	-	-	1.9%	

Sumber: <http://topbrand-award.com>

Berdasarkan data yang diambil melalui Top Brand Index, sepeda motor Yamaha mio mengalami fluktuatif selama periode tersebut dapat dilihat dari data top brand sepeda motor Yamaha Mio M3 berada di posisi 1 pada tahun 2016 dengan presentase 31,2%, kembali menduduki peringkat 1 di tahun 2017 dengan presentase 32,1% dan pada tahun 2018 sepeda motor yamaha mengalami penurunan dengan menduduki peringkat 3 menjadi 22,2%. Hal ini menunjukkan bahwa adanya penurunan minat beli terhadap merek sepeda motor Yamaha Mio M3. Karena pada survey yang di lakukan top brand index menggunakan 3 parameter yaitu *of mind awareness* (didasarkan atas merek yang pertama disebut oleh responden ketika kategori produknya disebutkan), *last used* (didasarkan merek yang terakhir digunakan / konsumsi oleh responden dalam 1 *repurchase circle*) dan *future intention* (didasarkan atas merek yang diinginkan/konsumsi pada masa yang akan datang). Hal ini didukung pula dari data pangsa pasar produsen sepeda motor di Indonesia tahun 2017 dan 2018 dimana terdapat beberapa merek sepeda motor yaitu Honda, Yamaha, Kawasaki, Suzuki dan TVS dibawah ini:

Tabel 2. Data Pangsa Pasar Produsen Sepeda Motor di Indonesia

Nomor	Model	2017	Presentase	2018	Presentase
1	Honda	345.921 unit	76,231%	339.152 unit	77,15 %
2	Yamaha	93,511 unit	20.60%	85.429 unit	19,43%
3	Kawasaki	8.298 unit	1,82%	10.456 unit.	2,37%
4	Suzuki	5.904 unit	1,30%	4.500 unit.	1,02%
5	TVS	129 unit	0,02%	49 unit	0,01%
Total :		453.763 unit	100%	439.586 unit	100%

Sumber: Data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (2017)

Kurnia Yudha Anggara, 2020

MINAT BELI SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO M3 (Studi di Wilayah Kota Jakarta Selatan)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen S1

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Berdasarkan tabel 2 data penjualan sepeda motor Yamaha mengalami penurunan pada 2 tahun terakhir. Dapat dilihat Pada tahun 2017 penjualan Yamaha sebesar 93,511 unit dengan presentase 20,60% kemudian menurun di tahun 2018 menjadi 85.429 unit dengan presentase 19,43%. Dari data pangsa pasar produsen sepeda motor tersebut kemudian didukung dengan data penjualan Yamaha mio secara spesifik seperti terlihat pada tabel 3 berikut ini:

Tabel 3. Data Penjualan Yamaha Mio

Nomor	Model	2017 (unit)	2018 (unit)
1	Honda beat	1.728.473	627.230
2	Honda vario	609.556	202.049
3	Yamaha mio M3	125.291	97.550
4	Honda scoopy	612.197	269.265
5	Yamaha nmax	282.097	142.218

Sumber: Kompas.com

Berdasarkan tabel 3 diatas Yamaha mio M3 mengalami penurunan penjualan dari tahun 2017 dengan jumlah penjualan sebanyak 125.291 unit dan untuk tahun 2018 dengan jumlah penjualan 97.550 unit. Industri otomotif nasional itu sendiri berada di kawasan seputar Kabupaten Bekasi, Karawang hingga Purwakarta, Jawa Barat. Kedekatan dengan pusat kegiatan perusahaan otomotif yang berada di Jakarta menjadi faktor utama berkembangnya wilayah ini, karena merupakan pusat bisnis, politik, kebudayaan dan pemerintahan serta memiliki tingkat kepadatan penduduk yang tinggi sehingga memiliki peluang pangsa pasar yang besar bagi para pelaku usaha industri khususnya yang bergerak dibidang otomotif. Lebih lanjut data tersebut didukung pula oleh data pangsa pasar wilayah jakarta dan bekasi tahun 2017 dan 2018 terkait Yamaha Mio M3 data tersebut dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Pangsa Pasar Bekasi Dan Jakarta 2017 Sampai 2018

	Penjualan Yamaha Mio M3		Jumlah Penduduk		Pangsa Pasar	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Bekasi	125.291	97.550	2.409.083	2.392.000	0,05%	0,04%
Jakarta	125.291	97.550	10.374.200	10.467.600	0,01%	0,009%

Sumber: Data statistik Kota Bekasi dan Jakarta

Berdasarkan tabel 4 diatas terlihat bahwa pangsa pasar didaerah Jakarta menurun dari tahun 2017 sebesar 0,01% dan di tahun 2018 menjadi 0,009%.

Menurunnya pangsa pasar tersebut diikuti pula dengan menurunnya minat beli dari Yamaha Mio M3 diwilayah Jakarta. Pernyataan tersebut diperoleh berdasarkan pra survey yang telah dilakukan terkait minat beli konsumen dengan mengambil sampel dari beberapa responden pada dealer Yamaha yang berada diwilayah Kota Jakarta Selatan dimana pada pra survey tersebut diketahui bahwa sebanyak 36% konsumen menyatakan berminat untuk membeli sedangkan 64% sisanya justru menyatakan tidak berminat untuk membeli sepeda motor Yamaha Mio M3. Berdasarkan data-data serta uraian pada penelitian pendahuluan diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah terkait minat beli konsumen sepeda motor Yamaha Mio M3 diwilayah Jakarta Selatan.

Minat beli yang merupakan bagian dari tahap pengambilan keputusan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain persepsi konsumen akan harga, Persepsi konsumen akan citra merek dan persepsi akan kualitas produk tersebut. Minat beli konsumen adalah inisiatif responden dalam pengambilan keputusan untuk membeli sebuah produk. Konsumen mendapatkan rangsangan melalui bauran pemasaran, yaitu produk, harga, tempat, promosi sebagai komponen utama dalam pemasaran. Komponen utama tersebut juga dipengaruhi oleh adanya rangsangan lainnya yang bersifat eksternal yaitu ekonomi, teknologi, politik, dan budaya.

Terdapat beberapa penelitian yang mengatakan bahwa minat beli dapat dipengaruhi oleh harga. Menurut Kolopita & Soegoto (2015) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Penelitian serupa juga dikatakan oleh Tripratiwi; dkk (2016) bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Kalele; dkk (2015) bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Suharto; dkk (2016) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Berbeda pula menurut Salangka; dkk (2017) yang menyatakan bahwa citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Berbanding terbalik dengan arifin & fachrodji (2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Dari perbedaan tersebut terdapat

fenomena yang harus diteliti terhadap minat beli konsumen yang mengacu pada harga, citra merek dan kualitas produk.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk meneliti hal **“Minat Beli Sepeda Motor Yamaha Mio M3”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan oleh penulis sebelumnya, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah Harga berpengaruh terhadap Minat Beli pada sepeda motor Yamaha Mio M3?
- b. Apakah Citra merek berpengaruh terhadap Minat Beli pada sepeda motor Yamaha Mio M3?
- c. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli pada sepeda motor Yamaha Mio M3?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui apakah Harga berpengaruh terhadap Minat Beli sepeda motor Yamaha mio M3.
- b. Untuk mengetahui apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Minat Beli sepeda motor Yamaha mio M3.
- c. Untuk mengetahui apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli sepeda motor Yamaha mio M3.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan (teoritis) keilmuan bagi ilmu ekonomi terutama dibidang manajemen pemasaran yang menyangkut harga, citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli. Peneliti ini juga berharap menjadi bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian mengenai keputusan

pembelian yang akan datang setra memperluas pengetahuan teman – teman mahasiswa / mahasiswi lainnya.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan untuk mengevaluasi, mengembangkan dan meningkatkan kualitas produk sepeda motor Yamaha Mio M3.