

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sepeda motor adalah salah satu alat transportasi yang digunakan untuk memudahkan aktivitas sehari-sehari. 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.

Banyak perusahaan yang bergerak di bidang transportasi seperti sepeda motor bersaing dan berlomba-lomba menawarkan produknya. Masing-masing perusahaan memberikan keunggulan yang terbaik dari produk yang ditawarkan kepada konsumen, agar perusahaan tersebut dapat merebut pasar persaingan. Di mata konsumen produksi sepeda motor yang mempunyai kualitas dari segi model, ketersediaan suku cadang, begkel resmi, desain produk, performa mesin dan harga jual kembali menjadi faktor-faktor pendukung dalam menentukan pilihan mereka .

Pada masa kemajuan teknologi dan persaingan pasar yang kompetitif ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan persaingan harus memperhatikan dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan pemahaman yang terjadi di lingkungan pemasaran. Perusahaan harus memperhatikan, memahami dan menanggapi dengan cepat perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen untuk dapat menjadi pemenang dalam persaingan yang ketat tersebut.

Selain itu, agar sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus dapat menetapkan harganya secara tepat. Dari sudut pandang perusahaan, harga merupakan komponen yang berpengaruh terhadap laba perusahaan, karena tingkat harga yang ditetapkan harus sebanding dengan kuantitas dan kualitas dari suatu produk yang akan dijual ke pasar. Sedangkan dari sudut pandang konsumen, harga digunakan sebagai pengukur nilai dari manfaat yang dirasakan terhadap barang atau jasa yang pada akhirnya juga mempengaruhi dalam keputusan pembelian. Selain daripada itu penetapan harga jual kembali dari perusahaan juga merupakan faktor yang tidak kalah penting selain harga beli terhadap suatu barang atau jasa.

Demikian halnya dengan PT Astra Honda Motor, dan PT Yamaha Motor juga menginginkan tingginya tingkat penjualan sepeda motornya agar seluruh unit sepeda motor yang diproduksinya dapat terjual. Faktor harga jual kembali yang masih tinggi kualitas produk, ketersediaan suku cadang dan performa mesin yang baik dianggap perlu untuk meningkatkan keputusan pembelian sepeda motor Honda dan Yamaha. Dengan harga jual kembali yang masih tinggi diharapkan dapat dijadikan dasar/patokan dari konsumen untuk membeli motor Honda atau Yamaha, disamping dengan adanya kualitas dan kuantitas produk yang baik serta harga yang terjangkau oleh semua lapisan masyarakat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada perusahaan sepeda motor Honda dan Yamaha dengan judul: “ANALISI DAYA SAING MOTOR MEREK HONDA DAN YAMAHA: STUDI KOMPETISI KONSUMEN DI KOTA SURABAYA”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas perumusan masalah yang dapat di ambil adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana daya saing sepeda motor merek Honda dan Yamaha di Kota Surakarta?
2. Merk Sepeda Motor apakah yang memiliki daya saing paling tinggi, baik untuk per atribut produk maupun secara total?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Menganalisis daya saing sepeda motor merek Honda dan Yamaha di Kota surakarta baik untuk per atribut produk maupun total atribut.
2. Mengetahui merek sepeda motor yang paling diminati oleh konsumen di Kota Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan informasi yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam hal pengambilan kebijakan perusahaan khususnya dibidang pemasaran di masa yang akan datang.

2. Bagi peneliti

Sebagai wawasan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran khususnya mengenai daya saing merek produk.

3. Bagi Fakultas Ekonomi

Sebagai bahan referensi bagi penelitian terhadap masalah yang sama pada masa yang akan datang.

4. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini paling tidak menambah wawasan bagi mereka yang ingin mempelajari dan mengkaji lebih dalam lagi permasalahan-permasalahan yang erat kaitannya dengan daya saing.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang landasan teori yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis dan analisis penelitian ini. Setelah itu diuraikan dan digambarkan kerangka pemikiran dari penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, kerangka berfikir dan hipotesis serta metode analisis yang digunakan dalam menganalisis data yang telah diperoleh.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang karakteristik responden yang menjadi obyek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi simpulan hasil penelitian dan saran-saran.