

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Profil Perusahaan PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing**

Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM) berdiri secara resmi pada tanggal 6 Juli 1974. PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing memproduksi sepeda motor dan suku cadangnya. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing awalnya berlokasi di Pulo Gadung, Jakarta Timur dan kemudian menambah lokasi baru untuk menunjang operasional serta kegiatan produksi di Karawang, Jawa Barat. Sejak awal, pabrik sepeda motor Yamaha menjalankan kegiatan operasinya pada tahun 1969 di Indonesia sebagai pabrik perakitan yang semua komponennya diimpor dari Jepang dan dilakukan secara manual dengan jumlah tenaga yang relatif sedikit dengan produksi rata rata sepuluh unit per hari. Sekarang, pabrik PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing didukung oleh sekitar dua ribu karyawan dan memproduksi sendiri serta mengekspor beberapa produknya ke beberapa negara seperti Jepang, Thailand, China dan Malaysia.

Yamaha memberikan kontribusi yang besar dalam penyediaan alat transportasi kendaraan roda dua, dengan standar kualitas yang tinggi disertai pelayanan purna jual yang tersebar di seluruh Indonesia dengan total jaringan lebih dari 3.000 dealer dan bengkel. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing memiliki perjalanan dan pengalaman yang panjang dalam memproduksi dan melayani masyarakat Indonesia. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing secara terus menerus melakukan inovasi terhadap produk, proses produksi maupun pelayanan yang selalu berorientasi terhadap keinginan dan kepuasan pelanggan serta komunitas sebagai prioritas utama perusahaan.

Kunci sukses Yamaha adalah memiliki ciri khas unik dan menjadi pelopor dalam inovasi yang melebihi keinginan pelanggan, dengan tujuan masa mendatang yang lebih baik berdasarkan semangat Semakin di Depan.

Yamaha Indonesia sebagai perusahaan besar multinasional, memiliki cita-cita untuk menjadi perusahaan unggul yang terus tumbuh berkelanjutan melalui inovasi berdasarkan pengalaman yang menyenangkan untuk menciptakan kesejahteraan dan memperkaya kehidupan masyarakat.



**Gambar 1.1 Logo Perusahaan PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing**

Sumber: ([www.yamaha-motor.co.id](http://www.yamaha-motor.co.id))

Terdapat 60 pabrik Yamaha Indonesia Motor Manufacturing di seluruh dunia yang tersebar di 35 negara, pabrik di Indonesia diharapkan mampu memainkan peranan utama sebagai *profit-center* di kawasan Asia.

Kiprah merek Yamaha mencapai puncaknya di Indonesia ketika pada bulan Agustus 2009, Yamaha berhasil mengalahkan angka penjualan kumulatif tahunan Honda. Dengan selisih sebanyak 1.444 unit, Yamaha mencatatkan sejarah dengan berhasil menyingkirkan Honda yang selama ini selalu memimpin penjualan sepeda motor di Indonesia

Adapun tipe-tipe produk skuter matik Yamaha berdasarkan observasi penulis tahun 2017 sebagai berikut;

**Tabel 1.1 Produk-Produk Skuter Matik Yamaha Indonesia Motor Manufacturing**

<b>Tipe Motor Yamaha</b>	<b>Kapasitas Mesin</b>
Aerox 155VVA S-Version	155cc
Aerox 155VVA R-Version	155cc
Aerox 155VVA	155cc
Mio M3 125 AKS SSS	125cc
Mio M3 125	125cc
Mio Z	125cc
New Fino 125 Blue Core - Grande	125cc
New Fino 125 Blue Core	125cc
NMAX ABS	155cc
NMAX (Non ABS)	155cc
All New Soul GT AKS SSS	125cc
All New Soul GT AKS	125cc
X-Ride	115cc

*Sumber: ([www.yamaha-motor.co.id](http://www.yamaha-motor.co.id))*

Selain skuter matik, Yamaha Indonesia Motor Manufacturing juga memiliki beberapa tipe produk lain, yaitu: Naked Bike, Moped, Sport, CBU dan ATV (Sumber: [www.yamaha-motor.co.id](http://www.yamaha-motor.co.id))

### **1.1.2 Strategi Perusahaan**

Strategi yang dilakukan PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing dalam perkembangan usahanya dan produk – produknya adalah dengan membuat model motor yang lebih ringan, mengaplikasi *up side down* pada ford depan, mesin yang sangat stabil, *design* yang cantik, *handling up*, dan *power* yang luar biasa, dan juga memasarkan produk – produknya ke luar negeri dengan harga yang terjangkau

### **1.1.3 Visi & Misi Perusahaan PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing**

#### Visi

Menjadi perusahaan unggul yang terus tumbuh berkelanjutan melalui inovasi berdasarkan pengalaman yang menyenangkan untuk menciptakan kesejahteraan dan memperkaya kehidupan masyarakat.

#### Misi

1. Menciptakan kesejahteraan dan memperkaya kehidupan bagi pelanggan dan masyarakat, perusahaan mitra kerja dan karyawan
2. Menjadi brand unggulan melalui inovasi yang menyenangkan untuk memenuhi impian dan melebihi harapan pelanggan yang menjadi kebanggaan dan pengalaman luar biasa yang tak terlupakan.
3. Menjadi manusia unggulan yang melakukan proses dan menghasilkan yang terbaik dengan menjalin komunikasi, kerjasama tim yang kuat dan perbaikan terus menerus di dalam perusahaan maupun dengan mitra bisnis.
4. Pertumbuhan bisnis yang sehat dan menguntungkan secara berkelanjutan dengan mengembangkan sumber daya, peluang bisnis, pelanggan setia dan masyarakat.

### **1.2 Latar Belakang**

Persaingan bisnis yang semakin ketat seperti saat ini menuntut perusahaan untuk semakin gencar dalam pemasarannya untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Hal ini menuntut perusahaan untuk semakin kreatif dalam menjalankan kegiatan usahanya. Era ini ditandai dengan semakin berkembangnya berbagai produk maupun jasa yang disertai inovasi baru. Berbagai upaya dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan perusahaan serta memuaskan kebutuhan pelanggannya. Menyadari hal itu, jelas

bahwa pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk berkembang dan mendapatkan laba serta memperkuat posisi dalam menghadapi perusahaan pesaing. Strategi bisnis yang tepat dalam perusahaan akan berdampak sangat besar pada kesuksesan perusahaan dalam menjalankan prosedur kinerja yang sesuai dengan target yang akan dicapai (Iriansyah, 2015)

Seperti pada saat ini persaingan di dunia otomotif semakin ketat, khususnya persaingan sepeda motor. Penjualan sepeda motor juga terus semakin meningkat. Kondisi ini membuat produsen selalu meningkatkan inovasi dengan meluncurkan produk-produk baru untuk meningkatkan penguasaan pasar. Sepeda motor adalah sarana transportasi roda dua yang menjadi primadona para pengguna jalan khususnya di kota Bandung. Hal ini bukan karena sepeda motor irit bahan bakar, tetapi juga cocok untuk kondisi jalanan yang relatif tidak bertambah. Dengan sepeda motor, mobilitas masyarakat pun tinggi. Mereka bisa pergi ke mana saja tanpa khawatir terjebak kemacetan dan tanpa perlu mengeluarkan uang untuk tarif angkutan umum yang semakin tinggi (Dinawan, 2010).

Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) menyebutkan pada saat ini perkembangan industri otomotif di Indonesia semakin kompetitif. Hal ini dapat dilihat dari beragam inovasi produk yang diberikan perusahaan otomotif yaitu memberikan fasilitas dan spesifik yang memadai untuk menunjang kebutuhan konsumen. Salah satunya adalah industri sepeda motor yang merupakan kendaraan beroda dua ditenagai oleh sebuah mesin, sekarang ini pengguna sepeda motor di Indonesia semakin meningkat karna banyak merek produk sepeda motor yang sudah dikenal oleh masyarakat luas diantaranya Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki dan TVS ([www.aisi.co.id](http://www.aisi.co.id))

Menurut Ketua Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), Gunadi Sindhuwinata, Indonesia berada di posisi ketiga dalam peringkat penjualan motor di dunia yaitu sebesar 6,4 juta. Di posisi pertama diduduki oleh Republik Rakyat China sebesar 20 juta unit, kemudian di posisi kedua diduduki oleh India sebesar 15 juta. ([www.viva.co.id](http://www.viva.co.id))

Menurut AISI, data penjualan sepeda motor dari tahun 2004 sampai dengan 2011 mengalami peningkatan yang signifikan, tahun 2011 penjualan motor menyentuh angka 8.012.540 sedangkan pada tahun 2004 hanya 3.337.675. Pada tahun 2011 sampai 2014, penjualan sepeda motor mengalami penurunan. Tahun 2012 keseluruhan penjualan sepeda motor di Indonesia sebanyak 7.064.457, tahun berikutnya 2013 penjualan sepeda motor sebanyak 7.743.879, tahun 2014 penjualan sepeda motor sebanyak 7.867.195. Meskipun mengalami penurunan penjualan, di Indonesia *volume* kendaraan khususnya sepeda motor semakin menjadi primadona di jalanan. Gambar 1.2 berikut memberi ilustrasi berkaitan dengan perkembangan perkembangan Yamaha.



**Gambar 1.2 Data Penjualan Sepeda Motor tahun 2004-2014**

(Sumber: [www.aisi.or.id](http://www.aisi.or.id))

Tabel 1.2 berikut adalah Tabel Perbandingan Data Penjualan Motor Tahun 2014. Pada periode Januari – Desember 2014, posisi pertama diduduki oleh Honda yang berhasil menjual 5.051.100 unit, disusul oleh Yamaha diperingkat kedua yang berhasil menjual 2.371.082 unit, kemudian disusul oleh Suzuki yang berhasil menjual 275.067 unit dan berhasil menempati posisi

ketiga. Lalu, diposisi keempat diduduki oleh Kawasaki yang berhasil memperoleh penjualan sebesar 165.371 unit. TVS hanya berhasil menjual 9.575 dan memperoleh peringkat terakhir diantara ke-5 perusahaan motor di Indonesia tersebut.

**Tabel 1.2 Perbandingan Data Penjualan Motor Tahun 2014**

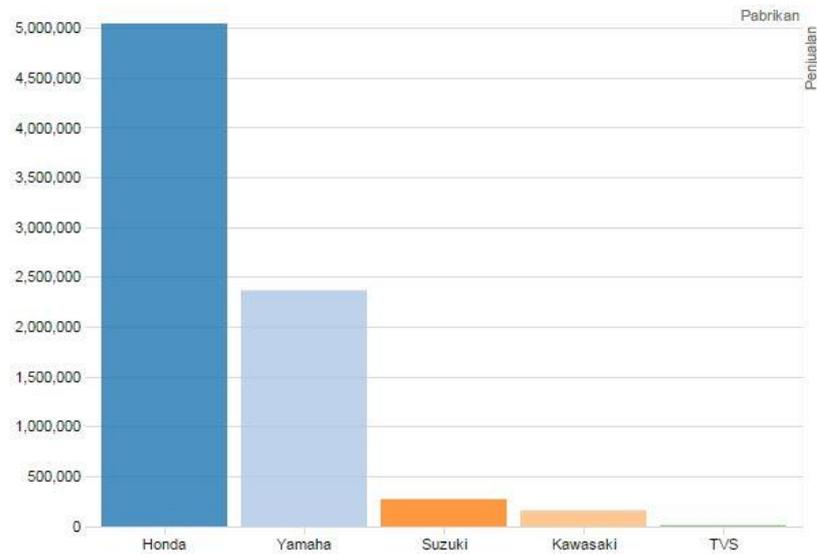
Data Penjualan Motor Tahun 2014

Periode	Honda	Yamaha	Suzuki	Kawasaki	TVS	Total
Jan-2014	366,797	173,502	30,012	8,188	862	579,361
Feb-2014	423,950	214,532	27,900	12,226	478	679,086
Mar-2014	463,070	226,897	25,160	10,127	375	725,629
Apr-2014	445,420	242,330	23,019	16,241	780	727,790
May-2014	452,353	237,586	32,997	15,762	813	739,511
Jun-2014	471,585	235,120	27,278	15,759	1,087	750,829
Jul-2014	327,364	172,377	20,921	12,709	1,119	534,490
Aug-2014	388,073	182,829	20,143	16,733	1,420	609,198
Sep-2014	459,309	209,767	21,172	16,131	559	706,938
Oct-2014	452,508	190,618	17,195	14,514	817	675,652
Nov-2014	425,409	130,200	17,909	11,236	849	585,603
Dec-2014	375,814	158,044	11,361	10,745	416	594,854
Total	5,051,100	2,371,082	275,067	165,371	9,575	7,867,195

Sumber: ([www.triatmono.info](http://www.triatmono.info))

Pada Gambar 1.3 Grafik Penjualan Motor Tahun 2014 di Indonesia dibawah ini juga menggambarkan bahwa Honda sangat mendominasi penjualan motor, berada di peringkat pertama dan TVS yang berada diposisi yang paling rendah.

Grafik Penjualan Motor Tahun 2014



**Gambar 1.3 Grafik Perbandingan Penjualan Motor Tahun 2014**

*Sumber: ([www.triatmono.info](http://www.triatmono.info))*

Pada tahun 2015 periode Januari-Desember penjualan motor di Indonesia mengalami penurunan secara keseluruhan, jika pada tahun 2014 di Indonesia berhasil menjual 7.867.195 unit maka pada tahun 2015 Indonesia hanya berhasil menjual motor sebanyak 6.480.155 unit, hal ini juga dirasakan kepada 5 perusahaan otomotif yang memproduksi motor di Indonesia diantaranya yaitu Honda yang hanya berhasil menjual 4.453.888 unit motor, Honda mengalami penurunan sebesar 597.212 unit dari tahun sebelumnya, namun pada tahun 2015 Honda masih tetap menduduki peringkat pertama dalam penjualan motor di Indonesia. Kemudian Yamaha pada tahun 2015 berhasil menjual 1.798.630 unit, Yamaha mengalami penurunan sebesar 572.452 dari tahun sebelumnya, tetapi Yamaha juga masih mempertahankan posisinya di peringkat kedua dalam penjualan motor di Indonesia. Selanjutnya Kawasaki berhasil merebut peringkat ketiga yaitu naik 1 peringkat dari tahun sebelumnya meskipun Kawasaki juga mengalami penurunan dan hanya mampu menjual 115.008 unit motor, mengalami penurunan 50.363 unit dari

tahun sebelumnya. Karena Kawasaki berhasil naik 1 peringkat, maka Suzuki yang harus turun menjadi posisi keempat karena pada tahun 2015 hanya berhasil menjual 109.882 unit dan mengalami penurunan sebanyak 165.185 unit dari tahun sebelumnya. Di posisi terakhir masih ditempati oleh TVS yang mampu menjual 2.747 unit motor, TVS juga mengalami penurunan sebesar 6.828 unit. TVS adalah perusahaan otomotif yang mengalami penurunan paling besar diantara keempat kompetitor lainnya.

**Tabel 1.3 Perbandingan Data Penjualan Motor Tahun 2015**

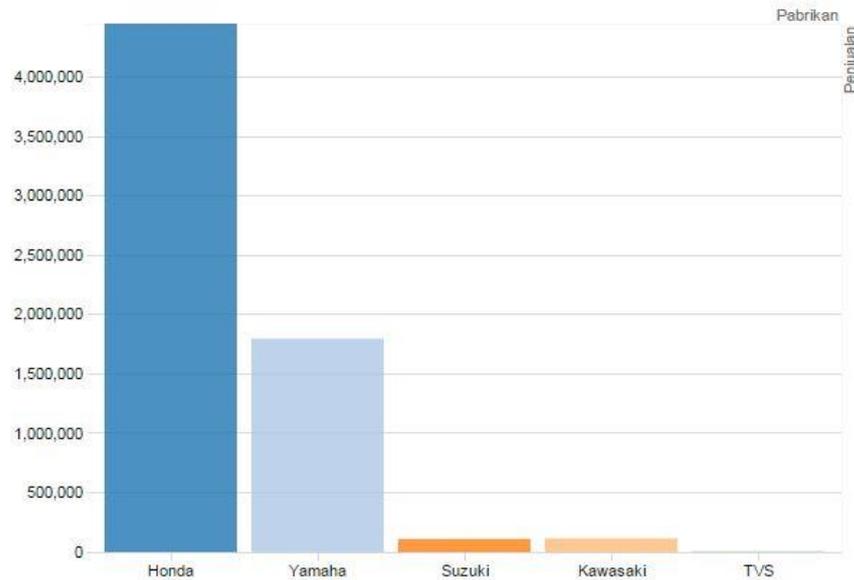
Data Penjualan Motor Tahun 2015

Periode	Honda	Yamaha	Suzuki	Kawasaki	TVS	Total
Jan-2015	339,850	140,243	11,389	10,782	519	502,783
Feb-2015	376,973	150,840	11,010	16,968	300	556,091
Mar-2015	376,571	145,609	9,009	14,736	244	546,169
Apr-2015	371,001	139,978	8,604	5,089	103	524,775
May-2015	304,900	150,745	7,355	6,330	300	469,630
Jun-2015	361,767	191,965	12,097	8,636	249	574,714
Jul-2015	278,754	124,875	10,234	7,706	269	421,838
Aug-2015	430,953	169,277	10,155	11,518	186	622,089
Sep-2015	425,458	158,101	9,050	10,251	242	603,102
Oct-2015	453,944	131,463	7,242	10,105	128	602,882
Nov-2015	394,726	125,472	7,600	7,804	80	535,682
Dec-2015	338,991	170,062	6,137	5,083	127	520,400
Total	4,453,888	1,798,630	109,882	115,008	2,747	6,480,155

Sumber: ([www.triatmono.info](http://www.triatmono.info))

Dapat dilihat pada Gambar 1.4 Grafik Penjualan Motor Tahun 2015 dibawah ini, bahwa kelima perusahaan otomotif di Indonesia mulai dari Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki dan juga TVS semuanya mengalami penurunan penjualan.

Grafik Penjualan Motor Tahun 2015



**Gambar 1.4 Grafik Perbandingan Penjualan Motor 2015**

*Sumber: ([www.triatmono.info](http://www.triatmono.info))*

Kemudian pada tahun 2016, sampai dengan bulan September 2016 ini meskipun Honda juga mengalami pasang surutnya penjualan motor dan secara keseluruhan dari 5 perusahaan otomotif di Indonesia, Honda masih tetap berada diperingkat pertama dan berhasil menjual 423.256 unit. Dari tahun 2014 hingga 2015 data statistik penjualan motor di Indonesia yaitu Honda, Yamaha, dan Kawasaki mereka semua berhasil menjual produk sebesar ratusan ribu unit hingga dengan jutaan ribu unit. Honda menempati posisi pertama yaitu dengan total penjualan 3.174.150 unit, di posisi kedua ditempati oleh Yamaha yang berhasil menjual 1.054.006 unit, di posisi ketiga diduduki oleh Kawasaki yang berhasil menjual 75.756 unit yang dapat dilihat di Tabel 1.3. Hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa Honda, Yamaha dan Kawasaki menempati posisi top leader disetiap tahunnya yaitu dimulai dari periode 2014, 2015 dan 2016 yaitu tiga tahun berturut turut.

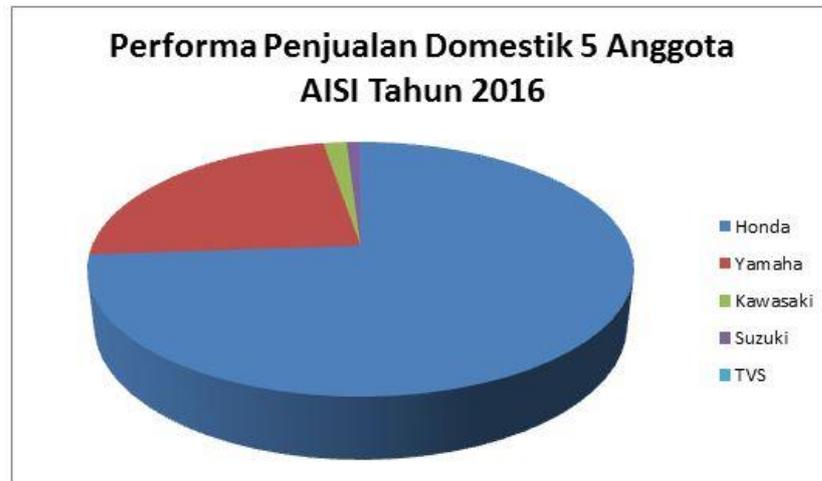
**Tabel 1.4 Perbandingan Data Penjualan Motor Tahun 2016**

Data Penjualan Motor Tahun 2016

Periode	Honda	Yamaha	Suzuki	Kawasaki	TVS	Total
Jan-2016	287,776	112,124	5,587	10,681	95	416,263
Feb-2016	362,668	139,235	11,721	11,081	159	524,864
Mar-2016	440,171	108,416	5,085	9,482	187	563,341
Apr-2016	348,626	120,158	1,833	7,190	229	478,036
May-2016	339,128	112,145	3,109	6,909	215	461,506
Jun-2016	380,019	127,224	3,780	7,708	147	518,878
Jul-2016	203,659	91,015	3,800	6,584	95	305,153
Aug-2016	388,847	123,972	6,445	8,085	187	527,536
Sep-2016	423,256	119,717	4,628	8,036	183	555,820
Oct-2016						
Nov-2016						
Dec-2016						
Total	3,174,150	1,054,006	45,988	75,756	1,497	4,351,397

Sumber: ([www.triatmono.info](http://www.triatmono.info))

Pada hasil keseluruhan yang diperoleh dari masing masing perusahaan yang memproduksi motor dan juga tergabung dalam Anggota Asosiasi Sepeda Motor Indonesia, diantaranya Honda, Yamaha, Kawasaki, Suzuki dan juga TVS dimulai dari penjualan bulan Januari hingga Desember 2016. Pangsa pasar yang diperoleh oleh kelima perusahaan tersebut adalah Honda yang masih tetap menguasai pasar dan memperoleh peringkat pertama dengan presentase sebesar 73.86% dari total keseluruhan penjualannya selama tahun 2016. Di peringkat kedua diduduki oleh Yamaha dengan presentase sebesar 23.50%, peringkat ketiga diduduki oleh Kawasaki yang berhasil menjual sebesar 1.65%, Suzuki memperoleh peringkat keempat karena hanya berhasil menguasai pasar sebesar 0.96% saja. Peringkat kelima atau terakhir ditempati oleh TVS yang hanya menguasai pasar sebesar 0.03% selama masa penjualan di tahun 2016.



**Gambar 1.5 Performa Penjualan Domestik 5 Anggota AISI Tahun 2016**

*Sumber: (AISI 2016)*

Berikut adalah jumlah total keseluruhan unit motor yang telah terjual pada tahun 2016 oleh masing masing perusahaan yang memproduksi motor di Indonesia. Dapat dilihat pada Tabel 1.5 Jumlah Penjualan Perusahaan Motor di Indonesia Tahun 2016, sebanyak 4.380.888 unit motor dari Honda telah terjual pada tahun 2016 yang berhasil menempati posisi pertama dan menguasai pangsa pasar perusahaan motor di Indonesia. Kemudian Yamaha yang menempati posisi kedua berhasil menjual sebanyak 1.394.078 unit motor di Indonesia. Kawasaki yang menempati peringkat ketiga berhasil menjual sebanyak 97.662 unit motor, disusul oleh Suzuki yang berhasil menjual 56.824 unit dan TVS yang berada diposisi terakhir berhasil menjual sebanyak 56.824 unit di Indonesia. Jika dilihat dari tabel tabel sebelumnya yang menggambarkan penjualan sepeda motor dari masing-masing setiap tahunnya dimulai dari tahun 2014, yaitu Tabel 1.2 Perbandingan Data Penjualan Motor Tahun 2014 kemudian di tahun berikutnya yaitu 2015 Tabel 1.3 Perbandingan Data Penjualan Motor Tahun 2015 dan juga 2016 yaitu Tabel 1.4 Perbandingan Data Penjualan Motor Tahun 2016. Honda dan Yamaha selalu menempati peringkat pertama dan kedua selama 3 tahun berturut-turut, meskipun dengan selisih

jumlah penjualan yang cukup banyak, Honda dan Yamaha selalu menjadi merek sepeda motor yang digemari oleh para konsumennya.

**Tabel 1.5 Jumlah Penjualan Perusahaan Motor di Indonesia Tahun 2016**

No.	Merek Sepeda Motor	Jumlah Penjualan Tahun 2016
1.	Honda (PT Astra Honda Motor Indonesia)	4.380.888 unit
2.	Yamaha (PT Yamaha Motor Indonesia)	1.394.078 unit
3.	Kawasaki (PT Kawasaki Motor Indonesia)	97.662 unit
4.	Suzuki (PT Suzuki Indomobil Motor Indonesia)	56.824 unit
5.	TVS (PT TVS Motor Company Indonesia)	1.873 unit

*(Sumber: AISI 2016)*

Masing-masing produk sepeda motor baik dari Honda maupun Yamaha, keduanya termasuk kedalam lima merek motor terlaris di Indonesia tahun 2016, dapat dilihat pada Tabel 1.6 Lima Merek Motor Terlaris di Indonesia tahun 2016. Dari kelima sepeda motor tersebut semuanya didominasi oleh sepeda motor jenis skuter matik. Di peringkat pertama, penjualan paling banyak dari Honda yang berhasil menjual 1.814.600 unit Honda BeAT Series, kemudian 1.306.600 unit Honda Vario Series dan juga Honda Scoopy yang berhasil dijual ke pasar sebanyak 528.662 unit. Dari Yamaha sendiri menempati peringkat keempat dan kelima, yaitu berhasil menjual sebanyak 389.852 unit sepeda motor Yamaha Mio M3, diposisi terakhir ditempati oleh Yamaha NMAX yang berhasil beredar dipasaran sebanyak 254.826 unit.

**Tabel 1.6 Lima Merek Motor Terlaris di Indonesia tahun 2016**

No.	Nama dan Merek Sepeda Motor	Jumlah Penjualan Tahun 2016
1.	Honda BeAT Series (PT Astra Honda Motor Indonesia)	1.814.600 unit
2.	Honda Vario Series 110 cc, 125 cc, 150cc (PT Astra Honda Motor Indonesia)	1.306.600 unit
3.	Honda Scoopy (PT Astra Honda Motor Indonesia)	528.662 unit
4.	Yamaha Mio M3 (PT Yamaha Motor Indonesia)	389.852 unit
5.	Yamaha NMax (PT Yamaha Motor Indonesia)	254.826 unit

(Sumber: AISI 2016)

Salah satu jenis skuter matik yang tengah menjadi tren saat ini adalah skutik berbadan bongsor dengan mesin 150 cc. Saat ini baru ada dua skuter matik jenis itu yang berkompetisi merebut hati pengguna kendaraan roda dua ini di Indonesia, yaitu Honda PCX dan Yamaha NMAX ([www.beritagar.id](http://www.beritagar.id)).

Perbandingan dua skuter matik premium tersebut terbagi atas 4 atribut diantaranya Dimensi, Mesin, Bobot serta Harga yang ditawarkan masing masing merek seperti yang terlihat di Tabel 1.7 Perbandingan Honda PCX dan Yamaha NMAX. Honda PCX memiliki dimensi sebesar 1.970mm x 738mm x 1.094mm sedangkan Yamaha NMAX memiliki dimensi sebesar 1.955mm x 740mm x 1.115mm yang artinya jika dilihat dari segi dimensi atau ukuran Honda PCX lebih kecil dibandingkan dengan Yamaha NMAX. Kemudian dari segi mesin, Honda PCX mempunyai mesin berkapasitas 153 cc dengan 13.5 tenaga kuda sedangkan Yamaha NMAX mempunyai mesin berkapasitas 155cc dengan 14.8 tenaga kuda yang artinya dari segi mesin, Yamaha NMAX dinilai lebih unggul. Jika dilihat dari bobotnya, Honda PCX memiliki bobot yang lebih berat 2kg dari Yamaha NMAX yaitu sebesar 129kg sedangkan Yamaha NMAX sebesar 127kg. Harga yang dibanderol untuk sebuah Honda PCX yaitu 39.800.000 juta sedangkan Yamaha

NMAX dinilai lebih murah karena membanderol harga 29.050.000 juta untuk tipe ABS dan yang Non ABS seharga 25.900.000 juta ([www.yamaha-bandung.org](http://www.yamaha-bandung.org))

**Tabel 1.7 Perbandingan Honda PCX dan Yamaha NMAX**

	HONDA PCX	YAMAHA NMAX
Dimensi	1.970 mm x 738 mm x 1.094mm	1.955mm x 740mm x 1.115mm
Mesin	- Mesin 153cc - 13.5 Tenaga Kuda	- Mesin 155cc - 14.8 Tenaga Kuda
Bobot	129 kg	127kg
Harga (Di kota Bandung per tanggal 18 Maret 2017)	41.225.000	29.050.000 (ABS) 25.900.000 (Non ABS)

*Sumber: Data Olahan Penulis*

Persaingan Honda dan Yamaha di pasar roda dua Tanah Air semakin sengit. Dua pabrikan motor asal Jepang ini terus bersaing dengan meluncurkan produk-produk unggulannya. Honda PCX dan Yamaha NMAX sekilas tampak mirip. Bahkan, kapasitas mesin keduanya juga identik. Tidak heran, jika rumor munculnya NMAX memang untuk merecoki seteru abadinya, Honda, yang lebih dulu menghadirkan All-New PCX nya. ([www.vivanews.com](http://www.vivanews.com))

Untuk meningkatkan penjualan, masing-masing perusahaan sepeda motor berlomba-lomba menawarkan fitur-fitur yang menambah performa sepeda motor yang ditawarkan kepada para konsumen, diantaranya dapat dilihat di tabel 1.7 Perbandingan Fitur Honda PCX dan Yamaha NMAX. Honda PCX hadir dengan 7 fitur andalan dari Honda yaitu; *Combi Brake System(CBS)*, *Enhanced Smart Power (eSP)*, *PGM-FI*, *ACG stater (Alternating Current Generator)*, *Stopper Jok*, *Answer Back System* dan *Idling Stop System*. Berbeda dengan Honda PCX, Yamaha tampil dengan fitur yang lebih sedikit, yaitu *Anti Lock Brake System(ABS)*, *Blue Core*, *Variable Valves Actuation (VVA)*, *Smart Motor Generator* dan *Fuel Digital Speedometer*. Dilihat dari fitur yang disuguhkan dari kedua produsen tersebut Honda PCX memang lebih unggul dibanding dengan Yamaha NMAX. Namun, jika ditinjau lagi, di Tabel 1.5 Lima motor terlaris di Indonesia, sepeda motor skuter

matik premium berbadan bongsor 150cc dimenangkan oleh Yamaha NMAX yang berada diposisi kelima didalam lima besar penjualan motor terlaris tersebut.

**Tabel 1.8 Perbandingan Fitur Honda PCX dan Yamaha NMax**

Honda PCX	Yamaha NMAX
Combi Brake System(CBS)	Anti Lock Brake System (ABS)
Enhanced Smart Power (eSP)	Blue Core
PGM-FI	Variable Valves Actuation(VVA)
ACG Stater (Altemating Current Generator)	Smart Motor Generator
Stopper Jok	(Tidak Ada)
Answer Back System	(Tidak Ada)
Idling Stop System	(Tidak Ada)
(Tidak Ada)	Fuel Digital Speedometer

*Sumber: Data Olahan Penulis*

Total penjualan NMAX selama 3 bulan di 2016, pangsa pasar NMAX mengambil 4,5 persen lebih total penjualan motor matik berbagai merek. Jika dibandingkan dengan rivalnya, PCX yang harus berpuas terjual 1.220 pada periode yang sama. Rata-rata penjualan PCX setiap bulan hanya terjual hanya 400 unit saja, dengan adanya hal ini maka terlihat semakin jelas bahwa NMAX lebih menguasai pasar dibandingkan dengan PCX. ([www.tirto.id](http://www.tirto.id))

Penjualan motor merek Yamaha di kota Bandung sangat mendominasi, yang paling banyak memberikan keuntungan salah satunya adalah NMAX yang berhasil menjual produknya sebesar 254.826 unit dalam periode Januari – Desember 2016, seperti yang dapat dilihat di Tabel 1.9 Penjualan Motor Yamaha di Indonesia Tahun 2016 berikut.

**Tabel 1.9 Penjualan Motor Yamaha di Indonesia Tahun 2016  
(Periode Januari-Desember)**

No.	Tipe Motor Yamaha	Total Penjualan
1.	Mio Series	389.870 unit
2.	NMAX	254.826 unit
3.	Vixion	153.128 unit
4.	Fino	148.554 unit
5.	All new Soul GT	118.252 unit

*Sumber: ([www.motoengine.com](http://www.motoengine.com))*

Skuter matik premium Yamaha NMAX adalah salah satu motor Yamaha yang paling diburu konsumen sepanjang tahun 2016 dalam data penjualan domestik AISI (Asosiasi Industri Sepedamotor Indonesia). Penjualan Yamaha NMAX di Indonesia berhasil menembus angka 254.826 unit. Lima besar area penjualan NMAX terlaris periode Januari – Desember 2016 menurut data AISI adalah tersebar di Jakarta yang berhasil menduduki peringkat pertama dalam penjualan Yamaha NMAX sebanyak 84.285 unit, disusul oleh Jawa Barat yang berhasil menjual sebanyak 43.030 unit, Jawa Timur berhasil menjual sebanyak 30.243 unit, Bali sebanyak 22.334 unit dan Jawa Tengah 21.288 unit ([www.motoengine.com](http://www.motoengine.com))

**Tabel 1.10 Penjualan Motor Yamaha NMAX di 5 daerah di Indonesia**

No.	Daerah Penjualan Motor Yamaha NMAX	Total Penjualan
1.	Jakarta	84.245 unit
2.	Jawa Barat	43.030 unit
3.	Jawa Timur	30.243 unit
4.	Bali	22.334 unit
5.	Jawa Tengah	21.228 unit

*Sumber: ([www.motoengine.com](http://www.motoengine.com))*

Pekan Olahraga Nasional (PON) XIX Jawa Barat pada September 2016 dihadiri oleh Komunitas pecinta NMAX yaitu Bandung Max Community (BMC) yang tampil menjadi official marshall cabang olah raga balap sepeda Pekan Olahraga Nasional (PON) XIX Jawa Barat. BMC berdiri pada 14 Maret 2015 di

Kota Bandung dan menjadi komunitas pemilik dan pengguna Yamaha NMAX Series pertama di Indonesia. Klub ini telah terdaftar dalam keanggotaan Ikatan Motor Indonesia (IMI) Jawa Barat ([www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com))

Berdasarkan fakta fakta di atas hal ini yang menjadi alasan dilakukannya penelitian untuk mengetahui preferensi konsumen dalam pembelian sepeda motor jenis skuter matik premium Yamaha NMAX di Kota Bandung.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Sepeda motor merupakan transportasi favorit masyarakat Indonesia dalam menunjang berbagai aktivitas. Selain lebih irit dalam bahan bakar, motor juga sangat cocok dengan kondisi medan jalan di Tanah Air. Atas latar belakang tersebut, tak heran persaingan di segmen kendaraan roda dua semakin panas ([www.autotekno.sindonews.com](http://www.autotekno.sindonews.com)).

Kendaraan roda dua belakangan menjadi alat transportasi favorit di Tanah Air. Populasinya terus membengkak dari tahun ke tahun. Hal ini terjadi karena mudahnya masyarakat untuk memiliki sepeda motor dengan berbagai program kemudahan yang ditawarkan pabrikan maupun perusahaan pembiayaan. ([www.vivanews.com](http://www.vivanews.com))

Penjualan motor di Indonesia pada 2015 mengalami penurunan signifikan dibanding tahun sebelumnya. Tercatat, penjualan roda dua di Tanah Air hanya menembus 6.480.155 unit atau turun 1.387.130 unit, menurun sekitar 18% dibanding 2014. Semua merek membukukan penjualan yang menurun. Berdasarkan data yang dirilis PT Astra International Tbk, penjualan motor pada 2013 mencapai angka 7.743.879 unit, dan pada 2014 penjualan kembali meningkat 7.867.285 unit. Melemahnya perekonomian di dalam negeri disinyalir banyak pihak sebagai penyebab utama penjualan motor pada 2015 lesu ([www.autotekno.sindonews.com](http://www.autotekno.sindonews.com))

Direktur Pemasaran PT Astra Honda Motor (AHM) Margono Tanuwijaya mengungkapkan, sejak 20 tahun terakhir pasar roda dua di Indonesia mengalami fluktuasi. Hal ini dinilai wajar karena penjualan motor

sangat bergantung dari kondisi ekonomi yang juga naik-turun ([www.news.okezone.com](http://www.news.okezone.com))

Pasar motor di Indonesia didominasi oleh ATPM (agen tunggal pemegang merk) dari Jepang yaitu Honda, Yamaha, Kawasaki dan Suzuki. Istilah ‘produk Jepang lebih baik’ sudah mengakar kuat di benak para pengguna produk otomotif khususnya motor di Indonesia. ([www.beritagar.id](http://www.beritagar.id))

Dilihat dari fakta fakta yang disajikan dilatar belakang diatas, penjualan skuter matik premium di Indonesia diantara Honda PCX dan Yamaha NMAX dengan perbandingan berbagai atribut yang ditawarkan, dimulai dari dimensi, performa mesin, bobot, fitur dan juga harga, Yamaha NMAX yang jauh lebih mengungguli dari segi penjualan dibandingkan Honda PCX. Menurut AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia) di sepanjang tahun 2015 penjualan Honda PCX hanya berhasil menjual 3.852 unit sedangkan Yamaha NMAX berhasil menjual 89.286 unit. Pada tahun berikutnya dapat di lihat di Tabel 1.5 Lima Motor Terlaris di Indonesia, Yamaha NMAX masuk kedalam lima motor terlaris di Indonesia pada tahun 2016 dan menempati posisi kelima karena telah berhasil melakukan penjualan sebanyak 254.826 unit sedangkan Honda PCX tidak masuk kedalam lima motor terlaris di Indonesia tersebut maupun ke dalam 10 motor terlaris di Indonesia.

Dari fenomena permintaan pasar yang terus meningkat, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap konsumen mengenai faktor apa saja yang menstimuli konsumen dalam memilih sepeda motor skuter matik premium merek Yamaha dengan tipe motor NMAX. Diharapkan dengan mengetahui faktor-faktor tersebut nantinya akan dapat menjadi informasi yang berguna bagi industri sepeda motor di Indonesia dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan sepeda motor jenis skuter matik premium.

#### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

1. Atribut apa saja yang menjadi karakteristik konsumen sepeda motor yang paling dominan dalam mempengaruhi pembelian sepeda motor jenis skuter matik premium Yamaha NMAX?

2. Bagaimana preferensi konsumen dalam memilih sepeda motor jenis skuter matik premium Yamaha NMAX di Kota Bandung Tahun 2016?
3. Bagaimana rekomendasi untuk perusahaan Yamaha dalam mempertahankan posisinya serta mengembangkan pangsa pasar?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui atribut apa saja yang menjadi karakteristik konsumen sepeda motor yang paling dominan dalam mempengaruhi pembelian sepeda motor jenis skuter matik premium Yamaha NMAX
2. Untuk mengetahui preferensi konsumen dalam memilih sepeda motor jenis skuter matik premium Yamaha NMAX di Kota Bandung Tahun 2016
3. Untuk mengetahui rekomendasi bagi perusahaan Yamaha dalam mempertahankan posisinya serta mengembangkan pangsa pasar

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat bagi akademisi dan praktisi:

#### **1.6.1 Aspek Teoritis**

- a. Hasil penelitian diharapkan dapat menambah referensi dan sebagai bahan masukan untuk penelitian berikutnya, khususnya penelitian yang berminat dalam topik yang sejenis maupun masalah yang sama
- b. Menambah wawasan dan pengetahuan peneliti serta memperluas pandangan mengenai preferensi sepeda motor jenis skuter matik premium

#### **1.6.2 Aspek Praktis**

- a. Diharapkan dapat menjadi salah satu acuan dalam pengembangan usaha dan menentukan strategi pemasarannya.
- b. Sebagai evaluasi terhadap strategi produk perusahaan dalam mendesain produk, menetapkan harga, segmentasi dan forecasting

- c. Penulis mengharapkan penelitian ini dapat menjadi informasi yang bermanfaat bagi perusahaan yang berkaitan.

## **1.7 Ruang Lingkup Penelitian**

Dalam menjaga konsistensi penelitian, diperlukan batasan-batasan sehingga lingkup permasalahan tidak meluas dan pembahasan lebih fokus kepada pemecahan masalah yang ada pada kerangka penulisan maka diberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dibatasi pada penelitian dengan menggunakan metode analisa konjoin terhadap perusahaan Yamaha khususnya sepeda motor tipe NMAX
2. Penelitian ini ditujukan kepada pengguna sepeda motor jenis skuter matik premium Yamaha NMAX yang berdomisili di Kota Bandung

### **1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Indonesia yaitu tepatnya di kota Bandung dengan melakukan penyebaran kuesioner.

Objek penelitian ini adalah pengguna sepeda motor jenis skuter matik premium Yamaha NMAX.

### **1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian**

Penelitian ini dimulai sejak bulan November 2016 sampai dengan bulan April 2017. Penelitian dilakukan selama 5 bulan termasuk dengan pengumpulan data dan penyusunan laporannya.

## **1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Sistematika Skripsi bertujuan untuk memberikan gambaran secara umum mengenai isi skripsi ini agar jelas dan terstruktur, maka dibawah ini disajikan secara garis besar sistematika skripsi yaitu:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dan teori penunjang dalam memecahkan masalah.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas metode penelitian yang digunakan, jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas mengenai analisis dari data-data yang telah didapatkan dari wawancara dan konsultasi menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan sebelumnya.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini akan menyimpulkan hasil penelitian serta memberikan saran saran kepada perusahaan