

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan saat ini, dunia bisnis menjadi semakin kompleks. Dalam revolusi informasi dan komunikasi dibutuhkan kombinasi berbagai sumber daya, khususnya untuk mendalami dan mengembangkannya mengingat perkembangan bisnis pada dekade berikutnya tidak akan terpisahkan dari perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan masyarakat. Dewasa ini bisnis berjalan sangat cepat, lebih kompleks, dan lebih menuntut tanggung jawab. Barang dan jasa memiliki daur hidup pendek, tidak lagi bicara tahun, tetapi bahkan diukur dalam hitungan bulan, hari, bahkan jam. Konsumen menginginkan barang bermutu, murah, gampang didapat, cepat pengirimannya dan jaminan purnal jual yang baik.

Teknologi yang semakin maju membuat perubahan dalam dunia bisnis semakin cepat dan harus mampu bersaing dengan lainnya. Hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan mengalami persaingan yang begitu ketat karena tuntutan keinginan konsumen yang semakin kompleks. Selain itu dalam situasi pemasaran yang semakin ketat persaingannya, peranan kualitas produk akan semakin besar dalam perkembangan perusahaan. Sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perilaku konsumen tersebut karena hal ini akan menentukan pengambilan keputusan.

Perkembangan dan pertumbuhan industri otomotif saat ini berjalan begitu pesat, hal ini ditunjukkan dengan terus bertambahnya kuantitas kendaraan yang

dimiliki masyarakat pada saat ini. Khususnya untuk industri sepeda motor sangatlah nampak perkembangannya, sepeda motor lahir dengan berbagai merek, model, tipe, warna dan spesifikasi lainnya. Semua ini sejalan dengan meningkatnya aktivitas penduduk di berbagai aspek, hal ini menunjukkan bahwa dalam industri sepeda motor mengalami persaingan yang sangat ketat ditunjukkan dengan semakin banyaknya pelaku usaha yang memasuki sektor industri ini.

Banyak perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bisnis sepeda motor hadir untuk memenuhi kebutuhan berkendara masyarakat, sehingga mengakibatkan timbulnya persaingan antara perusahaan sejenis dalam menyajikan keunggulan produknya dalam merebut perhatian konsumen. Di tengah ketatnya persaingan tersebut, banyak berbagai pihak berlomba-lomba dan berusaha untuk melakukan kebijakan-kebijakan bisnis untuk meraih pangsa pasar yang diinginkan.

Pilihan masyarakat tentu menjadi sebuah peluang besar bagi pelaku bisnis otomotif, terutama dibidang kendaraan bermotor roda dua, untuk terus menggenjot penjualannya dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat. Inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan selera konsumen mutlak diperlukan jika pelaku bisnis tidak ingin kehilangan konsumennya serta menumbuhkan permintaan akan produknya.

Pada umumnya perusahaan mengalami kesulitan dalam memonitor, memahami dan menganalisis konsumen secara tepat dan benar, mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi konsumen dan adanya perbedaan untuk masing-masing individu. Dengan demikian perusahaan dituntut untuk dapat

memantau perubahan-perubahan konsumennya, termasuk konsumen untuk mendapatkan atau memilih produk. Sedangkan disisi konsumen, pemilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sangat diperlukan informasi tentang produk agar produk yang dibeli konsumen bisa memenuhi kebutuhan konsumen. Didalam proses pengambilan keputusan pada konsumen, konsumen itu sendiri harus memiliki pengetahuan tentang produk.

Dalam membuat keputusan konsumen tentunya mempertimbangkan banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan adanya informasi serta masukan dari konsumen mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam mengambil keputusan, maka informasi dan masukan tersebut dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan. Setelah perusahaan mengetahui apa yang di pertimbangkan oleh konsumen maka, perusahaan dapat memperbaharui strategi pemasaran yang diterapkan supaya sasaran penjualan dapat dicapai.

Dalam perilaku konsumen banyak ditemukan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, faktor-faktor tersebut adalah kualitas produk dan harga. Secara tidak langsung, kualitas mempengaruhi seorang konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk. Konsumen saat ini sangatlah kritis dalam memilih suatu produk, keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan bentuk kualitas produk tersebut.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan penting didalam keputusan pembelian konsumen, ada yang berani mengeluarkan uang yang cukup mahal asalkan kualitas produk tersebut terjamin, tapi seringkali

yang diinginkan konsumen adalah produk tersebut memiliki harga yang murah namun memiliki kualitas yang tinggi. Selain kualitas produk, faktor lain yang akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sebelum melakukan pembelian produk yaitu harga produk tersebut. Harga yang mahal membuat konsumen berpikir dua kali untuk membeli produk.

Dalam situasi tertentu konsumen sangat sensitif terhadap harga. Harga yang relatif tinggi dipandang positif oleh segmen tertentu dan ada juga memandang negatif. Harga produk yang tinggi menuntut kualitas produk yang baik juga dan sebaliknya harga yang rendah sebagian konsumen beranggapan bahwa produk yang ditawarkan tidak memiliki kualitas yang baik. Dalam persaingan saat ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih dengan kualitas yang bagus, maka produk tersebut akan akan senantiasa tertanam di benak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.

Saat ini Indonesia menjadi pasar potensial bagi industri transportasi. Banyak masyarakat menjadikan sepeda motor menjadi pilihan utama sebagai alat

transportasi. Pemilihan sepeda motor sebagai alat transportasi bagi masyarakat karena berbagai hal, antara lain waktu perjalanannya lebih cepat jika menggunakan sepeda motor, sepeda motor lebih hemat biaya dan transportasi umum yang kurang memadai. Faktor lain yang juga mendukung meningkatnya penggunaan sepeda motor di kalangan masyarakat yakni mudahnya masyarakat membeli sepeda motor dengan pembayaran secara kredit.

Perusahaan yang menguasai pangsa pasar sepeda motor di Indonesia saat ini adalah PT Astra Honda Motor (AHM) dan Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) yang merupakan pelopor industri sepeda motor Indonesia. Honda tetap menjadi *market leader* sepeda motor di Indonesia hingga saat ini, dengan adanya persaingan industri yang ketat saat ini perusahaan harus dapat menciptakan produk yang inovatif agar dapat bertahan dalam persaingan. Penjualan sepedamotor di Indonesia untuk Januari 2018 hingga Mei 2018 terlihat pada Tabel 1.1 berikut ini.

Tabel 1.1 Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Bulan Januari - Mei 2018

Merek	Jan	Feb	Maret	April	Mei	Total
Honda	345.957	339.152	384.187	458.499	436.727	1.964.522
Yamaha	122.989	85.429	133.126	113.182	140.068	594.794
Suzuki	6.051	4.500	4.076	6.954	7.663	29.244
Kawasaki	7.509	10.456	13.969	2.282	4.828	39.044
TVS	31	49	12	4	18	114
Total	482.537	439.586	535.370	580.921	589.304	2.627.718

Sumber : AISI, <http://www.aisi.or.id/>, 03 Agustus 2018

Berdasarkan data di atas, maka merek Honda menempati urutan pertama penjualan sepeda motor di Indonesia tahun 2018 mulai Januari hingga Mei yaitu sebesar 1.964.522 unit. Dengan jumlah distribusi sepeda motor sebanyak 436.727 unit pada bulan Mei, angka ini turun bila dibandingkan bulan sebelumnya dimana Honda berhasil distribusikan 458.499 unit. Angka ini diikuti oleh Yamaha sebanyak 140.068 unit. Suzuki di posisi ke tiga setelah mengovertake Kawasaki bulan lalu. Di bulan Mei 2018 angka distribusi 7.663 unit sepeda motor Suzuki. Kawasaki di bulan Mei 2018 dengan angka distribusi 4.828 unit. Sementara TVS hanya mendistribusikan 18 unit motor di bulan Mei 2018. Hal ini menunjukkan bahwa sepeda motor Honda sendiri menjadi pilihan konsumen hal ini disebabkan

karena kualitas produk memiliki peran yang penting bagi konsumen dalam memilih dan membeli suatu produk.

Penulis melakukan penelitian pada UD. Saribudolok Motor. UD. Saribudolok Motor adalah sebuah perusahaan perdagangan yang bergerak dibidang penjualan produk sepeda motor Honda. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2016, yang berlokasi di Jalan Kabanjahe, Kelurahan Saribudolok, Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun. Perusahaan ini tidak hanya melayani penjualan sepeda motor namun juga menyediakan aksesoris dan suku cadang (*spare part*). Pada bulan Januari hingga Agustus 2018 penjualan sepeda motor merek Honda terjadinya peningkatan dan penurunan penjualan. Hal ini terjadi kemungkinan adanya pengaruh minat beli konsumen terhadap produk Honda yang kurang. Hasil penjualan sepeda motor merek Honda dapat dilihat pada Tabel 1.2 dibawa ini.

Tabel 1.2 Data Penjualan Sepeda Motor Honda Pada UD. Saribudolok Motor Bulan Januari-Agustus 2018

Bulan	Jumlah Penjualan
Januari	23 Unit
Februari	19 Unit
Maret	17 Unit
April	14 Unit
Mei	15 Unit
Juni	9 Unit
Juli	12 Unit
Agustus	17 Unit
Total	115 Unit

Sumber : UD. Saribudolok Motor, 2018

Dari data di atas menunjukkan penjualan sepeda motor Honda di UD. Saribudolok Motor belum stabil dan mengalami penurunan. Dapat diketahui bahwa lini produk sepeda motor Honda menunjukkan ketidak stabilan penjualan

dan menurunnya jumlah penjualan dari bulan ke bulan khususnya pada bulan Juni 2018 yaitu hanya terjual 9 unit sepeda motor. Dan terjadi peningkatan penjualan pada bulan Juli dan Agustus 2018.

Selain pengaruh merek, dari sisi harga, sepeda motor merek Honda mengeluarkan produk dengan harga kompetitif yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen. Pada tabel dibawah ini menunjukkan kisaran harga berbagai macam sepeda motor mulai dari harga terendah hingga harga tertinggi.

Tabel 1.3. Kisaran Harga Sepeda Motor Tahun 2018

No	Merek	Kisaran Harga Sepeda Motor
1	Honda	Rp. 13.850.000 - Rp.71.325.000
2	Yamaha	Rp. 11.450.000 – Rp. 59.000.000
3	Suzuki	Rp. 13.000.250 – Rp. 30.150.000
4	Kawasaki	Rp. 13.350.000 – Rp. 87.000.000
5	TVS	Rp. 11.000.000 – Rp. 23.900.000

Sumber : UD. Saribudolok Motor, 2018

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat harga sepeda motor Honda relatif tinggi dibandingkan dengan harga sepeda motor lainnya. Sepeda motor Yamaha dan Suzuki merupakan pesaing yang memiliki harga dibawah harga sepeda motor Honda. Harga sepeda motor honda yang tinggi membuat konsumen berpikir kembali ketika akan membeli produk dan pada akhirnya konsumen akan membeli produk dengan merek lain jika harga yang ditetapkan tidak dapat dijangkau oleh konsumen.

Berdasarkan penelitian dilapangan dengan melakukan wawancara dengan beberapa konsumen diketahui bahwa faktor yang menyebabkan penjualan Honda mengalami penurunan akibat kualitas produk juga menurun berdasarkan persepsi

konsumen seperti *design body* yang kurang menarik sehingga kurang diminati konsumen, spare part yang mahal, mempunyai kelemahan dalam tarikan, dan dalam hal kecepatan sepeda motor Honda masih dikatakan kurang dan lemah. Selain itu, harga sepeda motor Honda juga relatif mahal. Dengan demikian, pengaruh kualitas yang menurun dan harga yang relatif mahal mempengaruhi minat konsumen ketika akan membeli produk sepeda motor Honda, hal ini terlihat dari jumlah penjualan sepeda motor honda pada UD. Saribudolok Motor mengalami penurunan.

Untuk mempertahankan dan bahkan menumbuhkan permintaan baru tentu bukan perkara mudah bagi para pelaku bisnis. Konsep penjualan berkeyakinan bahwa para konsumen dan perusahaan bisnis jika dibiarkan tidak akan secara teratur membeli cukup banyak produk yang ditawarkan. Selain itu, pekerjaan pemasaran bukan bagaimana menemukan konsumen yang tepat untuk sebuah produk tapi bagaimana menemukan produk yang tepat untuk konsumen. Sehingga, sangat penting bagi produsen untuk terus berinovasi agar dapat mempertahankan dan menumbuhkan permintaan baru. Dalam hal penetapan harga yang tepat dan sesuai dengan harga beli konsumen, akan membantu konsumen dalam menjatuhkan pilihan pada produk tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas dan Harga Produk Sepeda Motor Honda terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada UD. Saribudolok Motor) ”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Penelitian ini dilakukan karena penulis melihat adanya masalah yang terjadi dalam keputusan pembelian pada UD. Saribudolok Motor, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Penjualan sepeda motor merek Honda mengalami penurunan karena terjadi penurunan kualitas produk berdasarkan persepsi konsumen yang dapat dilihat pada hasil penjualan sepeda motor Honda UD. Saribudolok Motor.
2. Harga sepeda motor merek Honda pada UD. Saribudolok Motor cukup tinggi dibandingkan dengan harga sepeda motor lain sehingga sebagian konsumen memilih merek lain yang ditunjukkan pada tabel kisaran harga berbagai macam sepeda motor pada UD. Saridolok Motor.
3. Adanya persaingan harga produk mengakibatkan sepeda motor Honda harus meningkatkan pangsa penjualan dengan memberikan harga yang terjangkau dan kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan dan keperluan konsumen.

1.3 Pembatasan Masalah

Dalam melakukan penelitian, perlu dibuat pembatasan masalah sehingga pelaksanaan penelitian dapat difokuskan untuk memecahkan permasalahan penelitian. Pada penelitian ini, penulis membatasi permasalahan penelitian pada kualitas produk, harga dan keputusan pembelian konsumen pada UD. Saribudolok Motor.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah kegiatan untuk mempersempit permasalahan penelitian, sehingga dapat membantu penulis di dalam pelaksanaan penelitian untuk memecahkan dan menjawab masalah yang akan diteliti.

Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:”Apakah kualitas dan harga produk Sepeda Motor Honda berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada UD. Saribudolok Motor?”

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh kualitas produk sepeda motor honda terhadap keputusan pembelian konsumen pada UD. Saribudolok Motor
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh harga produk sepeda motor honda terhadap keputusan pembelian konsumen pada UD. Saribudolok Motor.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas dan harga produk sepeda motor honda terhadap keputusan pembelian konsumen Pada UD. Saribudolok Motor.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan, wawasan dan juga pengalaman tentang pengaruh kualitas dan harga produk sepeda motor Honda terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dalam menetapkan harga sepeda motor Honda sehingga masyarakat dapat menjangkau harga yang ditawarkan UD. Saribudolok Motor dengan demikian dapat meningkatkan keputusan pembelian akan sepeda motor Honda.

3. Bagi pembaca

Sebagai referensi kepustakaan kepada pembaca yang membutuhkan informasi dan wawasan tentang pengaruh kualitas produk dan harga produk terhadap keputusan pembelian konsumen.