

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan perekonomian dewasa ini yang semakin dinamis, yang ditandai dengan adanya perubahan – perubahan dalam dunia bisnis, dan tingkat persaingan yang kian hari semakin meningkat, menyebabkan semakin banyak produk konsumsi yang ditawarkan di pasar guna memenuhi kebutuhan konsumen. Hal ini akan memberikan kesempatan yang lebih luas kepada konsumen untuk memilih dan membeli produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Akibatnya persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat, karena perusahaan tidak hanya dihadapkan pada masalah bagaimana cara mempertahankan hidupnya, tetapi juga harus berusaha mengungguli perusahaan pesaing dalam mempertahankan dan bahkan merebut pasar yang ada.

Adanya pesaing yang berpotensi memasuki pasar merupakan tantangan bagi perusahaan yang harus selalu dihadapi. Oleh karena itu perusahaan perlu memantau secara periodik posisi pesaing – pesaingnya guna menganalisa pasar produknya dan mengetahui perubahan pasar yang terjadi.

Sebagai *main dealer* sepeda motor untuk wilayah Jawa Timur dan Nusa Tenggara Timur, PT. X merasa perlu untuk mengetahui dan memprediksi pangsa pasar produknya serta mengetahui perubahan yang terjadi.

Di dalam penelitian ini akan digunakan metode *Markov chain* sebagai alat analisa utama di dalam menentukan pangsa pasar produk sepeda motor. Selain itu untuk analisa lainnya akan digunakan beberapa metode statistik yang mendukung.

1.2. Perumusan Masalah

Bagaimana perusahaan mengetahui dan memprediksi pangsa pasar produknya serta mengetahui perubahan perilaku pasar yang terjadi?

1.3. Tujuan Penelitian

- Menganalisis pangsa pasar sepeda motor dengan meramalkan perilaku konsumen dengan menggunakan metode *Markov chain*.
- Mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli sepeda motor, termasuk faktor – faktor yang menyebabkan konsumen tetap setia atau berpindah merk.

1.4. Batasan Masalah

- Obyek penelitian yang diambil adalah pengguna sepeda motor berusia antara 18 – 55 tahun.
- Ruang lingkup penelitian adalah di Surabaya.
- Merk sepeda motor yang dijadikan penelitian adalah Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, Motor Cina dan merk sepeda motor lainnya.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I. PENDAHULUAN

Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah serta sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Memberikan pengetahuan dasar untuk memahami obyek penelitian, agar peneliti tidak salah dalam membuat instrumen penelitian dan menentukan variabel – variabel yang terlibat dalam penelitian.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Menggambarkan langkah – langkah yang harus ditempuh dalam proses penelitian.

BAB IV. PENGOLAHAN DAN ANALISA DATA

Membahas tentang pengumpulan data yang telah diperoleh dan selanjutnya dilakukan pemecahan

masalah dengan melakukan analisa terhadap hasil perhitungan dan pengolahan data tersebut.

BAB V. PENUTUP

Berisikan kesimpulan dari BAB IV, serta saran – saran yang berguna bagi pihak produsen maupun untuk kemungkinan kelanjutan penelitian.