

BAB I
PENDAHULUAN

1. LATAR BELAKANG MASALAH

Kondisi perekonomian di Indonesia mengalami masa krisis ekonomi yang dimulai pada akhir tahun 1997 adalah merupakan kendala bagi maju kembangnya perekonomian di Indonesia. Dengan munculnya krisis ekonomi menyebabkan terjadinya kenaikan pada barang-barang baik produk lokal maupun produk impor, sebab beberapa produk lokal juga masih menggunakan bahan mentah yang masih diimpor dari luar negeri. Salah satu barang-barang yang paling banyak terkena imbas karena krisis ekonomi adalah kendaraan impor. Alat transportasi mengalami gangguan baik karena harga impor yang mahal juga disebabkan hanya beberapa produsen yang menguasai pasar Indonesia, terutama kendaraan roda dua.

Menurut Persatuan Asembler Sepeda Motor Indonesia (PASMI), produksi sepeda motor mulai tahun 1998 diperkirakan menurun tajam. Adanya krisis moneter yang melanda Indonesia yang melanda tahun 1997 lalu, ternyata juga berimbas ke industri sepeda motor. Akibat krisis tersebut, produksi sepeda motor yang pada tahun 1997 sempat mengalami lonjakan yang sangat drastis, tahun 1998 ini diperkirakan akan menurun tajam yakni sekitar 46%. (Indocommercial, Juli 1998, hal. 27).

Tabel 1.1.
PANGSA PASAR SEPEDA MOTOR INDONESIA TAHUN 1998

Merk sepeda motor	Pangsa pasar	
	Percentage	Unit
Honda	48,5	887.928
Yamaha	25,1	460000
Suzuki	21,1	386.640
Kawasaki	4,4	80.121
Vespa	0,9	15.814

Sumber: Pasmis, 2000, diolah.

Melihat kondisi tersebut, maka jika gejala moneter masih terus berlanjut dan bahkan semakin berlarut-larut, ada dugaan produksi sepeda motor Indonesia bisa turun kembali ke angka 1 juta hingga 1,2 juta unit pada tahun 1998. Dengan perkiraan produksi 1 juta unit, berarti terjadi penurunan tajam sebesar 46% lebih dibandingkan produksi tahun sebelumnya.

Produksi yang dicapai produsen sepeda motor di dalam negeri tahun 1997 tersebut merupakan rekor tertinggi sepanjang sejarah dan merupakan masa keemasan industri sepeda motor Indonesia.

Tabel 1.2.

PERKEMBANGAN PRODUKSI SEPEDA MOTOR INDONESIA

Tahun	Produksi (ribuan unit)	Pertumbuhan (%)
1995	1.040	-
1996	1.360	30,8
1997	1.856	36,5
1998	1.00	-46,1
Rata-rata pertumbuhan (%) / tahun		7,1

Sumber : Pasmis, 2000, diolah.

Dilihat dari volume pangsa pasar domestik, Indonesia menempati urutan ke 3 terbesar dunia, menyusul Cina (diatas 6 juta unit) dan India sebesar 3 juta unit. Sementara Jepang menempati urutan ke 4 dengan volume pangsa pasar lokal sebesar 1,2 juta unit.

Tabel 1.3.

PRODUSEN SEPEDA MOTOR DAN KAPASITAS PRODUKSINYA DI INDONESIA TAHUN 1998*)

Nama Perusahaan	Status	Merk Dagang	Kapasitas produksi unit / tahun
PT Federal Motor	PMDN	Honda	720.000
PT Yamaha Indonesia Motor MFG.	PMA	Yamaha	600.000
Indomobil Suzuki Int	PMA	Suzuki	600.000
Kawasaki Motor Indonesia	PMA	Kawasaki	100.000
PT Dan Motors Vespa Indonesia	PMA	Vespa	90.000
Total			2.110.000

Sumber : Pasmis, 2000, diolah.

*) tidak termasuk motor Cina

Persaingan yang semakin ketat dan menurun daya beli masyarakat sebagai dampak adanya krisis moneter, dan dilain pihak pada awal 1998 munculnya pendatang baru seperti kymco (Taiwan) dan Ekspressa, dan beberapa merek motor Cina seperti Sanex, Jialing, dan sebagainya yang meledak pada tahun 1998, diramalkan akan memperketat persaingan bisnis dibidang industri sepeda motor.

Tabel 1.4.
KONDISI PERSAINGAN KENDARAAN RODA DUA DI SURABAYA

	Jumlah Unit Terjual			Market Growth		Market Share		
	1994	1995	1996	1995	1996	1994	1995	1996
Honda	20.518	26.748	38.732	30%	45%	48%	45%	52%
Yamaha	11.082	15.069	17.896	36%	19%	26%	25%	24%
Suzuki	10.472	14.039	14.288	34%	9%	24%	24%	20%
Kawasaki	-	2.350	2.383	0%	1%	0%	4%	3%
Vespa	863	809	580	-6%	-28%	2%	2%	1%
Total	42.935	59.015	74.879			100%	100%	100%

Sumber: Registrasi Kepolisian Daerah Jawa Timur, diolah

Untuk dapat bertalian para ATPM (Agen Tunggal Pemilik Merk) sepeda motor di Indonesia terpaksa melakukan perampingan produksi, menyisul kelesuan pasar dan membengkaknya biaya produksi akibat terdepresiasinya nilai tukar rupiah terhadap dollar AS. Ketergantungan industri sepeda motor terhadap valuta asing hingga sekarang ini masih tetap besar, kendati kandungan lokal industri sepeda motor ini sudah cukup tinggi. ketergantungan tersebut terutama untuk pembelian bahan baku, mesin-mesin produksi serta pembayaran jasa tenaga ahli asing yang jumlah keseluruhannya diperkirakan mencapai 40%. (Indocommercial, Juli 1998, hal. 28)

Adanya deregulasi peraturan Pakjun 1999 yang menyatakan bahwa siapa pun yang memenuhi persyaratan diperbolehkan untuk mengimpor sepeda motor. Selain dengan melakukan ekspor, akhir-akhir ini banyak motor Cina berusaha membangun industri perakitan di Indonesia dengan alasan untuk bertahan di pasar. Dengan pabrik

perakitan (*assembling*) merupakan indikasi kesuksesan motor Cina dalam melakukan penetrasi pasar. Selain itu dengan pembangunan pabrik perakitan akan memberikan dampak bahwa produsen dapat menyediakan suku cadang dengan harga terjangkau karena banyaknya kandungan lokal dan layanan servis yang memadai untuk penjualan. (SWA no. 23 Juni 2000)

Pemerintah Cina berusaha untuk melakukan pembatasan ekspor motor-motor produksinya dengan membuat ketentuan-ketentuan tentang merek motor laik ekspor. Hal ini dilakukan karena pemerintah Cina mengkuatirkan mengenai kualitas motor Cina yang diekspor ke Indonesia. Dan hal ini berdampak timbulnya image atau persepsi bahwa kualitas produk Cina jelek. Yang tertanam dalam benak konsisten adalah produk Cina murah tetapi tidak berkualitas dan masih sulit menemukan suku cadang. Image atau persepsi ini berdampak pada produk-produk lain non otomotif. (Jawa Pos, 18 Januari 2001)

Dampak pengetatan oleh Pemerintah Cina tersebut akan sangat baik Pertama, produk yang masuk adalah berkualitas. Kedua, harga produk yang masuk ke Indonesia benar-benar sesuai dengan mutunya. Ketiga, hal tersebut akan membuat persaingan menjadi sehat

Dengan berkembangnya waktu terjadi perubahan perilaku konsumen terhadap produk sepeda motor Cina. konsumen mulai jenuh terhadap motor Cina. Menurunnya penjualan motor Cina di Jawa Timur selain merek-merek tidak terkenal hingga merek yang paling terkenal sekali pun. Selain itu, untuk menyaingi pasar sepeda motor Cina, maka Honda meluncurkan sepeda motor dengan tipe Legenda yang dijual antara Rp 9 hingga 10 juta **hal** ini seperti tampak dalam tabel berikut ini.

Tabel 1.5.
Pangsa Pasar Sepeda Motor Cina Di Surabaya
Bulan Januari – Februari 2001

Merek	Pangsa pasar di Jawa Timur	
	Januari 2001	Februari 2001
Sanex	4,2%	2,2%
Garuda	2,5%	1,5%
Jialing	1,7%	1,1%
Beijing	0,8%	1,2%
Jincheng	0,6%	0,9%
Dast	1,2%	1,4%
Hokaido	1,6%	2,1%

Sumber : Samsat Jawa Timur

Dalam melakukan suatu pembelian, seorang konsumen pasti memiliki motivasi dalam pembelian yang kadang-kadang belum tentu sama. Ada beberapa alasan dari pembelian sepeda motor Cina yaitu karena harganya murah, sedangkan untuk pembelian sepeda motor Honda motivasi membeli karena produknya berkualitas dan mudah diganti .

Dengan penawaran harga yang murah, motor Cina belum dapat meraih konsumen di Indonesia. Hal ini disebabkan masyarakat mulai mempertimbangkan dalam pembuatan keputusan pembelian suatu produk. Pengalaman, kualitas, harga jual kembali dan layanan purna jual menjadi faktor yang ikut dipertimbangkan.

2. RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang masalah di atas, dirumuskan permasalahan sebagai berikut : "Bagaimana perbedaan motivasi dalam membeli sepeda motor Cina dengan sepeda motor Jepang di Surabaya?"

3. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah :