

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di zaman yang semakin modern seperti saat ini dalam menjalankan aktivitas manusia semakin bergantung pada bantuan mesin, salah satunya yang paling jenis adalah dalam bidang transportasi. Saat ini jarang sekali orang menggunakan alat transportasi yang tidak bermesin salah satu contohnya mobil. Seiring dengan perkembangan perekonomian dan teknologi yang maju, mobil merupakan salah satu alat transportasi yang dibutuhkan masyarakat luas. Keanekaragaman bentuk mobil yang tersedia saat ini membuat konsumen memiliki pilihan yang luas. Hal ini menjadikan perusahaan-perusahaan otomotif saling berlomba untuk menghasilkan mobil yang mampu memenuhi kebutuhan, keinginan dan selera konsumen serta menawarkan harga yang bisa dijangkau oleh konsumen pada umumnya.

Dalam era globalisasi ini mendorong perusahaan untuk bertindak praktis dan ekonomis dalam usaha untuk menguasai pangsa pasar seluas mungkin. Hal ini karena pada dasarnya tujuan akhir dari penyampaian produk adalah konsumen, Sedangkan kondisi konsumen saat ini sudah mulai sensitif dan mampu bertindak logis sehingga lebih selektif terhadap pembelian barang. Strategi pemasaran yang digunakan antara perusahaan satu dengan yang lain memang berbeda, hal ini dikarenakan pelaksanaan suatu strategi harus disesuaikan dengan kondisi dan tujuan yang ingin dicapai perusahaan tersebut.

Maraknya jenis dan kendaraan mobil yang ada di pasaran tentu akan menimbulkan masalah bagi produsen itu sendiri, dimana terjadi kompetisi didalam menarik konsumen sebanyak mungkin. Untuk menarik minat para pembeli, salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan perbaikan sistem pemasaran yang lebih efektif. Pemasaran efektif dalam penerapannya bukan hanya bagaimana meningkatkan volume penjualan tetapi juga mengamati tingkah laku konsumen serta memenuhi keinginan konsumen melalui usaha perbaikan kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen.

Harga merupakan hal penting, karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan meningkatkan tingkat permintaan terhadap produk berbeda. Dalam sebagian besar kasus, biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk. Demikian sebaliknya, semakin rendah harga, semakin tinggi permintaan terhadap produk (Kotler, 1991). Oleh karena itu, penentuan harga yang tepat perlu mendapat perhatian yang besar dari perusahaan. Pada hakekatnya harga ditentukan oleh biaya produk. Jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen, maka pemilihan suatu produk tertentu akan dijatuhkan pada produk tersebut (Basu Swastha 2001 dan irawan, 2011). Bila konsumen bersedia menerima harga tersebut maka produk akan diterima oleh masyarakat. Dalam hal ini Honda SM Amin memberi gambaran secara bertahap harga mobil merek honda semakin hari semakin kompetitif.

Tabel I.1 Spesifikasi Mobil Honda Brio Satya

SPESIFIKASI HONDA BRIO	
Mesin	1,2 L i-Vitec SOHC 4 silinder
Fuel system	Injeksi
Isi silinder mesin	1198 cc
Jenis bahan bakar	Bensin
Daya maksimal	88 PS pada 6000 rpm
Torsi Maksimal	109 Nm pada 4500 rpm
Transmisi	Manual 5 speed
Suspensi depan	McPherson Strut
Suspensi belakang	Torsion Beam
Teknologi	Drive by wire, Grace logic control, drive by wire
Standard emisi	Memenuhi kriteria Euro 4
Panjang	3610 mm
Lebar	1680 mm
Tinggi	1500 mm
Jarak Poros Roda	2345 mm
Jarak terendah	165 mm
Berat kosong	930 kg
Jumlah penumpang	5 Orang
Kapasitas Tangki	35 liter
Rem Depan	Disc
Rem Belakang	Drum
Steer	Electric power steering dengan tipe collapsable
Ukuran ban	175 / 65 R14
Velg	Alloy
Fitur kemanan	Dual SRS Air bag, G Con, seatbelt type pretensioner dan force limiter
Fitur Rem	ABS EBD
Audio	CD MP3 USB

Sumber: Data Olahan Penulis, 2017

Berdasarkan data pada tabel 1.1 di atas dapat di ketahui bahwa Honda Brio Satya Secara spesifikasi memang terlihat cukup atraktif. Desainnya sendiri terbilang minimalis, namun tetap menampilkan aura cantik lewat desain headlight

multireflektor 3 dimensi yang cukup lebar sehingga mampu memancarkan cahaya maksimal ketika berkendara di malam hari. Lalu pada bagian grill depan, fascia Honda Brio didesain dengan karakter agresif lewat frame yang berbentuk sabuk dan dilabur dengan warna krom. Lalu bagian tengah frame dilengkapi dengan emblem logo Honda yang nampak begitu eksklusif. Untuk foglamp Honda Brio (kecuali tipe Brio Satya), didesain tanpa ada bingkai dan berdimensi mungil. Meski ukurannya kecil, namun foglamp pada Honda Brio ini sanggup memberikan sinar lebih baik ketika malam hari. Kemudian pada bumper bagian depan yang juga berfungsi sebagai penutup radiator terdapat cover berbahan fiberglass yang dilabur dengan warna hitam untuk menampilkan aura city car modern. Beralih pada sisi Honda Brio bagian samping, tak banyak yang bisa ditampilkan kecuali desain bodi minimalis tanpa banyak lekukan khas mobil LCGC. Namun satu hal yang patut menjadi perhatian adalah body belakang yang kini didesain lebih dinamis dan sporty. Sektor buritan Honda Brio kali ini dilengkapi dengan rear wiper seperti mobil modern. Lalu pada bagian belakang terdapat chrome bumper garnish yang membuat tampilan belakang terlihat lebih mewah dan atraktif. Selanjutnya, pada bagian stop lamp Honda Brio, penempatan lampu rem yang diletakkan di sudut luar kendaraan semakin menambah citra sporty untuk tampilan body belakang. Apalagi menengok spoiler berdesain tail gate yang penuh gaya. Konsep desain pada spesifikasi Honda Brio ini secara jelas mampu menampilkan aura mobil LCGC yang stylish dan modern.

hadir dengan desain yang segar dan dianggap memiliki tampilan yang mewakili kaum muda perkotaan. Pasalnya, Honda membuat tampang Brio dengan

fresh, sporty dan kompak serta fungsionalis. Honda Brio mampu menampung lima penumpang di dalamnya. Secara desain, mobil termurah Honda di Indonesia ini hadir dengan konsep minimalis namun tidak mengilangkan tingkat kenyamanan. Mesin 1.2L I-VTEC untuk Performa Bertenaga dan Pastinya Irit BBM Salah satu alasan kenapa sebagian orang enggan memilih mobil jenis LCGC adalah performanya

Desain cakep dan mesin tangguh, tentunya spesifikasi Honda Brio juga harus dilengkapi dengan fitur-fitur penunjang keselamatan dan kenyamanan. Kita mulai dari fitur keselamatan terlebih dahulu. Kali ini, Honda membangun Brio dengan mengusung teknologi rangka bodi G-CON + ACE. Struktur rangka bodi Honda Brio ini akan memberikan perlindungan maksimal kepada pengemudi dan penumpangnya saat terjadi benturan.

Menurut (Tjiptono, 2015) konsep pemasaran berhasilnya suatu perusahaan apabila perusahaan tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah memasuki era kompetisi. Sejalan dengan hal tersebut, upaya yang dapat dilakukan dalam memasarkan suatu produk yakni dengan melakukan kegiatan promosi yang meliputi, *advertising, sales promotion, personal selling, public relation, direct marketing* agar calon konsumen lebih mengenal, memahami, serta simpati terhadap produk yang ditawarkan. Promosi dihadapkan pada berbagai macam kegiatan yang dapat dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kelebihan-kelebihan produk yang dimiliki agar dapat membujuk calon pembeli. Oleh sebab itu manajer pemasaran harus memilih bentuk promosi yang tepat dan terpadu agar menghasilkan efek domino sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

Demikian halnya dengan Dealer Honda SM Amin sebagai penyalur kendaraan bermotor di Pekanbaru yang merupakan salah satu perusahaan yang dinaungi oleh PT. Kerta Jaya Utama yang berkedudukan di jalan SM Amin (Arengka II) Pekanbaru, tentu sangat memperhatikan sistem pemasaran dan promosi penjualan secara efektif kendaraan merek Honda sudah pasti akan intens dalam melakukan kegiatan promosi dengan berbagai media, dengan tujuan merebut pangsa pasar dari berbagai jenis kendaraan telah diluncurkan ke pasaran. yang dipasarkan oleh Dealer Honda SM Amin adalah Honda Brio Satya. Pada awal pemasarannya, Honda Brio menjadi produk Honda dengan penjualan terbanyak.

Mobil Honda Brio adalah sebuah mobil LCGC yang berjenis Hatchback yang saat ini sedang mendominasi penjualan mobil di Indonesia. Alasannya kenapa, karena mobil ini begitu laris di Indonesia karena beberapa faktor ini, yaitu karena spesifikasi dari Mobil Honda Brio ini sangat memenuhi spesifikasi selera orang Indonesia dan yang kedua harganya pun sangat relative murah untuk masyarakat Indonesia. Dan bahwa mobil ini sudah mendunia yang diproduksi oleh produsen mobil Jepang Honda. Honda Brio diperkenalkan di Indonesia pada bulan September tahun 2013 di Indonesia

Kelebihan Honda Brio adalah pada sisi kemudi yang relatif ringan dalam bermanuver, memiliki akselerasi yang bagus dengan handling yang stabil (tidak gampang loss drive), memiliki tenaga yang paling besar pada kelas hatchback 1300 cc. Mobil ini mudah dikendalikan karena memiliki desain eksterior yang kompak, tampil sporty dan kompak karena dilengkapi dengan Chrome front grille,

pada bagian depan juga dilengkapi dengan lampu LED Hingh mount stop dan Rear reflektor. pada bagian samping terdiri dari pintu menggunakan door handle.

Pasar otomotif semakin dinamis dengan kehadiran mobil murah ramah lingkungan (*Low Cost Green Car /LCGC*). Di tengah berbagai pro-kontra, kehadiran mobil murah diyakini telah memanaskan persaingan bisnis di Indonesia. Pabrik otomotif saat ini ramai-ramai meluncurkan mobil murah ramah lingkungan grup Astra melalui PT Toyota Astra Motor dan PT Astra Daihatsu Motor meliris Astra Toyota Agiya dan Astra Daihatsu Ayla. Demikian juga halnya dengan PT Honda Prospect Motor sebagai salah satu pabrik otomotif yang sudah lama dikenali oleh masyarakat meluncurkan mobil murah ramah lingkungan dengan tipe Honda Brio. Honda merupakan mobil yang diproduksi oleh HPM dan pertama kali diperkenalkan oleh publik Indonesia pada tahun 2013 yang langsung mendapat respon cukup baik. Keputusan HPM mengeluarkan varian Honda Brio merupakan salah satu strategi mereka dalam mengikuti trend pasar yang belakangan ini sedang marak dibicarakan. Semenjak diluncurkan, dalam kurun waktu kurang dari setahun Honda Brio telah berhasil menguasai pangsa pasar di tanah air dan telah menembus angka penjualan lebih dari penjualan sepuluh ribu unit. Berikut ini adalah daftar harga Honda Brio di Dealer Honda SM Amin Pekanbaru:

Tabel I.2 Daftar Harga dan Tipe Mobil Honda Brio Satya Pada Dealer Honda SM Amin di Kota Pekanbaru

Tipe	Harga
Brio Satya S MT	Rp 147.000.000,-
Brio Satya E MT	Rp 152.000.000,-
Brio Satya E AT	Rp 176.800.000,-
Brio Satya RS MT	Rp 186.900.000,-
Brio Satya RS CVT	Rp 201.000.000,-

Sumber: Data tahun 2017 Dealer Honda SM Amin di Kota Pekanbaru

Berdasarkan tabel di atas harga tertinggi adalah Brio Satya RS CVT dan harga terendah adalah Brio Satya S MT. Sedangkan mobil merek honda Jazz dapat dilihat pada tabel 1.3.

Tabel I.3 Daftar Harga dan Tipe Mobil Honda Jazz Pada Dealer Honda SM Amin di Kota Pekanbaru

Tipe	Harga
Jazz S MT	Rp 258.100.000,-
Jazz S AT	Rp 268.100.000,-
Jazz RS MT	Rp 283.100.000,-
Jazz RS AT	Rp 293.100.000,-

Sumber: Data Tahun 2017 Dealer Honda SM Amin di Kota Pekanbaru

Berdasarkan tabel di atas harga tertinggi adalah Jazz RS AT dan harga terendah adalah Jazz S MT. Dari tabel 1.2 dan tabel 1.3 diatas terlihat adanya perbedaan harga antara mobil Honda Brio Satya dan Honda Jazz.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Namun salah satu faktor penting konsumen tertarik untuk melakukan keputusan pembelian adalah jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai

dengan daya beli konsumen, maka pemilihan suatu produk tertentu akan di jatuhkan pada produk tersebut.

Begitu pentingnya penetapan harga, Bilson Simamora (2003:196) menyatakan bahwa pendekatan harga bisa dilakukan dua arah yaitu, pendekatan dari pihak produsen dimana harga tidak boleh lebih rendah dari biaya rata-rata perproduk kalau perusahaan ingin memperoleh keuntungan. Selanjutnya pendekatan dari pihak konsumen dimana pada pendekatan ini harga akan membawa dampak ekonomis dan psikologis dampak ekonomisnya berkaitan dengan daya beli, sebab harga merupakan biaya (*cost*) bagi pembeli semakin tinggi harga, semakin sedikit produk yang bisa mereka beli. Sedangkan dampak psikologis dalam beberapa kondisi harga rendah menggambarkan kualitas yang rendah sedangkan harga tinggi menggambarkan kualitas yang tinggi. Dengan demikian kebijakan terhadap harga merupakan hal yang tidak diragukan lagi sebagai senjata secara khusus dalam sistem perekonomian negara seperti menyempurnakan sumber daya sesuai prioritas yang telah direncanakan sebelumnya.

Mobil murah honda tipe Brio sangat populer di indonesia. Alasan mendasar konsumen memilih kendaraan jenis *city car* yang satu ini tentu saja sangat beralasan, karena harga Mobil Honda Brio yang sangat kompetitif apalagi diproduksi oleh brand ternama yang bermarkas dinegeri sakura yaitu honda motor *company* (HMC). Tak bisa di pungkiri bahwa konsumen di indonesia kini sudah sangat selektif memilih produk yang notabene adalah kendaraan roda empat yang akan mereka gunakan sehari-hari. Oleh karena itu, sebagai salah satu produsen

ternama, Honda mencoba untuk meluncurkan produk yang ditargetkan pada segmen menengah dengan berbagai pilihan tipe serta transmisi yang mana sudah pasti harga yang ditawarkan pun lebih bervariasi. Memang sejauh ini Honda adalah salah satu produsen yang paling gencar menyuarakan keinginan mereka untuk menghadiri produk tersebut, namun pemerintah jelas mengkaji mengingat bisnis otomotif merupakan salah satu sumber devisa yang paling menguntungkan negara.

Dalam beberapa tahun terakhir penjualan mobil tipe city car LCGC begitu pesat. Produsen yang berjibaku bersegmen city car LCGC diantaranya adalah Datsun Go Panca, Toyota Agya, Daihatsu Ayla, Suzuki Karimun dan Ford KA.

Honda Brio sebagai salah satu pendatang baru kategori city car LCGC patut diperhitungkan karena telah menjadi produk terlaris Honda di tahun 2017 sekaligus mencatat peningkatan penjualan dibanding tahun sebelumnya. Penjualan mobil disegmen *low cost green car* (LCGC) dua baris milik Honda ini berhasil melampaui para kompetitor yang bermain disegmen sejenis. Dalam dat Indonesia ini yang dirilis Gabungan industri Kendaran bermotor Indonesia (Gaikindo), penjualan Brio Satya berhasil melampaui si kembar Toyota Agya dan Daihatsu Ayla.

Total keseluruhan penjualan Brio Satya, berjumlah 26.709 unit sampai Agustus tahun 2017. Dalam periode yang sama, penjualan agya berjumlah 22.946 unit dan Ayla 21.382 unit.

Bila dilihat angka penjualan mobil merek Honda pada dealer Honda SM Amin di Kota Pekanbaru tercatat bahwa mobil honda Brio mengalahkan penjualan Honda Jazz. Walaupun kedua mobil tersebut kategori *city car* yang sejenis dengan fitur lebih rendah, namun banyak menarik pengguna mobil. Ini bisa jadi dikarenakan kepemilikan Brio karena harganya yang cukup murah meskipun dengan fitur yang paling rendah dibanding mobil lain. Misalnya dari segi kemampuan mesin yang hanya 1.200CC sampai 1.300 CC dibandingkan dengan Jazz yang 1.500 CC. Surpei membuktikan saat dua mobil sejenis dengan harga berbeda, maka pilihan harga yang lebih murah dapat menarik minta pengguna mobil. Ini terbukti dengan rendahnya penjualan Honda Jazz atas Brio.

Tabel I.4 Jumlah Penjualan Mobil Honda Brio Satya dan Mobil Honda Jazz Pada Dealer Honda SM Amin di Kota Pekanbaru

Bulan	Jumlah Terjual Honda Brio (unit)	Bulan	Jumlah Terjual Honda Jazz (Unit)
Jan-16	12	Jan-16	1
Feb-16	11	Feb-16	3
Mar-16	7	Mar-16	6
Apr-16	5	Apr-16	10
Mei-16	-	Mei-16	9
Jun-16	16	Jun-16	8
Jul-16	18	Jul-16	2
Agust-16	24	Agust-16	7
Sept-16	14	Sept-16	5
Okt-16	14	Okt-16	7
Nov-16	14	Nov-16	3
Des-16	20	Des-16	13
Des-16	20	Des-16	13
Jan-17	9	Jan-17	7
Feb-17	9	Feb-17	2
Mar-17	20	Mar-17	5
Apr-17	17	Apr-17	4
Mei-17	17	Mei-17	5

Bulan	Jumlah Terjual Honda Brio (unit)	Bulan	Jumlah Terjual Honda Jazz (Unit)
Jun-17	23	Jun-17	6
Jul-17	12	Jul-17	1
Ags-17	22	Ags-17	6
Sep-17	24	Sep-17	4
Okt-17	23	Okt-17	2
Nov-17	22	Nov-17	2
Des-17	62	Des-17	15
Jumlah	415 (75,4%)	Jumlah	136 (24,6%)
Jumlah Rata-rata	17	Jumlah Rata-rata	6

Sumber: Data Olahan Penulis, 2017

Dari data di atas dapat dilihat bahwa penjualan Mobil Honda Brio lebih banyak dibandingkan dengan Mobil Honda Jazz. Oleh karena itu penulis ingin meneliti dengan judul: *“Strategi Pemasaran Mobil Merek Honda Brio Satya Studi Pada PT Kerta Jaya Utama-Dealer Honda SM Amin di Kota Pekanbaru.”*

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah dikemukakan di atas maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini. Bagaimanakah Strategi Pemasaran Mobil Merek Honda Brio Satya Studi Pada PT Kerta Jaya Utama-Dealer Honda SM Amin di Kota Pekanbaru.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan Strategi Pemasaran Mobil Merek

Honda Brio Satya Studi Pada PT Kerta Jaya Utama-Dealer Honda SM Amin di Kota Pekanbaru.

2. Kegunaan Penelitian

Sejalan dengan masalah dan kegunaan penelitian yang telah penulis uraikan sebelumnya, maka kegunaan penelitian adalah:

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat mengembangkan ilmu administrasi bisnis khususnya di bidang pemasaran produk.

b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi perusahaan, dan sebagai masukan untuk menentukan langkah-langkah Strategi Pemasaran Mobil Merek Honda Brio Satya Studi Pada PT Kerta Jaya Utama-Dealer Honda SM Amin di Kota Pekanbaru.

c. Kegunaan Akademis

Penelitian ini berguna bagi penelitian lain dengan mempergunakan data dan informasi yang ada dalam hasil penelitian ini.