

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha pada saat ini semakin pesat, hal ini ditandai dengan adanya berbagai macam produk yang ditawarkan oleh banyak produsen di pasar. Dengan perkembangan tersebut maka persaingan semakin meningkat pula di antara perusahaan yang menawarkan produk-produk sejenis untuk memperoleh pangsa pasar yang luas. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk bekerja secara lebih efektif dan efisien. Di samping itu perusahaan juga perlu untuk memperhatikan kebijaksanaan strategi dalam memproduksi dan memasarkan produknya.

Dengan semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi perusahaan akan berlomba-lomba menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologinya guna mendukung setiap produk yang dihasilkan dari perusahaan. Demikian pula perusahaan yang bergerak di bidang otomotif, mereka bersaing dengan pesaing-pesaingnya guna merebut pangsa pasar, dengan teknologi yang maju dapat menciptakan produk-produk yang disukai dan dibutuhkan oleh konsumennya.

Dewasa ini, trend sepeda motor mulai bergeser dengan munculnya teknologi motor dengan transmisi otomatis jenis CVT (*Continuously Variable Transmission*) yaitu transmisi yang digerakkan oleh V-belt dengan sistem pengereman mirip seperti sepeda, teknologi tersebut diperkenalkan pada sepeda motor jenis skubek. Skubek adalah generasi motor yang memberikan kemudahan dalam pengoperasiannya .

sehingga kaum perempuan juga dengan dapat mudah menggunakannya, karena skubek dirancang paling praktis bagi pengendara sepeda motor terutama kaum perempuan. Sampai saat ini di Indonesia telah banyak bermunculan motor dengan system CVT, yang menawarkan keunggulan dan kemudahan dalam pengoperasian.

Salah satunya adalah produsen motor Yamaha yang memperkenalkan produk motor Yamaha Nouvo yang mereka klaim mempunyai keunggulan dibandingkan dengan pesaingnya antara lain memiliki teknologi motor transmisi otomatis, ruang bagasi dibawah jok dengan kapasitas yang besar, jaminan kualitas yang menjanjikan, lampu multi reflektor, pelayanan purna jual, kemudahan dalam memperoleh suku cadangnya, dan sebagainya.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang otomotif, maka mereka mencoba menguasai pangsa pasar dengan menggunakan beberapa strategi pemasaran. Strategi pemasaran merupakan suatu logika pemasaran yang mengharapkan unit-unit bisnisnya dapat mencapai sasaran pemasarannya. Strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan, buaran pemasaran dan alokasi pemasaran dalam hubungannya dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dalam kondisi persaingan. Dengan demikian perlu adanya rancangan strategi pemasaran unggul dengan mempertimbangkan strategi bersaing.

Dengan memperkenalkan produk teknologi sepeda motor dengan teknologi motor dengan transmisi otomatis. Produsen sepeda motor Yamaha mencoba meningkatkan angka penjualan dan mencoba menguasai pangsa pasar dengan menciptakan produk-produk yang disukai dan dibutuhkan konsumen, meskipun di

masa sekarang penuh dengan tantangan, persaingan, ancaman, dan peluang. Untuk membaca dan memprediksikan itu semua diperlukan sebuah langkah-langkah yang cerdas dan berani untuk menerapkan strategi pemasaran demi mencapai sasaran pemasarannya.

Atas dasar gambaran yang telah dikemukakan di atas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul: **“ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP SEPEDA MOTOR YAMAHA NOUVO DI KOTA YOGYAKARTA”**.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Yang menjadi permasalahan disini adalah:

- 1.2.1 Bagaimana sikap konsumen terhadap sepeda motor merek Yamaha type skubek Nouvo?
- 1.2.2 Apakah terdapat perbedaan sikap konsumen berdasarkan karakteristik konsumen terhadap sepeda motor merek Yamaha type skubek Nouvo?
- 1.2.3 Bagaimana strategi pemasaran perusahaan untuk menguasai pangsa pasar dengan diciptakannya sepeda motor otomatis merek Yamaha type skubek Nouvo?

1.3 Batasan Masalah dan Asumsi

- 1.3.1 Jenis produk yang diobservasikan terbatas pada type Skubek Nouvo.
- 1.3.2 Atribut produk sepeda motor yang diteliti adalah harga purna jual, kualitas, desain, suku cadang, dan praktis.
- 1.3.3 Penelitian dilakukan terhadap konsumen yang memiliki karakteristik jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan dan pekerjaan.

1.4 Tujuan Penelitian

- 1.4.1 Untuk mengetahui sikap konsumen terhadap sepeda motor merek Yamaha type skubek Nouvo.
- 1.4.2 Untuk mengetahui apakah ada perbedaan sikap para konsumen berdasarkan karakteristik konsumen.
- 1.4.3 Untuk mengetahui strategi pemasaran perusahaan untuk menguasai pangsa pasar dengan diciptakannya sepeda motor otomatis merek Yamaha type skubek Nouvo.

1.5 Manfaat Penelitian

- 1.5.1 Bagi peneliti, hasil penelitian diharapkan dapat menambah khasanah dan wawasan tentang ilmu pemasaran khususnya mengenai perilaku konsumen.
- 1.5.2 Bagi perusahaan hasil penelitian ini bisa dijadikan pertimbangan dalam mengeluarkan kebijakan dalam mengeluarkan produk agar diterima oleh masyarakat sesuai dengan keinginan konsumen.
- 1.5.3 Bagi pihak lain, sebagai bahan informasi dan rujukan dalam usaha untuk menyelesaikan tugas penelitian yang memiliki kaitan dan ruang lingkup yang sama.

