

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan yang terjadi di antara perusahaan-perusahaan untuk menciptakan produk yang berkualitas yang tentunya sesuai dengan keinginan para konsumen pada saat ini semakin meningkat tidak hanya pada perusahaan-perusahaan besar tetapi juga dihadapi oleh perusahaan-perusahaan menengah dan kecil. Setiap perusahaan apabila menginginkan perusahaannya tetap menjadi yang terbaik, seluruh organisasi yang berada di setiap lini perusahaan harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumennya serta terus melakukan perbaikan untuk tetap menjaga kualitas produk dan juga kepuasan konsumen, karena salah satu kunci untuk menjaga tetap eksis adalah dengan memperhatikan kualitas. Hal ini dilakukan karena adanya kenyataan bahwa konsumen yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikembangkannya akan mencari penyedia barang atau jasa dari perusahaan lain yang mampu menciptakan kebutuhannya, di mana saat ini penyedia barang yang lain sudah banyak karena ilmu pengetahuan dan teknologi sudah berkembang.

Sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin canggih saat ini, maka perdagangan juga semakin maju. Disisi lain pertumbuhan penduduk yang cukup tinggi, sehingga pasar yang baik bagi pengusaha barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen semakin

bertambah, baik dalam jumlah maupun jenisnya, sehingga para pengusaha akan saling berlomba-lomba untuk menghasilkan barang dan jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen tersebut. Hal ini akan memberikan kesempatan lebih banyak konsumen untuk menetapkan pilihannya terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen. Kondisi semacam ini menyebabkan terciptanya persaingan yang semakin ketat diantara para produsen, terutama bagi produsen yang menghasilkan produk yang sejenis dalam usaha merebut dan menguasai pasar. Dengan adanya persaingan tersebut, maka perusahaan harus menetapkan kebijaksanaan dalam mencapai sasaran target penjualan yang ditetapkan perusahaan, sehingga dapat menimbulkan *diferensiasi* kepuasan bagi pelanggannya.

Perbedaan kepuasan pelanggan yang dalam penelitian ini adalah Sepeda Motor *Sport* Kawasaki Ninja 250 R dan Honda CBR 250 R merupakan topik yang hangat dibicarakan pada tingkat internasional/global, nasional, industri dan perusahaan. Perbedaan kepuasan pelanggan yang dalam penelitian ini adalah Sepeda Motor *Sport* Kawasaki Ninja 250 R dan Honda CBR 250 R ditentukan oleh kualitas barang/jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan, yang ada saat ini khususnya dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan.

Kualitas barang atau jasa semata-mata ditentukan oleh konsumen, sehingga kepuasan konsumen hanya dapat dicapai dengan memberikan kualitas yang baik. Mempunyai konsumen yang puas merupakan hal yang penting bagi setiap industri karena karakteristik "*high-contact service*" serta

tingkat kompetisi yang tinggi pada industri ini. Konsumen yang merasa puas dapat mendorong adanya pembelian ulang atau publisitas (Genderosa dan Olsson dalam Suhartanto, 2001) yang pada akhirnya dapat membuat konsumen menjadi setia (loyal). Oleh karenanya setiap perusahaan harus berfokus pada kepuasan konsumen dan menghindari konsumen yang tidak puas (Jones dan Loannou dalam Suhartanto, 2001). Hal ini dikarenakan konsumen saat ini memiliki gaya hidup yang lebih dinamis.

Konsumen sepeda motor *sport* di Yogyakarta adalah mereka yang memiliki gaya hidup seperti menyukai motor balap, menginginkan tantangan kecepatan pada saat berkendara, berorientasi pada penampilan dan gaya serta menyukai produk berkualitas internasional yang dibuat dengan kecanggihan teknologi (*high tech*). Sepeda motor *sport* dapat mencirikan seseorang yang berkepribadian pria sejati (maskulin) dan memilih sepeda motor *sport* sebagai sarana pilihan berkendara dalam ajang memamerkan kejantanan. Selain itu sepeda motor *sport* menandakan seseorang yang berjiwa *sporty* (*sportif*), ingin selalu tampak muda (berjiwa muda), dan senang mengikuti tren (dinamis).

Bahwa persaingan ketat motor *sport* di Indonesia sekarang ini memperlihatkan suatu fenomena yang sangat menarik. Persaingan terutama antara motor *sport* Kawasaki dan motor *sport* Honda. Saat ini, PT Kawasaki Motor Indonesia (KMI) untuk penjualan motor *sport* Kawasaki Ninja 250 R memiliki kapasitas penjualan sekitar 8.400 unit per tahun, sedangkan PT Astra Honda Motor (AHM) untuk penjualan motor *sport* Honda CBR 250 R

memiliki kapasitas penjualan sekitar 4000 unit per tahun. Honda CBR250R menggunakan mesin 249 cc liquid cooled 4-tak DOHC single cylinder berkode CS250RE dengan kompresi rasio 10,7:1. Ini berbeda dengan Ninja yang punya jeroan 248 cc 4-tak 2 cylinder *liquid cooled* yang memiliki kompresi rasio 11,6:1. Honda telah menerapkan teknologi Program Fuel Injection System (PGM-FI) pada sepeda motor *sport* ini. Akselerasi bisa lebih cepat diperoleh, apalagi kompresinya mencapai 10,7. Untuk bahan bakar disuplai sistem bahan bakar PGM-FI. CBR250R memiliki body ramping dengan spesifikasinya 2.035 mm x 720 mm x 1.125 mm. Bobotnya pun hanya 165 kg (CBR 250R ABS). Sumbu roda 1.370 mm dan jarak ke tanah 145 mm. Caster angle yang disiapkan 250 dengan suspensi depan teleskopik berdiameter 37 mm.

Penjualan sepeda motor *sport* di Indonesia pada saat ini dimonopoli oleh dua produsen yaitu PT Kawasaki Motor Indonesia (KMI) dan PT Astra Honda Motor (AHM). Kedua merek tersebut hampir menguasai pasar motor *sport* di Indonesia. Kawasaki sebagai kompetitor sudah semakin berhasil mengambil hati konsumen. Salah satu pendekatan yang dilakukan Kawasaki adalah dengan mengutamakan atau menyentuh *need* dan *wants* konsumen.

Gebrakan Kawasaki di pasar otomotif roda dua terus berlanjut. Sejak peluncurannya pada tahun 2008 lalu motor *sport* Kawasaki Ninja 250 R mendapatkan respon positif oleh dunia, respon ini menjadikan motor *sport* Kawasaki Ninja 250 R sebagai model terbaik Kawasaki. Motor *sport* unggulan Kawasaki itu punya empat pilihan warna yakni Line Green, Ebony,

Pearl Stardust White dan Passion Red. Warna pada motor *sport* Kawasaki ini untuk memenuhi permintaan konsumen yang menginginkan warna yang membuat motor *sport* Kawasaki Ninja 250 R tampil lebih gagah dan jantan. Pada saat PT Kawasaki Motor Indonesia (KMI) mengumumkan secara resmi peluncuran All New Ninja 250 R Injection. Hadirnya All New Ninja 250 R membawa penyegaran baru genre motor *sport* sejati kelas premium. Penampilannya semakin stylish dan futuristik dengan model bodi dan fairing lebih aerodinamis. Pada Ninja 250 R ini banyak fitur canggih yang diaplikasikan. Seperti desain speedometer digital dengan kombinasi rpm analog dipadu lebih informative dan *sporty*. Desainnya menjadi trend yang diadopsi dari kasta tertinggi Ninja ZX-10R. Bahkan terasa pada nuansa bodi dan fairingnya samping dipadu tiga lubang air intake kental nuansa *sporty*. Ninja 250 R injeksi juga memiliki varian high-end dengan aplikasi Rem ABS alias Anti Lock Braking System. Sistem pengereman ini murni ABS yang diaplikasi dari Ninja ZX-1400F, dijamin kenyamanan berkendara selama perjalanan tetap aman dan nyaman sekalipun dihadang cuaca buruk.

Di luar penampilan, All New Ninja 250 R menggunakan mesin 4 tak, DOHC, 8 katup, dua silinder sejajar berpendingin air dengan kapasitas 249 CC. Ditambah dengan sistem transmisi enam percepatan manual, mesin tersebut sanggup melontarkan tenaga hingga 32 PS pada putaran 11.000 rpm dengan torsi puncak 21.0 Nm pada 10.000 rpm. Ada dua pilihan warna untuk All New Kawasaki Ninja 250 R yakni Line Green/Ebony dan Passion Red/Stardust White. Untuk harga All New Kawasaki Ninja 250 R ditawarkan

dalam dua varian. Model pertama, standart non-ABS seharga Rp 49.900.000, sedangkan versi kedua special edition+ABS model seharga Rp 56.900.000. Cara pembayaran dalam pembelian sepeda motor Kawasaki ninja dapat dilakukan dengan sistem pembayaran *cash* atau kredit. Adapun syarat pembelian sepeda motor Kawasaki secara kredit adalah foto kopi KTP pemohon, foto kopi kartu keluarga, foto kopi rekening listrik dan foto kopi slip gaji. Pembayaran angsuran kredit dapat melalui, Bank Central Asia, Pos Indonesia atau dikantor cabang terdekat. Waktu pembayaran untuk sistem pembayaran kredit sesuai uang muka kredit sepeda motor, dapat di bayarkan dalam waktu 12 bulan, 24 bulan, 36 bulan, dan 48 bulan sesuai pendapatan konsumen masing-masing.

All New Ninja 250 R dilengkapi sistem pembakaran lebih sempurna *FI-System (Fuel Injection System)*. Perbedaan mesin injeksi dibandingkan dengan versi karbulator memiliki keunggulan tenaga yang konstan di setiap putaran, sedangkan *fuel injection* ini mengatur penggunaan bahan bakar yang ideal di segala kondisi. Dimana efisiensi penggunaan bahan bakar menjadi lebih baik dengan menghasilkan daya yang maksimal. Dipastikan langkah besar Kawasaki ini akan mendapatkan respon positif dari konsumen yang selama ini ingin membeli motor *sport* Kawasaki Ninja 250 R namun terbentur indent. Motor *sport* Kawasaki ini ditujukan untuk konsumen lelaki yang bagi mereka motor bukan hanya sarana transportasi, tetapi juga untuk gaya dan sosialisasi.

Alasan penulis melakukan penelitian perbedaan tingkat kepuasan Produk Sepeda Motor *Sport* Kawasaki Ninja 250 R dan Honda CBR 250 R yaitu

kedua produk ini sama-sama memiliki cc mesin yang sama, tetapi berdasarkan pengamatan dan survei peneliti ke beberapa pengguna Sepeda Motor *Sport* Kawasaki Ninja 250 R dan Honda CBR 250 R diketahui kedua motor *sport* ini memiliki kelebihan, keunggulan yang berbeda baik dari segi manfaat, kesesuaian dengan kebutuhan, dan kepuasan atas produk, disamping harganya berbeda, di mana Kawasaki Ninja 250 sedikit lebih mahal dibandingkam dengan Honda CBR 250 R. Sehingga penulis tertarik membuktikan apakah kepuasan konsumen produk Sepeda Motor *Sport* Kawasaki Ninja 250 R dan Honda CBR 250 R ini berbeda signifikan.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul “**Komparasi Kepuasan Konsumen Sepeda Motor *Sport* Kawasaki Ninja 250 R dan Honda CBR 250 R di Kota Yogyakarta**”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Seberapa besarkah kepuasan konsumen produk Sepeda Motor *Sport* Kawasaki Ninja 250 R dan Honda CBR 250 R?
2. Apakah terdapat perbedaan kepuasan konsumen produk Sepeda Motor *Sport* Kawasaki Ninja 250 R dan Honda CBR 250 R?
3. Apakah terdapat perbedaan kepuasan konsumen Produk Sepeda Motor *Sport* Kawasaki Ninja 250 R dan Honda CBR 250 R berdasarkan karakteristik usia konsumen?

4. Apakah terdapat perbedaan kepuasan konsumen Produk Sepeda Motor *Sport* Kawasaki Ninja 250 R dan Honda CBR 250 R berdasarkan karakteristik uang saku konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis kepuasan konsumen Produk Sepeda Motor *Sport* Kawasaki Ninja 250 R dan Honda CBR 250 R.
2. Untuk menganalisis perbedaan kepuasan konsumen Produk Sepeda Motor *Sport* Kawasaki Ninja 250 R dan Honda CBR 250 R.
3. Untuk menganalisis perbedaan kepuasan konsumen Produk Sepeda Motor *Sport* Kawasaki Ninja 250 R dan Honda CBR 250 R berdasarkan karakteristik usia konsumen
4. Untuk menganalisis perbedaan kepuasan konsumen Produk Sepeda Motor *Sport* Kawasaki Ninja 250 R dan Honda CBR 250 R berdasarkan karakteristik uang saku konsumen.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Dengan mengetahui tingkat kepuasan, hal ini dapat dijadikan acuan dalam memilih dan melaksanakan strategi pemasaran yang cocok agar dapat meningkatkan mutu pelayanan kepada konsumen dan daya saingnya.

2. Bagi peneliti

Peneliti berharap dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama kuliah terhadap permasalahan yang terjadi di lapangan dan juga sebagai prasyarat akademik untuk kelulusan Strata I (SI).

3. Bagi pihak lain

Peneliti berharap penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan dapat dijadikan gambaran atau bahan perbandingan bagi penelitian yang mempunyai masalah yang sama dengan penulis.