

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi, persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik dipasar nasional maupun internasional. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing juga menuntut setiap perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan para pesaing (*competitor*).

Saat ini tuntutan konsumen selalu meningkat dan berkembang sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan informasi yang mengakibatkan cepatnya perubahan selera konsumen terhadap suatu produk. Semakin kompleks kebutuhan konsumen terhadap produk, maka semakin banyak jenis produk yang diperlukan untuk memenuhi segmentasi pasar sehingga tingkat persaingan di pasaran terus meningkat.

Era globalisasi telah memberikan pengaruh yang besar terhadap laju pertumbuhan ekonomi dunia, termasuk perekonomian Indonesia. Industri otomotif ialah salah satu faktor penggerak dalam pertumbuhan perkonomian di Indonesia. Industri otomotif saat ini tengah dihadapkan pada sebuah tantangan yang serius yaitu berupa tingkat persaingan yang semakin kompetitif. Terlebih dengan adanya era globalisasi seperti saat ini, persaingan bisnis di industri otomotif menjadi sangat tajam baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional atau global. Industri otomotif dapat digolongkan menjadi beberapa jenis, diantaranya adalah industri sepeda motor dan industri mobil. Meningkatnya mobilitas masyarakat pada saat ini dan didukung dengan kurang representatifnya transportasi umum di Indonesia membuat industri otomotif mobil maupun sepeda motor berkembang dengan pesat. Pemerintah dianggap tidak mampu untuk memberikan pelayanan transportasi yang baik kepada

masyarakat. Hal ini menjadikan masyarakat memiliki keinginan yang tinggi untuk menggunakan kendaraan pribadi baik kendaraan roda dua maupun roda empat, hal tersebut menjadi salah satu alasan industri ini mengalami pertumbuhan yang pesat. Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan transportasi mendorong industri-industri otomotif semakin bersaing dalam memasarkan produk mereka khususnya di Indonesia. Industri otomotif di Indonesia dibagi menjadi 2 macam yaitu industri mobil dan industri sepeda motor.

Tabel 1.1 Jumlah Penjualan Domestik dan Ekspor Sepeda Motor Indonesia

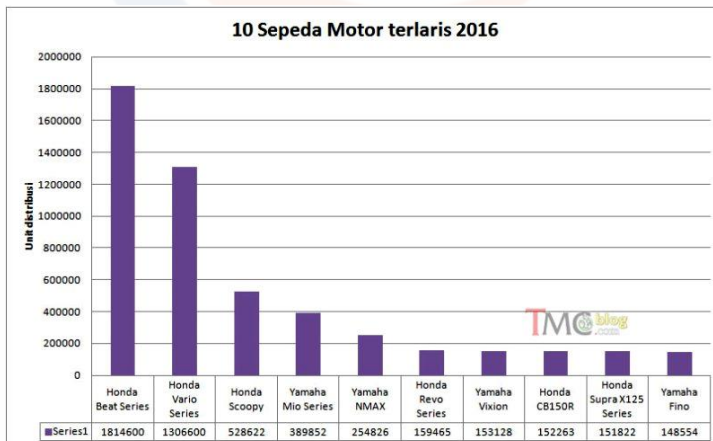
Tahun	Domestik	Ekspor
2006	4.428.274	42.448
2007	4.688.263	25.632
2008	6.215.830	64.971
2009	5.851.962	29.815
2010	7.369.249	29.395
2011	8.012.540	30.995
2012	7.064.457	77.129
2013	7.743.879	27.135
2014	7.867.195	41.746
2015	6.475.155	228.229
2016	5.931.585	284.065

(Sumber : Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia, tahun 2016)

Tabel 1.1 menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun untuk perkembangan industri sepeda motor di Indonesia. Sempat terjadi penurunan penjualan industri sepeda motor pada tahun 2009 dikarenakan dampak krisis ekonomi global yang mengakibatkan harga sepeda motor naik dari harga sebelumnya. Setelah perekonomian Indonesia membaik, permintaan sepeda motor kembali meningkat. Berulang kembali pada tahun 2015 mengalami penurunan penjualan. Hal inilah yang mendorong semua produsen otomotif khususnya sepeda motor untuk selalu memberikan inovasi untuk memenuhi permintaan akan produk sepeda motor yang diprediksi oleh AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia) akan meningkat pada tahun akhir 2017. Peningkatan pada industri sepeda motor dikarenakan sepeda motor merupakan kendaraan yang terjangkau oleh masyarakat di semua kalangan.

Selain harganya yang terjangkau, kelebihan dari sepeda motor adalah perawatannya yang murah dibandingkan dengan mobil, sehingga permintaannya pun terus meningkat dari tahun ke tahun. Kelebihan tersebut yang dijadikan kesempatan perusahaan-perusahaan sepeda motor untuk meraih peluang bisnis yang besar dalam pasar sepeda motor. Perusahaan Industri otomotif nasional khususnya sepeda motor yang ada di Indonesia dan terdaftar pada Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia (AISI) diantaranya Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, TVS, Kanzen dan Kymco. Jenis sepeda motor ataupun tipe yang di produksi di Indonesia pada dasarnya terbagi menjadi 3 tipe yaitu Motor Bebek, Motor *Skutik* atau Matic otomatis, dan Motor *Sport*. Selama ini menurut Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia (AISI), hanya Honda yang mampu menjadi *market leader* di industri sepeda motor di Indonesia. Tetapi beberapa periode yang lalu, Honda mendapatkan pesaing yang kuat yaitu Yamaha dan Suzuki. Namun hingga saat ini hanya Yamaha yang mampu meningkatkan penjualan produknya dari tahun ke tahun dan menjadikan Yamaha sebagai ancaman yang serius bagi Honda.

Tabel 1.2 10 Besar Brand Terlaris Sepeda Motor Indonesia Tahun 2016



(Sumber : Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia, tahun 2016)

Industri otomotif khususnya sepeda motor pada saat ini terjadi persaingan yang sangat ketat. Berbagai produsen sepeda motor muncul dan berkembang dengan bermacam-macam keunggulan produk yang ditawarkan. Inovasi yang dilakukan pun sangat inovatif khususnya bagi sepeda motor matic. Beberapa produsen dalam industri sepeda motor matic di Indonesia ialah Honda, Yamaha, dan Suzuki. Sebagai *market leader* dalam industri otomotif khususnya sepeda motor, Honda mendapatkan tekanan oleh kompetitornya yaitu Yamaha dan Suzuki. Hal itu ditunjukkan dengan penurunan *market share* sepeda motor matic Honda. Selain itu tingkat kepuasan konsumen terhadap produk sepeda motor matic saat ini terus menunjukkan persaingan. Produsen sepeda motor matic terus memberikan inovasi pada setiap produknya agar dapat memenuhi kepuasan konsumen dan menguasai pasar pada industri sepeda motor matic saat ini. Ditambah dengan semakin mudahnya masyarakat memiliki sepeda motor dengan sistem kredit. Sebagai upaya untuk meningkatkan nilai *brand loyalty* produknya, produsen pada industri sepeda motor matic dalam hal ini Honda, Yamaha dan Suzuki berupaya untuk terus melakukan berbagai strategi pemasaran.

Sejalan dengan perkembangan industri otomotif khususnya sepeda motor di Indonesia, industri Ban juga terdampak positif dengan perkembangan tersebut. Karena Ban (*tire*) adalah produk komponen utama pada sepeda motor yaitu bagian Roda. Semakin bergairahnya industri otomotif saat ini, maka bergairah pula industri ban yang berarti pula meningkatnya permintaan ban. Melihat trend pasar dimana penjualan sepeda motor terbesar pada tahun 2016 didominasi oleh Motor *Skutik* atau Matic otomatis terlihat pada **Tabel 1.2**. Dengan dominasi motor Matic tersebut mendorong produsen Ban untuk berlomba-lomba bersaing merebut pasar yang sangat besar tersebut. Sehingga banyak bermunculan merk-merk Ban baru yang mengakibatkan persaingan kualitas maupun harga di pasaran yang semakin ketat.

Pengembangan produk yang sesuai keinginan konsumen merupakan salah satu upaya untuk memenuhi keinginan pasar sehingga bisa memberikan produk yang terbaik kepada konsumen untuk dapat bertahan di dunia bisnis. Metode *Quality Function Deployment* (QFD) merupakan salah satu metode yang bertujuan untuk merencanakan dan mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat dirumuskan pokok permasalahan dari penelitian yang dilakukan yaitu :

Bagaimana membuat desain ban motor yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan utama penelitian ini adalah agar dapat mendesain sebuah produk ban motor yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dapat ditentukan beberapa tujuan yang hendak dicapai sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen (*customer needs*) terhadap produk ban motor.
2. Mengidentifikasi karakteristik teknis yang bisa diberikan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.
3. Mengusulkan rancangan ban motor konsep solusi sesuai harapan konsumen.

1.4. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan sehingga dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut ;

1. Produk yang dianalisis adalah ban motor tipe *tubeless* ukuran R14

2. Penelitian tidak membahas masalah keuangan
3. Aplikasi metode QFD dibatasi hanya pada Tahap Perencanaan Produk (*Product Planning*) dalam bentuk *House of Quality* (HOQ) dan tahap Perencanaan Desain (*Design Planning*).
4. Data atribut produk yang dipakai adalah data yang sudah dihimpun dari Departemen Sales dan Marketing yang telah didefinisikan dalam *Voice of Customer* (VOC).

1.5 Manfaat Penelitian

Sedangkan manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi akademik, memberikan arahan dan tambahan referensi untuk keperluan studi dan penelitian selanjutnya mengenai topik permasalahan yang sama.
2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk mendesain produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga mampu memenangkan persaingan.
3. Bagi penulis, untuk meningkatkan pengetahuan dan *skill* sehingga dapat mengaplikasikannya pada perusahaan.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai urutan atau struktur tugas akhir ini, penulis membagi pembahasan tersebut menjadi enam bab sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang teori desain, pengetahuan desain ban motor, pengembangan produk, teori *Quality Function Deployment (QFD)*, dan *benchmarking* yang menjadi landasan teori untuk mendukung tema penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan kerangka pemecahan masalah yang mengemukakan tentang kerangka berpikir, metode pengumpulan data, metode pengolahan data dan metode analisis data.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini memuat data umum perusahaan, pengumpulan data, serta pengolahan data yang akan digunakan untuk melakukan analisis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian.

BAB V ANALISIS PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil pokok yang diperoleh dari penjabaran hasil penelitian dan pembahasan, serta analisis sehingga diperoleh hasil penyelesaian masalah.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan yang ditarik dari penelitian yang sudah dilakukan, memberikan saran kepada perusahaan, akademis dan mahasiswa.