

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Perkembangan dunia otomotif saat ini mulai berkembang pesat. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan sebuah sarana yang benar-benar mampu untuk memenuhi kebutuhan manusia, berbagai sarana transportasi diciptakan untuk dapat memberikan manfaat bagi manusia seperti mempermudah manusia untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Transportasi sebagai sebuah sarana yang sangat penting dalam melakukan aktivitas atau mobilitas manusia setiap harinya harus dipersiapkan dengan baik secara individual maupun berkelompok untuk mencapai sasaran dan tujuannya. Berbagai macam transportasi yang diproduksi agar dapat mempermudah manusia misalnya mobil, bus, sepeda motor dan lainnya merupakan bentuk nyata terhadap kebutuhan sebuah sarana transportasi. Hal inilah yang mendorong suatu perusahaan selalu melakukan inovasi terhadap transportasi yang diciptakan.

Pada dunia persaingan seperti sekarang, setiap perusahaan selalu berupaya untuk memberikan inovasi baru dan memberikan nilai lebih serta kualitas produk terbaik terhadap transportasi yang mereka ciptakan untuk memuaskan konsumen. Salah satu jenis transportasi yang saat ini menjadi pilihan konsumen adalah sepeda motor. Sepeda motor menjadi andalan utama dan paling terjangkau oleh mayoritas masyarakat Indonesia. Banyak orang lebih suka mengendarai sepeda motor karena selain cepat dan dapat menghindari kemacetan, juga bersifat ekonomis, praktis, dan juga mudah dalam pengoperasian.

Di Indonesia, terdapat beberapa jenis kategori sepeda motor yaitu diantaranya motor matik, bebek, dan juga sport. Salah satunya yang saat ini ramai di pasaran adalah sepeda motor jenis skuter otomatis (matik). Banyak masyarakat memilih untuk menggunakan motor matik karena penggunaannya yang lebih mudah, nyaman dan praktis. Walaupun pada awalnya jenis motor ini ditujukan untuk wanita, karena dilihat dari desainnya yang simple dan praktis, namun ternyata seiring perjalanan dan perkembangannya motor matik juga menarik

minat kalangan pria. Popularitas motor matik semakin tinggi dan penjualan motor matik ini terus mengalami peningkatan dari tahun ketahun. Pada hasil penjualan tahun 2017 tercatat dari total 5.886.103 Unit sepeda motor terjual, motor matik mendominasi dengan penjualan fantastik mencapai 4.848.540 unit dan selebihnya adalah motor sport dan motor bebek. (AISI, 2017). Hal ini menunjukkan bahwa sepeda motor jenis matik berhasil menguasai pasar dibandingkan jenis motor lainnya.

Salah satu produsen yang memproduksi sepeda motor matik di Indonesia adalah PT Astra Honda Motor. PT Astra Honda Motor (AHM) adalah perusahaan yang bergerak di bidang otomotif yaitu sepeda motor. Penjualan sepeda motor Honda mengalami peningkatan setiap tahun di seluruh wilayah Indonesia, termasuk wilayah Sumatera Selatan. Akhir tahun 2017, PT Astra Honda Motor Sumatera Selatan mencatat pertumbuhan positif penjualan motor Honda dengan kenaikan sebesar 70,5 % atau naik sebesar 4,5 % dibandingkan pangsa pasar Honda tahun 2016 yang berada di angka 66 %. Salah satu produknya yaitu produk sepeda motor matik memberikan kontribusi terhadap penjualan sepeda motor Honda sebesar 74,2 % dengan total penjualan sebesar 35.844 unit pada tahun 2017. (m.wartaekonomi.co.id, 2017).

Berbagai macam kalangan masyarakat menggunakan sepeda motor jenis matik, dimulai dari kalangan mahasiswa, karyawan, pengusaha, dan bahkan ibu rumah tangga. Salah satu kalangan pengguna atau pembeli sepeda motor matik adalah mahasiswa. Seperti mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya, khususnya pada jurusan Administrasi Bisnis.

Berdasarkan survei yang telah penulis lakukan terdapat total 218 pengguna sepeda motor matik Honda pada jurusan Administrasi Bisnis. Banyaknya pengguna sepeda motor matik Honda di Jurusan Administrasi Bisnis dapat memicu timbulnya berbagai persepsi terhadap kualitas produk motor matik Honda. Setiap pengguna sepeda motor matik Honda tentunya memiliki persepsi yang berbeda-beda satu sama lain. Dengan persepsi kita dapat mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi kelebihan dan kekurangan terkait kualitas produk yang dimiliki sepeda motor matik Honda. Persepsi terhadap kualitas produk

mencerminkan perasaan konsumen yang secara menyeluruh mengenai suatu produk. Kualitas produk adalah karakter yang dimiliki sebuah produk yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kotler dan Armstrong (2014:253). Kualitas produk yang baik akan menimbulkan persepsi yang baik begitupun sebaliknya.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian kepada mahasiswa pengguna sepeda motor matik Honda dengan menyusun laporan akhir yang berjudul **“Persepsi Mahasiswa Terhadap Kualitas Produk Sepeda Motor Matik Honda (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya).**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana persepsi Mahasiswa terhadap kualitas produk sepeda motor matik Honda?
2. Dimensi mana pada kualitas produk sepeda motor matik Honda yang paling dominan?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Penulisan Laporan Akhir ini agar terarah dan tidak menyimpang dari masalah-masalah yang ada, maka penulis membatasi pembahasan yaitu persepsi mahasiswa terhadap kualitas produk sepeda motor matik Honda di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dan manfaat dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap kualitas produk sepeda motor matik Honda pada mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

- b. Untuk mengetahui dimensi mana pada kualitas produk yang paling dominan.

1.4.2 Manfaat Penelitian

- a. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan pemahaman bagi penulis mengenai pemasaran. Serta sebagai pembelajaran bagi penulis dalam menerapkan teori-teori yang di dapat.

- b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang positif dan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam menghasilkan produk yang lebih berkualitas lagi selanjutnya.

- c. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan bacaan yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembacanya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain untuk melakukan dan mengembangkan penelitian lebih luas terhadap masalah ini.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian ini, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian yaitu pada pembahasan terkait persepsi mahasiswa terhadap kualitas produk sepeda motor matik Honda yang ditujukan kepada PT Astra Honda Motor Palembang yang beralamat di Jl. Jenderal Ahmad Yani No. 99, 14 Ulu, Seberang Ulu II Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

- a. Data Primer

Menurut Yusi dan Idris (2016:109), data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Data primer yang

diperoleh penelitian ini adalah hasil kuisisioner yang diberikan kepada mahasiswa pengguna sepeda motor matik merek Honda jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

b. Data Sekunder

Menurut Yusi dan Idris (2016:109), data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder ini digunakan oleh peneliti untuk proses lebih lanjut, misalnya sejarah singkat perusahaan, tujuan, logo, visi dan misi dan data lainnya yang relevan. Data sekunder dalam laporan ini peneliti dapatkan dari website resmi PT. Astra Honda Motor (AHM). Selain itu penulis juga mendapatkan dari berbagai macam referensi seperti jurnal, buku dan penelitian pihak lain yang telah di publikasikan yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Untuk mengetahui persepsi kualitas produk sepeda motor matik Honda pada mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis maka penulis menggunakan metode, antara lain:

1. Riset Lapangan

a. Survei Awal

Penulis melakukan survei dengan cara mendata mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis pengguna sepeda motor matik Honda.

b. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2016:230), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan memberikan daftar

pertanyaan kepada mahasiswa pengguna sepeda motor Honda matik Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Kuesioner yang diberikan kepada responden menggunakan skala Likert dengan menggunakan bentuk skala tertutup, dimana responden tidak mempunyai kesempatan lain dalam memberikan jawaban selain jawaban yang telah disediakan di dalam daftar pertanyaan.

2. Riset Kepustakaan

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dengan cara mempelajari dan mengumpulkan data dari buku-buku untuk mendapatkan keterangan teoritis sebagai bahan masukan penelitian yang terdapat pada objek yang diteliti tentang persepsi mahasiswa pengguna produk sepeda motor matik Honda.

1.5.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2016:148), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini yang menjadi objek populasi adalah mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang menggunakan sepeda motor matik Honda. Berdasarkan survei yang penulis lakukan diketahui terdapat 218 mahasiswa yang menggunakan sepeda motor matik Honda.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2016:149). Sampel

dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan sepeda motor matik merek Honda sebanyak (218) mahasiswa.

Dalam hal ini sampel ditentukan untuk mengurangi biaya yang besar dan juga waktu yang lama.

Dalam penelitian ini sampel yang diambil menggunakan rumus *slovin*, yaitu

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{218}{1 + 218(0.05)^2}$$

$$n = 141.10$$

$$= 141 \text{ Sampel}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi yaitu pengguna produk Honda Matik

E = Taraf kesalahan (5%)

c. Teknik Sampel

Pada penelitian ini, penulis menentukan sampel dengan menggunakan teknik *Probability* dengan jenis *Disproportionate Stratified Random Sampling*. Menurut Sugiyono (2016:153), *Disproportionate Stratified Random Sampling* ialah teknik yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel, bila populasi berstrata tetapi kurang proporsional.

Tabel 1.1
Sampel Pengguna Sepeda Motor Matik Honda

Program Studi	Semester	Σ	n
DII Administrasi Bisnis	II	41	27
	IV	33	21
	VI	59	38
DIV Usaha Perjalanan Wisata	II	14	9
	IV	17	11
	VI	13	8
DIV Manajemen Bisnis	II	11	7
	IV	15	10
	VI	15	10
Σ		218	141

Sumber: Diolah dari data primer, 2018

1.5.5 Analisa Data

a. Metode kualitatif

Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Yusi dan Idris (2016:108). Dalam penelitian ini teknik analisis kualitatif digunakan untuk menjelaskan data-data yang diperoleh dari penelitian dan menghubungkannya dengan teori-teori yang ada dan yang berhubungan dengan masalah dari penelitian ini.

b. Metode kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam skala numerik. Yusi dan Idris (2016:108). Penulis menggunakan analisis data kuantitatif (angka/hitungan) sebagai bahan dasar untuk menghitung jumlah jawaban responden terhadap kuisisioner yang diberikan. Metode analisis ini menggunakan rumus persentase. Menurut Yusi dan Idris (2016:83), rumus persentase dan kriteria interpretasi skor adalah sebagai berikut:

$$IS = \frac{\text{Total Skor Penelitian}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Keterangan:

IS : Interpretasi Skor

Total Skor Penelitian: Jawaban Responden butir pertanyaan (1-5)

Skor Ideal : Skala nilai tertinggi x Jumlah responden
 $= 5 \times 141$
 $= 705$

Hasil perhitungan persentase jawaban responden tersebut kemudian akan diinterpretasikan berdasarkan kriteria interpretasi skor/angka yang telah ditentukan seperti dalam tabel berikut:

Tabel 1.2
Dasar Interpretasi Skor Item dalam Variabel Penelitian

Skor Angka	Interpretasi
0% - 20 %	Sangat Lemah
21% - 40%	Lemah
41% - 60%	Cukup
61% - 80%	Kuat
81% - 100%	Sangat Kuat

Sumber: Riduwan, 2011:41

c. Skala Likert

Penulis menggunakan skala likert untuk digunakan dalam kuisioner. Menurut Riduwan (2011:38) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang kejadian atau gejala sosial.

Dalam skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan melalui dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur dapat dijadikan titik tolak untuk membuat instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu di jawab oleh responden.

Adapun dalam skala Likert, setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut:

Tabel 1.3
Skala Pengukuran Likert

No	Keterangan	Skala
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Cukup Setuju (CS)	3
4.	Kurang Setuju (KS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Riduwan 2011:38

Skala Likert ini dibuat sebagai pilihan jawaban kuisisioner untuk responden dan hasil jawaban itu akan diolah sebagai pembahasan untuk memperoleh jawaban yang ada.