

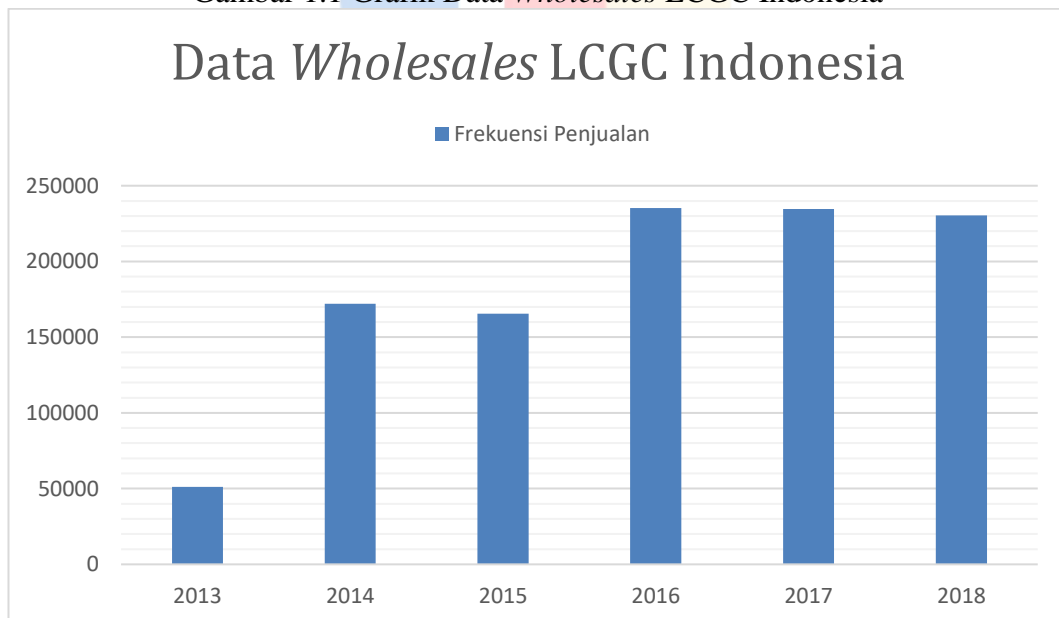
Bab I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Otomotif memegang peranan besar dalam industri Indonesia. Industri ini turut berandil terhadap pendapatan nasional hingga triliunan rupiah. Dilatarbelakangi dengan isu lingkungan hidup serta diiringi bertumbuhnya industri otomotif, pabrikan berinovasi untuk memasarkan kendaraan murah dan ramah lingkungan yang saat ini kita kenal sebagai LCGC (*Low Cost Green Car*) (Istiyanto dan Nugroho, 2016). Perkembangan industri LCGC di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan sejak 2014, bahkan menguasai pangsa pasar otomotif nasional sebesar 13,66% (Kemenperin, 2014). Data dari Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) berdasarkan data *wholesales* memperlihatkan bahwa penjualan LCGC pada tahun itu menyentuh angka 235.171 unit (Dananjaya, 2019).

Gambar 1.1 Grafik Data *Wholesales* LCGC Indonesia



(Sumber: Gaikindo dalam Dananjaya, 2019)

Melonjaknya pasar LCGC di Indonesia ini, mendorong pabrikan kendaraan untuk memproduksi LCGC-nya sendiri. Variasi dari kendaraan murah ramah lingkungan pun beragam disesuaikan dengan kebutuhan, dan keinginan konsumen,

mulai dari kendaraan LCGC yang mampu melibas jalan *off-road*, atau sebatas kendaraan perkotaan. Pengadaan kendaraan LCGC diproyeksi untuk memiliki harga yang terjangkau bagi masyarakat negara berkembang. Program LCGC diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 41 tahun 2013, program ini dilatarbelakangi oleh upaya mendorong penggunaan kendaraan bermotor yang efisien, dan ramah lingkungan, serta mendukung kapasitas produksi industri dalam negeri.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 73 Tahun 2019 tentang Barang Kena Pajak yang Tergolong Mewah Berupa Kendaraan Bermotor yang Dikenai Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), kendaraan LCGC akan dikenai PPnBM sebesar 3% dari sebelumnya 0%. Hal ini tentu akan meningkatkan harga pasaran LCGC. Meski demikian, Kemenperin tetap yakin pasar LCGC akan terus berkembang (Nainggolan, 2019).

LCGC sesuai dengan namanya, dirancang agar terjangkau bagi masyarakat serta ramah terhadap lingkungan. Akan tetapi dalam usahanya memproduksi kendaraan dengan spesifikasi dan harga yang bersaing, produsen kendaraan LCGC cenderung kurang memperhatikan fitur keamanan dan keselamatan pengemudi. Hal ini tercermin dari penilaian *New Car Assessment Program* (NCAP) ASEAN yang dilansir oleh Indra (2015) atas tingkat keselamatan kendaraan LCGC yang banyak beredar di Indonesia, antara lain: Daihatsu Ayla dan Datsun Go yang hanya meraih 2 dari 5 bintang, dimana kendaraan tersebut dinilai kekurangan fitur pencegah kecelakaan. Hal ini tentu memperlihatkan di mana faktor sarana (kendaraan) dianggap sangat berpengaruh pada tingkat kecelakaan, di samping faktor manusia/SDM (Sumber Daya Manusia), faktor prasarana, dan faktor lingkungan (Saputra, 2017). Kondisi kendaraan yang tidak layak jalan, kurangnya fasilitas keselamatan dalam kendaraan, belum adanya standarisasi untuk *spare part* oleh pihak pabrik, penggunaan kendaraan yang tidak sesuai ketentuan, serta kurangnya perawatan kendaraan oleh pengemudi dan/atau pemilik kendaraan merupakan contoh penyebab kecelakaan yang diakibatkan oleh faktor sarana (Saputra, 2017). Tingkat kecelakaan di Indonesia dinilai cukup memperlihatkan, bahkan menurut WHO, kecelakaan merupakan penyebab kematian terbesar ketiga setelah penyakit jantung dan *tuberculosis* di Indonesia (Hidayanti dan Hendrati, 2016). Berdasarkan

data yang dirilis Komite Nasional Keselamatan Transportasi (KNKT), sebanyak 70,35% kecelakaan di Indonesia terjadi di Pulau Jawa dengan tingkat wilayah tertinggi dipegang oleh Jawa Barat, hal ini dianggap dikarenakan oleh tingkat penduduk di Pulau Jawa yang paling padat dibanding dengan pulau lainnya. (Saputra, 2017).

Seiring dengan meningkatnya tingkat kepemilikan mobil saat ini, tentunya turut meningkatkan persaingan antara pelaku teknologi variasi dan modifikasi mobil (Nurpratama, 2016). Modifikasi semakin diminati oleh berbagai lapisan masyarakat, terutama di wilayah perkotaan. Tabloid, majalah, dan forum dapat menyediakan informasi dan inspirasi yang dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat perkotaan (Nurpratama, 2016). Salah satu modifikasi yang paling umum dilakukan adalah modifikasi bagian roda.

Dalam praktiknya, modifikasi yang dilakukan pada bagian roda kendaraan LCGC seringkali berlebihan atau tidak memenuhi standar. Banyak pengguna LCGC yang tidak mengerti proporsi antara modifikasi yang dilakukan dengan kendaraan itu sendiri. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan dan pengalaman dalam bidang modifikasi, ditambah lagi banyak juga pengguna awam yang terhasut oleh oknum-oknum “nakal” yang ingin meraup keuntungan semata tanpa memperhatikan kebutuhan dan kelayakan dari modifikasi itu sendiri (Handoyo, 2011).

Faktor-faktor modifikasi yang akan mempengaruhi keputusan dalam memodifikasi bagian roda adalah performa dan desain (Mahdi, 2016), serta *product knowledge*. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh belum adanya penelitian yang secara spesifik mengkaji performa, desain, dan *product knowledge* terhadap modifikasi roda LCGC, sehingga menjadi hal yang menarik untuk dianalisa, dan mendapatkan data yang diperlukan untuk kegunaan mengaplikasikan jasa modifikasi OneMods dalam modifikasi sektor roda LCGC.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan pada sub-bab sebelumnya, penulis merumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah faktor performa mempengaruhi keputusan dalam memodifikasi bagian roda LCGC?
2. Apakah faktor desain mempengaruhi keputusan dalam memodifikasi bagian roda LCGC?
3. Apakah faktor *product knowledge* mempengaruhi keputusan dalam memodifikasi bagian roda LCGC?
4. Bagaimanakah strategi pasar yang efektif yang dapat diterapkan pada sektor modifikasi roda LCGC?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab permasalahan yang diuraikan dalam rumusan masalah, yaitu:

1. Mengetahui apakah faktor performa mempengaruhi keputusan dalam memodifikasi bagian roda LCGC.
2. Mengetahui apakah faktor desain mempengaruhi keputusan dalam memodifikasi bagian roda LCGC.
3. Mengetahui apakah faktor *product knowledge* mempengaruhi keputusan dalam memodifikasi bagian roda LCGC.
4. Mengetahui peluang pasar dan strategi pasar yang efektif untuk OneMods terapkan pada sektor modifikasi roda LCGC.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Pemilik LCGC

Diharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan masukan kepada para pemilik LCGC dalam hal modifikasi sektor roda, serta memberikan solusi modifikasi sektor roda yang dapat memenuhi standar nasional.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan untuk dapat memberikan kontribusi pada literatur mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi peluang pasar modifikasi roda LCGC.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan untuk dapat memberikan masukan pada pengembangan proyek akhir dari peneliti, serta menambah pengetahuan dalam sektor modifikasi roda serta menganalisa masalah-masalah yang berhubungan dengan modifikasi LCGC secara umum

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Ruang lingkup dari penelitian ini adalah komunitas pemilik Daihatsu Ayla dan Toyota Agya Indonesia, komunitas ini adalah komunitas yang memprakarsai berdirinya komunitas-komunitas LCGC lainnya, karena komunitas Agya dan Ayla ini sudah terbentuk sejak kedua mobil tersebut diluncurkan sebagai LCGC pertama di Indonesia. Penelitian ini dilakukan dalam lingkup komunitas tersebut untuk mendapatkan hasil yang lebih spesifik dan tidak meluas pada aspek tidak relevan dengan penelitian ini, sehingga dapat lebih terfokus pada modifikasi LCGC sektor roda. Penelitian akan dilakukan di Jakarta, Indonesia, dengan rancangan waktu *cross-sectional* yang akan dilaksanakan dari bulan Januari 2020 hingga bulan Mei 2020.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini berisi beberapa bab untuk menjelaskan keseluruhan penelitian ini sehingga dapat mudah dipahami, antara lain:

Bab I. Pendahuluan

Bab ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat dari penelitian ini, ruang lingkup dan batasan penelitian, serta sistematika penulisan yang menguraikan isi dari setiap bab dalam penelitian ini.

Bab II. Landasan Teori

Bab ini menjelaskan teori terkait penelitian ini, variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu: performa, desain, *product knowledge*, dan niat beli. Bab ini juga dilengkapi dengan penelitian terdahulu, serta pengembangan hipotesis yang kemudian juga dituangkan ke dalam kerangka berpikir dan kerangka konseptual.

Bab III. Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan gambaran singkat terkait metode yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain: desain penelitian, jenis penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, lokasi dan waktu penelitian, serta metode pengolahan data.

Bab IV. Analisis Data dan Hasil Penelitian

Bab ini menguraikan proses pengolahan data dalam penelitian ini, antara lain: uji normalitas, uji validitas, uji reliabilitas, hingga uji hipotesis.

Bab V. Strategi Pengembangan Bisnis

Bab ini menguraikan rencana untuk mengembangkan OneMods baik dari sisi operasional maupun *marketing*, berdasarkan data dan fakta yang dihasilkan dari penelitian ini.

Bab VI. Kesimpulan dan Saran

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari penelitian ini, implikasi terhadap OneMods, serta saran.