



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kemacetan menjadi masalah utama di Indonesia, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta sudah menjadi pemandangan setiap hari khususnya pada saat pagi saat orang berangkat ke kantor dan sore saat orang pulang kantor. Banyak penyebab munculnya kemacetan ini, masalah utamanya ialah jumlah kendaraan pribadi baik roda dua, maupun roda empat yang sudah terlalu sangat banyak sekali.

Ironisnya ada salah satu media yang mengatakan bahwa satu rumah dengan jumlah anggota keluarga empat orang memiliki empat buah kendaraan pribadi, baik roda dua maupun roda empat. Masalah jumlah kendaraan ini berkaitan dengan lebar dan panjang jalan yang ada di kota-kota besar. Pertumbuhan jalan sangat lambat, berbeda jauh dengan pertumbuhan jumlah kendaraan pribadi yang sangat pesat. Hal ini dipengaruhi oleh daya beli serta pentingnya mobilitas.

Berdasarkan data dari Kementerian Perhubungan Republik Indonesia jumlah kendaraan meningkat delapan persen per tahun, sedangkan penambahan ruas jalan hanya 0,01 persen per tahun. Setiap hari terdaftar 1.284 kendaraan baru yang terdiri dari 216 mobil dan 1.068 sepeda motor berdasarkan data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI). Jadi, tak

heran bila jalanan penuh sesak dengan jutaan pengendara motor dan mobil setiap hari. Dengan demikian, semakin hari, semakin tidak seimbang perbandingan antara jumlah kendaraan dengan lebar dan panjang jalan.

Selain itu, masalah jumlah kendaraan pribadi juga ternyata berkaitan dengan industri otomotif di Indonesia. Sebagai pelaku bisnis, tentu mereka akan berusaha mendapatkan profit dan profit tersebut diperoleh melalui penjualan produk mereka ialah kendaraan pribadi roda dua dan roda empat yaitu mobil dan motor.

Prinsip pelaku bisnis ialah menjual produk sebanyak-banyaknya, mereka tidak memperdulikan kondisi lalu lintas di Jakarta. Dengan demikian, Divisi marketing setiap perusahaan akan selalu berusaha meningkatkan penjualan produk atau paling tidak seminimalnya dapat mempertahankan jumlah penjualan periode sebelumnya. Oleh karena itu pihak perusahaan melakukan promosi dengan cara pembayaran uang muka atau *down payment* yang serendah-rendahnya agar masyarakat mudah membeli kendaraan pribadi secara kredit.

Masalah lain timbulnya kemacetan di Jakarta ialah buruknya sistem transportasi umum yang menyebabkan sebagian orang beralih menggunakan kendaraan pribadi ketimbang transportasi umum. Menurut data statistik dari terdapat 7,25 juta atau 98,8 persen pengguna kendaraan pribadi, dan 89 ribu

atau 1,2 persen pengguna angkutan umum termasuk kereta rel listrik dan *busway*.<sup>1</sup>

Masyarakat terpaksa memilih menggunakan kendaraan pribadi tentu bukan tanpa alasan. Banyak faktor yang membuat masyarakat sekarang lebih memilih kendaraan pribadi daripada transportasi umum, di antaranya yaitu Transportasi umum yang tidak nyaman dikarenakan kondisi yang panas, sumpek, berdesak-desakan, banyak copet, dan adanya pelecehan seksual. Transportasi umum sering tidak tepat waktu karena angkutan umum sering mangkal untuk menunggu penumpang penuh dan berangkat tidak sesuai jadwal. Transportasi umum tidak praktis karena untuk menuju ke satu tujuan harus berganti kendaraan umum beberapa kali dimana hal tersebut menjadi tidak praktis dan efisien, Transportasi umum lebih mahal karena biaya transportasi umum lebih tinggi daripada biaya untuk membeli bahan bakar kendaraan pribadi, Transportasi umum lebih terbatas dalam arti waktu operasionalnya, jumlah armadanya, kapasitas tempat duduknya, serta fasilitasnya terbatas karena tidak memadainya transportasi yang disediakan dibanding populasi masyarakatnya.

Begitu banyaknya masalah yang dimiliki oleh transportasi umum yang sudah ada sekarang. Jangan sepenuhnya menyalahkan masyarakat jika mereka lebih memilih menggunakan kendaraan pribadi. Oleh karena itu, solusi untuk masalah ini adalah memperbaiki segala kekurangan

---

<sup>1</sup> Kemacetan di Jakarta Akankah Abadi ?, <http://news.liputan6.com>, 23 Juni 2012.

transportasi umum. Jadikan transportasi umum sebagai transportasi yang dapat memenuhi standar ekspektasi masyarakat.

Tentu saja perbaikan dan peningkatan pelayanan transportasi umum ini harus sejalan dengan program pembatasan kepemilikan kendaraan pribadi dan ditambah dengan pembatasan penggunaan kendaraan pribadi di jalan raya. Jika transportasi umum sudah diminati bagi masyarakat dan kendaraan pribadi terbatas baik kepemilikannya maupun penggunaannya tentunya kemacetan di Jakarta dapat berkurang sedikit demi sedikit.. Jika transportasi sudah seperti yang diidealkan dan sesuai dengan harapan masyarakat, tentu perlahan tetapi pasti masyarakat akan beralih untuk menggunakan transportasi umum dan hal ini tentunya dapat terlaksana apabila ada kemauan dan usaha dari seluruh pihak yang terlibat baik masyarakat itu sendiri, pengguna jalan, pengusaha, pemerintah, dan seluruh komponen terkait lainnya. .

Masalah transportasi umum ini juga memiliki kaitan dengan masalah-masalah lainnya yang ternyata untuk diselesaikan, yaitu Pengusaha transportasi umum baik perorangan, maupun badan usaha, yang terbiasa mengejar untung tanpa memperhatikan pelayanan kepada pengguna angkutan umum. Sopir transportasi umum baik atas nama pribadi, maupun yang bekerja sebagai karyawan sang pengusaha, yang terbiasa dengan istilah mengejar setoran sehingga mengabaikan keselamatan dan kenyamanan penumpang. Pemerintah (pejabat berwenang), yang sudah terbiasa mengejar setoran dari berbagai pajak tanpa memperhatikan masalah-masalah di lapangan seputar transportasi umum. Adanya preman yang terbiasa mencari

nafkah dari kesemrawutan kondisi transportasi umum di Indonesia. Bahkan ironisnya pengguna transportasi umum, yang seenaknya merusak dan tidak turut menjaga terpeliharanya transportasi umum yang mereka gunakan.

Masalah-masalah terkait transportasi umum di atas harus diselesaikan secara menyeluruh dan bersama-sama. Tidak bisa hanya satu pihak saja yang berusaha, sedangkan pihak lainnya tidak mendukung atau malah berusaha menggagalkan. Kerjasama berbagai pihak dan penyelesaian secara menyeluruh dan berkesinambungan adalah jalan keluarnya.

Pilihan yang masuk akal tentunya untuk menggunakan kendaraan pribadi baik itu mobil maupun motor, melihat pelik dan rumitnya masalah transportasi umum, siapa yang mau jika harus antri berjam-jam menunggu bus Trans Jakarta atau berdesak-desakan naik KRL dengan adanya resiko kecopetan, pelecehan seksual, dan ketidaknyamanan lain seperti panas suhu di dalam kereta dan lain sebagainya. Belum lagi serbuan pekerja komuter yang jumlahnya kurang lebih mencapai 1,5 juta orang. Jika hal ini terus dibiarkan maka Jakarta akan macet total pada tahun 2014

Kemacetan lalu lintas ini juga tidak lepas kaitannya dengan perencanaan kota, manajemen lalu lintas, serta perilaku dan disiplin manusia itu sendiri sebagai pengguna jalan. Selain itu, hal ini juga didukung dengan meningkatnya jumlah populasi yang ada pada kota Jakarta dari tahun ke tahun.

Melihat kondisi kepemilikan Kendaraan bermotor baik mobil dan motor yang begitu banyak maka pastinya permintaan Kredit Kendaraan Bermotor (KKB) semakin meningkat pula, maka Bank perlu meningkatkan

kehati-hatian dalam penyaluran KKB karena pertumbuhan KKB yang terlalu tinggi berpotensi menimbulkan berbagai Risiko bagi Bank..

Untuk itu, agar tetap dapat menjaga perekonomian yang produktif dan mampu menghadapi tantangan sektor keuangan dimasa yang akan datang, perlu adanya kebijakan yang dapat memperkuat ketahanan sektor keuangan untuk meminimalisir sumber-sumber kerawanan yang dapat timbul, termasuk pertumbuhan KKB yang berlebihan. Kebijakan tersebut dilakukan melalui penetapan besaran *Down Payment* (DP) untuk KKB

Ketentuan ini tertuang dalam **Surat Edaran Bank Indonesia No.14/10/DPNP tanggal 15 Maret 2012 tentang Penerapan Manajemen Risiko pada Bank yang Melakukan Pemberian Kredit Pemilikan Rumah dan Kredit Kendaraan Bermotor** dan juga Peraturan Menteri Keuangan mengenai Regulasi DP ini dituangkan pada **Peraturan Uang Muka dalam Peraturan Menteri keuangan No. 43/PMK.010/2012.**<sup>2</sup>

DP bagi KKB (Kredit Kendaraan Bermotor) ditetapkan sebagai berikut (i) Untuk Roda Dua minimal DP sebesar 25%, (ii) Roda Empat minimal DP 30%, dan (iii) Roda Empat atau lebih untuk keperluan produktif minimal DP 20%. Penjelasan untuk keperluan produktif sesuai pengaturan Surat Edaran, adalah, bila memenuhi salah satu syarat sebagai berikut (a) Merupakan kendaraan angkutan orang atau barang yang memiliki izin yang dikeluarkan oleh pihak berwenang untuk melakukan kegiatan usaha tertentu, atau (b) diajukan oleh perorangan atau badan hukum yang memiliki izin usaha tertentu yang dikeluarkan oleh pihak

---

<sup>2</sup> Surat Edaran Bank Indonesia, [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id), 14 Juni 2012.

berwenang dan digunakan untuk mendukung kegiatan operasional dari usaha yang dimiliki.

Penetapan DP lebih rendah untuk kendaraan bermotor yang bersifat produktif bertujuan untuk mewujudkan keberpihakan kepada pihak-pihak yang memanfaatkan kredit kendaraan bermotor yang secara resmi digunakan untuk kegiatan produktif. DP yang dipersyaratkan dihitung berdasarkan nilai perikatan agunan. Besaran DP untuk KKB tersebut, akan disesuaikan dari waktu ke waktu dengan memperhatikan kondisi perekonomian terkini.

Terhitung sejak penetapan ketentuan, Bank Indonesia memberikan masa transisi ketentuan selama tiga bulan. Waktu tersebut dianggap memadai bagi Bank untuk melakukan penyesuaian *Standard Operating Procedures* (SOP), sosialisasi, serta penyesuaian pelaporan ke Bank Indonesia. Setelah masa transisi, seluruh KKB harus diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pengenaan sanksi diberikan kepada bank yang melanggar ketentuan tersebut di atas berupa pengenaan sanksi administratif sebagaimana tertuang dalam Peraturan Bank Indonesia (PBI) No.11/25/PBI/2009 tanggal 1 Juli 2009 mengenai Penerapan manajemen Risiko.

Dampak dari kebijakan ini tentunya menimbulkan pro dan kontra bagi pihak-pihak yang berkepentingan, Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Indonesia melalui Ketua Umumnya Suryo Bambang Sulistyono menilai, kebijakan kenaikan uang muka (down payment / DP) kredit sepeda motor sebesar 25% akan berpengaruh pada minat konsumen untuk membeli



kendaraan roda dua tersebut. Karena itu, kenaikan DP ini diprediksi bakal mengoreksi penjualan sepeda motor di 2012 ini. Beliau mengatakan dengan kenaikan DP 25% maka jika harga motor Rp 15 juta, konsumen butuh uang muka Rp 3 juta.<sup>3</sup>

Tentunya angka itu sangat jauh dari biasanya yang hanya Rp 500.000. "Dampaknya pasti akan mengurangi kemudahan orang beli motor dan akan berdampak kepada penjualan sepeda motor. Rakyat kan beli motor untuk transportasi, kalau nggak pake motor pakai apa sekarang," kata Suryo di Jakarta, Selasa (20/3). Suryo juga menjelaskan, dengan kenyataan itu sudah seharusnya pemerintah memperbaiki sistem infrastruktur transportasi massal. Sehingga masyarakat yang tak membeli kendaraan motor atau mobil bisa memanfaatkan fasilitas itu.

Sementara itu Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) menyayangkan kenaikan DP kredit motor. Penghambatan penjualan motor untuk mengurangi kemacetan dengan menaikkan DP merupakan langkah yang tidak tepat. "Ini tidak tepat, jangan jadi alasan. Kemacetan itu terjadi akibat pengaturan lalu lintas yang tidak benar. Banyaknya pelanggaran, parkir sembarangan, infrastruktur, disiplin pengendara dan semua yang menyebabkan kemacetan," ujar Ketua AISI Gunadi Sinduwinata. .

Total penjualan sepeda motor nasional memang menurun berdasarkan data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) sepanjang Juni 2012 total penjualan sepeda motor nasional sebanyak

---

<sup>3</sup> Kenaikan DP Akan Hambat Penjualan Sepeda Motor, [www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id), 20 Maret 2012

550.468 unit. Padahal pada Mei 2012 atau sebelum pemberlakuan kebijakan DP 25% penjualan masih sebesar 619.540 unit dan pada April sebesar 622.929 unit.<sup>4</sup> Dampak terparah adalah karyawan yang bekerja di pabrik bisa menganggur akibat aktivitas pabrik yang tidak maksimal. Vendor komponen juga tidak tersuplai dan hal lainnya.

2012	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Total
Honda	382.635	355.766	325.994	344.349	362.127	332.272	2.103.143
Yamaha	206.704	258.481	247.103	236.185	201.589	167.661	1.317.723
Suzuki	53.337	44.336	40.026	30.385	40.859	36.532	245.475
Kawasaki	8.563	10.734	12.196	9.717	13.093	12.138	66.441
TVS	1.362	1.440	1.370	2.293	1.872	1.865	10.202
Kanzen	-	-	-	-	-	-	-
	652.601	670.757	626.689	622.929	619.540	550.468	3.742.984

#### Data Penjualan Semester 1 Motor Menurut AISI

Data yang dirilis AISI yang menunjukkan penjualan motor senantiasa meningkat pesat dari tahun ke tahun, telah merangsang pabrikan sepeda motor tanah air untuk terus berlomba melakukan ekspansi bisnis. Ekspansi bisnis berarti perluasan kawasan pabrik, pembangunan pabrik baru hingga perluasan jangkauan marketing. Setiap jengkal ekspansi bisnis sama artinya dengan penciptaan ribuan lapangan kerja baru. Jika penjualan motor tergerus cukup signifikan, maka pertumbuhan lapangan kerja di industri terkait akan terhenti. Sebaliknya, ribuan karyawan kontrak yang dipekerjakan di berbagai perusahaan produsen sepeda motor dan segenap linknya terancam kehilangan pekerjaan.

Pihak-pihak yang kontra tentunya memiliki alasan mereka sendiri mengapa mereka tidak setuju dengan kebijakan ini, namun kita sebijaknya

<sup>4</sup> DP Naik, Orang Jadi Selektif Beli Motor, [www.oto.detik.com](http://www.oto.detik.com), 31 Juli 2012.

juga melihat alasan para pihak yang pro dengan keputusan ini. Salah satu Produsen motor Honda untuk berpikir positif, karena kebijakan kenaikan ambang batas uang muka diperkirakan akan membuat masyarakat lebih rasional memilih kendaraan sesuai kebutuhan mereka. "Dengan DP tinggi, konsumen jadi lebih selektif dalam melakukan pembelian sepeda motor," kata Chief Executive Honda Sales Operation, Sigit Kumala.<sup>5</sup>

Dengan adanya kebijakan ini, pemikiran masyarakat akan berkembang apabila dulu saat DP rendah unsur konsumtif yang tinggi lebih mendominasi, sekarang dengan DP yang tinggi masyarakat memiliki banyak pertimbangan sebelum mereka membeli sepeda motor yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan mereka seperti membeli motor yang memiliki efisiensi (irit) bahan bakar dan juga durabilitas kendaraan yang tahan lama.

Keputusan Bank Indonesia tersebut merupakan langkah cerdas untuk mengerem laju pertumbuhan sepeda motor yang dalam beberapa tahun terakhir seakan tak terkontrol. Tanpa adanya campur tangan pemerintah, apa jadinya jalanan Jakarta lima tahun mendatang yang akan penuh dengan kendaraan bermotor. Tentu dengan adanya kebijakan di atas persoalan kemacetan di beberapa kota besar dapat terurai sedikit demi sedikit.

Pemasaran menjadi salah satu kegiatan utama dari beberapa kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan perusahaannya, untuk berkembang dan mendapatkan profit. Berhasil tidaknya suatu bisnis tergantung kepada keahlian pengusaha di bidang pemasaran, produksi, keuangan maupun

---

<sup>5</sup> DP Naik, Orang Jadi Selektif Beli Motor, [www.oto.detik.com](http://www.oto.detik.com), 31 Juli 2012

bidang lain. Selain itu tergantung pula pada kemampuan pengusaha untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar usaha perusahaan dapat berjalan lancar. Pada dasarnya tujuan dalam mendirikan perusahaan adalah mencari profit semaksimal mungkin.

Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan profit tersebut sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya. Perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kualitas yang diharapkan, akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang pemasaran. Oleh karena itu untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka perusahaan harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi.

Inti utama dari kegiatan pemasaran yang dikenal luas adalah bauran pemasaran (*marketing mix*), yang mencakup 4P *Product, Price, Place, Promotion*. Keempat variabel tersebut merupakan gabungan yang memiliki peran yang sama dan merupakan satu kesatuan untuk menunjang sukses perusahaan. Karena itu *product, price, place* dan *promotion* dapat digunakan oleh perusahaan yang bersangkutan untuk menyusun strategi dasar perusahaan yang dapat menjadi acuan bagi penyusunan strategi pemasaran yang efektif. Pada pelaksanaannya alat pemasaran (*marketing mix*) tersebut di lakukan secara berbeda-beda dan unik, tetapi tujuan akhir dari *marketing mix* tersebut adalah meningkatkan penjualan dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut dan menghasilkan keuntungan atau profit .

Strategi pemasaran berorientasi pasar yang dapat mengantisipasi seluruh keinginan konsumen, mengatasi ancaman persaingan, dan memperkuat keunggulan bersaing sangat diperlukan. Perusahaan juga harus mampu mengantisipasi strategi pemasaran jika terjadi perubahan kebijakan yang dilakukan pemerintah adanya Perubahan pola bersaing secara nasional maupun global tersebut mutlak memerlukan analisis terhadap segala kekuatan lingkungan yang mempengaruhi perubahan secara berkesinambungan.

Dengan adanya perubahan kebijakan pemerintah melalui Bank Indonesia tentang batasan minimal DP sebesar 25% dari harga cash terhadap penjualan sepeda motor di Indonesia, tentu adanya perubahan strategi marketing yang dilakukan dealer motor besar di Indonesia, maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Strategi komunikasi pemasaran Honda Motor terkait kebijakan pemerintah tentang penetapan besaran uang muka untuk kredit kendaraan bermotor”** .

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana implementasi strategi komunikasi pemasaran Astra Honda Motor pada dealer PT Gamma Eka Sentosa terkait adanya penetapan besaran uang muka untuk kredit kendaraan bermotor?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Menguraikan dan menganalisa Strategi Komunikasi Pemasaran Astra Honda Motor melalui PT Gamma Eka Sentosa mengenai penetapan besaran uang muka untuk kredit kendaraan bermotor.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1 Kegunaan Akademis**

- 1). Mengkaji strategi komunikasi pemasaran dengan konsep yang ada
- 2). Memberi referensi dan merangsang penelitian lanjutan tentang komunikasi pemasaran

#### **1.4.2 Signifikansi Praktis**

- 1). Penelitian ini dilakukan sebagai contoh bahwa strategi komunikasi pemasaran diperlukan menanggapi perubahan-perubahan yang terjadi di perusahaan secara khusus dan industri secara umum.
- 2). Penelitian ini diharapkan berguna untuk memaparkan fakta-fakta peran komunikasi pemasaran untuk mengambil pesan strategis terkait seluruh aspek di perusahaan
- 3). Penelitian ini mencoba memberikan masukan terhadap divisi komunikasi pemasaran AHM dan dealer PT Gamma Eka Sentosa untuk membantu memecahkan masalah dalam menghadapi kebijakan pemerintah yang ada.