

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sejarah sepeda motor di Indonesia bermula pada tahun 1893 dengan hadirnya Hildebrand & Wolfmüller, motor pertama yang diimpor oleh seorang masinis Inggris, John C. Potter, ke Pabrik Gula Oemboel di Probolinggo, Jawa Timur. Kendaraan ini menjadi satu-satunya motor yang beredar di Hindia Belanda saat itu, membuka jalan bagi perkembangan sepeda motor di negeri ini. Memasuki era 1960-an, Jepang mulai merakit motor di Indonesia melalui merek-merek seperti Honda dan Yamaha, menjadikan motor tidak lagi kendaraan eksklusif elit, melainkan alat transportasi massal. Kebijakan pemerintah dan dukungan pabrik lokal memperkuat posisi Indonesia sebagai salah satu pasar sepeda motor terbesar di dunia. (Kompas.com. 2020).

Skuter matik menjadi pilihan utama di tengah perkembangan tersebut karena kemudahan pengendalian, efisiensi bahan bakar, dan kenyamanan berkendara. Di Sumatera Barat, khususnya Kota Padang, skutik seperti Yamaha NMAX semakin populer, karena cocok dengan kondisi jalan dan kebutuhan mobilitas masyarakat setempat. Yamaha menempatkan diri sebagai merek terdepan berkat komitmennya pada inovasi dan kemudahan layanan. Teknologi seperti *Blue Core*, VVA, sistem pengereman ABS, dan desain modern membuat motor Yamaha unggul dalam hal efisiensi, keamanan, dan estetika

Yamaha NMAX, yang pertama kali diluncurkan pada Februari 2015, menampilkan mesin 155 cc *Blue Core* berteknologi VVA, rangka ringan, ban 13 inci, dan sistem ABS menjadi pionir di kelasnya di kawasan ASEAN. Di Padang,

minat masyarakat terhadap NMAX sangat tinggi; varian seperti Standard, Turbo, dan Tech Max banyak diminati, dengan dukungan program trade-in dan komunitas yang mempromosikan motor ini, termasuk touring ke Sitinjau Lauik.

Harga NMAX di Padang berkisar antara Rp 31,6 juta (*Standard*), hingga Rp 44 juta untuk varian Turbo Tech Max, sudah termasuk layanan purna jual, suku cadang, dan garansi di dealer resmi seperti Tjahaja Baru. Hal ini menunjukkan bahwa motor ini tidak hanya unggul dari sisi fitur, tetapi juga mudah diakses secara lokal. Secara keseluruhan, popularitas Yamaha NMAX di Padang mencerminkan harmonisasi antara kebutuhan local efisiensi, kenyamanan, dan infrastruktur layanan dengan inovasi teknologi global. Karakteristik geografis Sumatera Barat membuat skutik premium seperti NMAX semakin tepat sebagai solusi mobilitas harian, ditunjang oleh komunitas aktif, program dukungan, dan fitur terkini dari Yamaha.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, setiap produsen sepeda motor berupaya menciptakan dan mengembangkan produk unggulan serta menerapkan strategi pemasaran yang efektif agar menjadi pilihan utama konsumen. Di Indonesia, merek-merek seperti Honda, Yamaha, Suzuki, dan Vespa Piaggio bersaing dalam segmen sepeda motor matik, dengan Honda dan Yamaha menjadi dua merek dengan persaingan paling intens. Tidak jarang terjadi perpindahan merek dari konsumen, termasuk beralihnya pemilik sepeda motor dari merek lain ke Yamaha, khususnya model NMAX.

Melihat fenomena tersebut, penting untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan Yamaha NMAX di Kota Padang dalam konteks persaingan pasar. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan strategis

bagi pengembangan pemasaran yang lebih efektif, baik bagi produsen maupun jaringan dealer Yamaha di wilayah tersebut.

Kajian mengenai keunggulan bersaing Yamaha NMAX di Kota Padang menjadi relevan untuk memahami aspek-aspek yang mendorong keputusan pembelian konsumen. Selain itu, hasil studi ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam merancang strategi bisnis yang lebih kompetitif di pasar lokal. Sari & Gultom (2019) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing diperoleh dengan menyajikan nilai dan manfaat bagi pelanggan, baik melalui harga yang lebih rendah maupun keunggulan manfaat meskipun dengan harga yang lebih tinggi.

Sementara itu, menurut Kotler, P., & Armstrong, G. (2014: 528-529). *Principles of Marketing* (14th ed., pp. 528–529). keunggulan bersaing merupakan kemampuan perusahaan untuk menawarkan nilai yang lebih baik dibandingkan para pesaingnya. Dengan demikian, keunggulan bersaing dapat diartikan sebagai kondisi yang memungkinkan perusahaan memiliki posisi lebih unggul di pasar, yang memberikan nilai tambah dan membedakannya dari pesaing.

Penelitian ini berfokus pada salah satu dealer yang ada di Kota Padang yaitu Central Yamaha Padang yang berada di Jl. Damar No. 59, Kec. Padang Barat, Kota Padang. Berikut data penjualan NMAX di salah satu dealer di Kota Padang dalam 5 tahun belakang.

Tabel 1. 1
Data Penjualan Yamaha NMAX

Tahun	Penjualan Yamaha NMAX	Penjualan Honda PCX
2020	2.225	2.500
2021	3.500	3.470
2022	3.970	4.089

Tahun	Penjualan Yamaha NMAX	Penjualan Honda PCX
2023	3.769	3.656
2024	4.031	3.889

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan data penjualan Yamaha NMAX dan Honda PCX dari tahun 2020 hingga 2024 diatas, menunjukkan persaingan yang cukup ketat, dengan fluktuasi penjualan di setiap tahunnya. Pada tahun 2020, Honda PCX unggul dengan penjualan 2.500 unit dibandingkan Yamaha NMAX yang hanya mencapai 2.225 unit. Namun, pada 2021, Yamaha NMAX mengalami lonjakan signifikan hingga 3.500 unit, sedikit lebih banyak dibandingkan Honda PCX yang mencapai 3.470 unit. Persaingan ini berlanjut hingga 2022, di mana Honda PCX kembali memimpin dengan angka 4.089 unit, sementara Yamaha NMAX tertinggal tipis di angka 3.970 unit.

Memasuki 2023, Yamaha NMAX kembali mengambil alih posisi teratas dengan penjualan 3.769 unit, unggul dari Honda PCX yang mencatat 3.656 unit. Persaingan ini berlanjut di 2024, di mana Yamaha NMAX mencatat angka 4.031 unit, sementara Honda PCX berada di 3.889 unit. Meskipun persaingan sangat ketat, Yamaha NMAX tampaknya lebih unggul dalam beberapa tahun terakhir.

Beberapa faktor yang mungkin memengaruhi penjualan kedua skutik premium ini adalah desain dan fitur yang terus diperbarui oleh masing-masing pabrikan. Yamaha NMAX dikenal dengan kenyamanan berkendara serta teknologi Y-Connect yang memudahkan konektivitas dengan ponsel pintar, sementara Honda PCX unggul dalam efisiensi bahan bakar dan desain futuristiknya. Selain itu, kebijakan harga, strategi promosi, serta ketersediaan unit di pasar juga berperan dalam perbedaan angka penjualan tiap tahun. Dengan persaingan ini, persaingan

antara Yamaha NMAX dan Honda PCX diperkirakan akan terus berlanjut di masa mendatang, tergantung pada inovasi dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh masing-masing pabrikan.

Beberapa faktor yang mungkin memengaruhi penjualan kedua skutik premium ini adalah desain dan fitur yang terus diperbarui oleh masing-masing pabrikan. Yamaha NMAX dikenal dengan kenyamanan berkendara serta teknologi Y-Connect yang memudahkan konektivitas dengan ponsel pintar, sementara Honda PCX unggul dalam efisiensi bahan bakar dan desain futuristiknya. Selain itu, kebijakan harga, strategi promosi, serta ketersediaan unit di pasar juga berperan dalam perbedaan angka penjualan tiap tahun. Dengan tren ini, persaingan antara Yamaha NMAX dan Honda PCX diperkirakan akan terus berlanjut di masa mendatang, tergantung pada inovasi dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh masing-masing pabrikan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing menurut Firdawati et al., (2021) adalah biaya yang lebih rendah, inovasi produk atau layanan, kualitas yang lebih tinggi, fokus pada pelayan pelanggan, digital marketing, akses ke sumber daya atau teknologi yang unik, dan strategi diferensiasi. Diferensiasi Produk menurut Sudaryono 2018 adalah kegiatan memodifikasi produk agar menjadi lebih menarik. Diferensiasi memerlukan penelitian pasar yang cukup serius agar bisa benar-benar beda, juga diperlukan pengetahuan tentang produk pesaing. Diferensiasi produk yaitu langkah strategis yang melibatkan penambahan perbedaan signifikan dan nilai tambah pada produk atau layanan suatu perusahaan, dengan tujuan membedakannya dari penawaran yang diberikan oleh pesaing-pesaingnya (Wijayanti et al., 2023). Jadi dapat disimpulkan diferensiasi

produk merupakan strategi penting dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif. Strategi ini tidak hanya sebatas memodifikasi produk agar lebih menarik, tetapi juga melibatkan penelitian pasar yang mendalam serta pemahaman yang komprehensif terhadap produk pesaing. Diferensiasi yang efektif harus mampu memberikan nilai tambah yang signifikan bagi konsumen, baik dari aspek fitur, kualitas, desain, maupun layanan yang menyertainya. Dengan demikian, perusahaan dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang membedakan produk mereka dari pesaing serta meningkatkan daya tarik dan loyalitas konsumen. Dapat dilihat dari data di deferensiasi produk antara motor Yamaha NMAX dan Honda PCX.

Tabel 1. 2
Perbandingan antara motor Yamaha NMAX dan Honda PCX

Aspek	Yamaha NMAX	Honda PCX
Desain dan Tampilan	Desain <i>sporty</i> dan agresif dengan garis tegas. Lampu depan dan belakang LED modern	Desain elegan dan futuristik dengan tampilan lebih mewah dan halus. Lampu LED stylish.
Performa Mesin	155 cc dengan teknologi VVA (<i>Variable Valve Actuation</i>) yang menjaga tenaga optimal pada setiap putaran mesin. Tenaga maksimum 15,1 hp.	160 cc dengan teknologi eSP+ yang lebih halus dan responsif. Tenaga maksimum 15,8 hp.
Sistem Pengeremen	Dilengkapi ABS (<i>Anti-lock Braking System</i>) pada varian tertentu. Rem cakram depan dan belakang.	ABS hanya pada varian tertinggi. Rem cakram depan dan belakang
Kenyaman Berkendara	Jok lebih lebar dan empuk, posisi berkendara ergonomis dengan ruang kaki yang luas.	Posisi berkendara nyaman dengan jok yang lebih tinggi sedikit dibanding NMAX.
Teknologi dan Fitur	Dilengkapi panel instrumen digital penuh, <i>konektivitas Y-Connect</i> , <i>Smart Key System</i> , dan <i>Stop & Start System</i> (SSS).	Panel digital modern dengan <i>Honda Smart Key System</i> , fitur ESS (<i>Emergency Stop Signal</i>), dan ISS (<i>Idling Stop System</i>).

Lanjutan Tabel 1.2

Aspek	Yamaha NMAX	Honda PCX
Kapasitas Tangki Bahan Bakar	7,1 liter (lebih besar dibanding PCX).	8 liter.
Kapasitas Bagasi	23,3 liter (cukup untuk menyimpan helm <i>full-face</i>).	28 liter (lebih luas dibanding NMAX).
Efisiensi Bahan Bakar	Sekitar 40-45 km/liter (tergantung kondisi berkendara).	Sekitar 45-50 km/liter (lebih hemat sedikit dibanding NMAX).
Harga	Lebih terjangkau dibanding Honda PCX pada varian kelas.	Harga cenderung lebih tinggi dibanding Yamaha NMAX pada varian premium.
Jaringan Dealer dan Layanan Purna Jual	Jaringan dealer yang luas dengan layanan servis yang kompetitif.	Jaringan dealer Honda lebih besar dan luas di berbagai daerah.

Sumber: OTO by CharDeko SEA

Berdasarkan data di atas Yamaha NMAX unggul dalam performa mesin, kapasitas tangki bahan bakar, dan harga yang lebih kompetitif. Sementara Honda PCX memiliki desain yang lebih elegan, kapasitas bagasi yang lebih luas, dan efisiensi bahan bakar yang sedikit lebih baik. Pilihan motor sering kali tergantung pada preferensi konsumen terkait gaya berkendara dan fitur yang diinginkan.

Selain diferensiasi produk, digital marketing juga dipengaruhi oleh digital marketing. Menurut Purwana et al., (2017) digital marketing adalah aktivitas mempromosikan dan mencari pasar melalui media digital secara *online* dengan menggunakan berbagai sarana seperti jejaring sosial. Dan menurut Saputra & Ardani, (2020) digital marketing merupakan salah satu kategori dalam dunia pemasaran yang berguna dalam mengiklankan suatu produk atau layanan dan untuk menjangkau para calon pembeli melalui media digital sebagai sarana komunikasinya. Salah satu bentuk marketing digital dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet marketing (*e-marketing*). Jadi dapat disimpulkan Digital Marketing adalah strategi pemasaran yang menggunakan

media digital untuk mempromosikan produk, jasa, atau merek kepada target audiens secara luas dan terukur. Melalui berbagai platform digital seperti *website*, media sosial, mesin pencari, email, dan aplikasi *mobile*, *digital marketing* memungkinkan bisnis untuk menjangkau pelanggan dengan lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional. Dapat dilihat data diferensiasi produk motor Yamaha NMAX.

Tabel 1. 3
Data Digital Marketing Motor Yamaha NMAX

No	Bentuk Pemasaran Digital	Deskripsi
1.	Pemanfaatan media sosial	Menggunakan <i>platform</i> Instagram, Facebook, dan Twitter dengan konten menarik dan interaktif untuk membangun komunitas pengguna yang loyal.
2.	Pemasaran melalui <i>E-commerce</i>	Bekerja sama dengan <i>platform e-commerce</i> untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan NMAX secara online.
3.	Penggunaan <i>influencer</i> dan KOL	Menggandeng <i>influencer</i> dan KOL di bidang otomotif untuk memberikan ulasan dan mempromosikan NMAX kepada audiens yang lebih luas
4.	Kampanye iklan digital	Melakukan kampanye iklan digital di berbagai <i>platform online</i> untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik minat konsumen.

Sumber: Lembaga Kita www.com

Strategi digital marketing yang diterapkan oleh Yamaha NMAX menunjukkan pendekatan yang efektif dalam memperkuat posisi merek di pasar otomotif Indonesia. Dengan memanfaatkan media sosial, *e-commerce*, *influencer*, dan kampanye iklan digital, Yamaha berhasil menjangkau audiens yang lebih luas dan menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan konsumen. Strategi ini tidak hanya meningkatkan kesadaran merek, tetapi juga mempermudah konsumen dalam proses pembelian serta memberikan nilai tambah melalui interaksi digital yang

lebih dinamis. Dengan adaptasi terhadap tren digital yang terus berkembang, Yamaha NMAX mampu mempertahankan daya saingnya di pasar skuter premium.

Selain deferensiasi produk dan digital marketing, Keunggulan bersaing juga di pengaruhi oleh Inovasi Produk. Inovasi Produk Menurut Friadi, (2022) inovasi produk dapat didefinisikan sebagai pengembangan produk baru, perubahan desain produk yang sudah ada atau penggunaan bahan atau komponen baru dalam pembuatan produk. Sementara itu, menurut Kotler & Keller, (2016: 252) Inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain sehingga dapat menghasilkan suatu produk yang baru atau merupakan gabungan kreatif dari berbagai produk yang telah ada.

Dengan demikian dapat disimpulkan Inovasi Produk merupakan proses menciptakan suatu produk melalui berbagai proses yang saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain baik dari sisi input maupun output produksi sehingga dapat menghasilkan suatu produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta memiliki nilai yang berbeda dan unik dari yang sebelumnya pernah ada. Dapat dilihat data inovasi produk motor Yamaha NMAX.

Tabel 1. 4
Data Inovasi Produk Yamaha NMAX

No	Inovasi Produk	Deskripsi
1	Teknologi <i>Y-Connected</i>	Integrasi sistem <i>Y-Connected</i> memungkinkan pengendara memantau kondisi motor secara <i>real-time</i> melalui ponsel pintar, termasuk notifikasi panggilan, pesan, dan email.
2	Mesin Berteknologi Turbo	Pada model NMAX "TURBO", Yamaha memperkenalkan mesin dengan teknologi turbocharger, meningkatkan tenaga dan efisiensi bahan bakar untuk pengalaman berkendara yang lebih responsif.

Lanjutan tabel 1.4

No	Inovasi Produk	Deskripsi
3	Sistem Transmisi YECVT	Penggunaan Yamaha Electric CVT (YECVT) menggantikan sistem CVT konvensional dengan penggerak listrik, memungkinkan pengaturan rasio transmisi yang lebih presisi dan efisien.
4	Fitur Y-Shift dan Riding Mode	Fitur Y-Shift menawarkan tiga tingkat pengaturan akselerasi dan deselerasi, sementara Riding Mode menyediakan dua mode berkendara: Sport dan Town, untuk menyesuaikan dengan preferensi pengendara
5	Desain dengan Pencahayaan Full LED	Desain terbaru NMAX dilengkapi dengan sistem pencahayaan Full LED pada lampu depan dan belakang, meningkatkan visibilitas dan memberikan tampilan yang lebih modern dan mewah
6	TFT <i>Infotainment Display</i> dan Sistem Navigasi	Layar TFT <i>Infotainment</i> menyediakan informasi seperti perkiraan cuaca, kondisi sepeda motor, notifikasi telepon dan pesan, serta kontrol musik. Sistem navigasi terintegrasi memudahkan pengendara dalam perjalanan.

Sumber: Yamaha Motor Indonesia

Yamaha NMAX terus menghadirkan berbagai inovasi produk untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan penggunanya. Salah satu inovasinya adalah integrasi teknologi *Y-Connected* yang memungkinkan pengendara memantau kondisi motor secara real-time melalui smartphone. Selain itu, mesin dengan teknologi turbo memberikan tenaga yang lebih besar dan efisiensi bahan bakar yang optimal. Yamaha juga memperkenalkan sistem transmisi YECVT untuk pengaturan rasio transmisi yang lebih presisi serta fitur *Y-Shift* dan *Riding Mode* yang menawarkan opsi berkendara sesuai preferensi. Desain terbaru dengan pencahayaan full LED menambah kesan modern, sementara layar TFT *Infotainment Display* yang dilengkapi sistem navigasi memberikan pengalaman berkendara yang lebih informatif. Inovasi-inovasi ini menunjukkan komitmen

Yamaha dalam menghadirkan teknologi unggulan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen masa kini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Talambanua et al., (2023) yang berjudul “Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk, Digital Marketing dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Motor Honda Scoopy”. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dari diferensiasi produk, digital marketing dan inovasi produk terhadap keunggulan Bersaing Motor Merek Honda Scoopy di kota Negeri Lama.

Hasil penelitian Kurniasari dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Kerajinan Eceng Gondok “AKAR”)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing ($\text{sig} = 0,000 < 0,05$; $\beta = 0,416$), kreativitas produk secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing ($\text{sig} = 0,000 < 0,05$; $\beta = 0,305$); kualitas produk secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing ($\text{sig} = 0,000 < 0,05$; $\beta = 0,343$); dan inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing ($\text{sig} = 0,000 < 0,05$).

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah yang terjadi di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul “Pengaruh Persepsi Masyarakat Pada Diferensiasi Produk, Digital Marketing Dan Inovasi Produk Sepeda Motor Yamaha NMAX Terhadap Keunggulan Bersaing Di Kota Padang”

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas terdapat beberapa rumusan masalah pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh strategi diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing motor Yamaha NMAX di kota Padang?
2. Bagaimanakah digital marketing terhadap keunggulan bersaing motor Yamaha NMAX di kota Padang?
3. Bagaimanakah pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan motor Yamaha NMAX di kota Padang?
4. Bagaimanakah pengaruh strategi diferensiasi produk, digital marketing, dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing motor Yamaha NMAX di kota Padang?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang disebutkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh strategi diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing motor Yamaha NMAX di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh digital marketing terhadap keunggulan bersaing motor Yamaha NMAX di Kota Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing motor Yamaha NMAX di Kota Padang.
4. Untuk mengetahui pengaruh strategi diferensiasi produk, digital marketing dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing motor Yamaha NMAX di Kota Padang.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa manfaat antara lain:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, ilmu pengetahuan dan pengalaman mengenai pengaruh strategi diferensiasi produk, digital marketing dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing motor Yamaha NMAX di Kota Padang.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan terkait keunggulan bersaing pada motor Yamaha NMAX di Kota Padang.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan referensi bagi penelitian selanjutnya.