



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

SKRIPSI

**ANALISA PELUANG PASAR SEPEDA MOTOR HONDA
PADA CV. BOY KARYA MOTOR
DI PASAMAN TIMUR, SUMATERA BARAT.**


Oleh :

**ROMI ILYAS
03 156 053**

Mahasiswa Program Strata Satu (S - 1) Jurusan Manajemen

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**PADANG
2010**

	No Alumni Universitas:	ROMI ILYAS	No Alumni Fakultas:
	BIODATA a). Tempat/Tgl Lahir : Panti, 08 Oktober 1984, b). Nama Orang Tua : Zulkarnaini Ilyas dan Maria H, c). Fakultas : Ekonomi Program S-1 Reguler Mandiri, d). Jurusan : Manajemen, e). No.BP : 03156053 f). Tanggal Lulus : 10 Februari 2010, g). Prediket lulus : Memuaskan, h). Lama Studi : 6 tahun 6 bulan, i). Alamat Orang Tua : Petok Kec. Panti Nag. Panti Kab. Pasaman.		



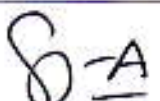
ANALISA PELUANG PASAR SEPEDA MOTOR HONDA PADA CV. BOY KARYA MOTOR DI PASAMAN TIMUR SUMATRA BARAT

Skripsi SI Oleh **Romi Ilyas**, Pembimbing : **Prof. Hj. Yusniar Ilyas, SE**

Abstrak


Peluang pasar adalah besarnya pasar yang masih diharapkan untuk menyerap produk perusahaan. Analisa peluang pasar bertujuan untuk mengetahui berapa besar peluang pasar yang tersedia dalam memasarkan produk perusahaan. Mengamati dan menganalisa peluang pasar adalah salah satu strategi bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualan di masa yang akan datang. Dari analisa peluang-peluang pasar dapat diketahui berapa besar penjualan yang dapat diraih untuk masa yang akan datang dengan menganalisa perkembangan penjualan tahun-tahun sebelumnya. Dengan semakin meluasnya pemakain sepeda motor dikalangan masyarakat, hal ini merupakan suatu peluang yang baik bagi produsen dan pemasar sepeda motor. Namun hal ini juga yang akan menimbulkan persaingan yang semakin kuat dalam merebut pangsa pasar oleh perusahaan – perusahaan tersebut. Potensi penjualan dan peluang pasar sepeda motor Honda cukup besar untuk masa yang akan datang, sehingga CV. Boy karya Motor dapat memanfaatkan peluang tersebut untuk terus meningkatkan pangsa pasarnya.

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 10 Februari 2010, dengan pengujian

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Yanti, SE. MM	Drs. H. Suhardi Indra	Suziana, SE, MM

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen : **Dr. Harif Amali Rivai, SE. MSi**
NIP. 132 164 008


Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftarkan ke fakultas dan telah mendapat Nomor Alumnus:

Petugas Fakultas / Universitas		
No Alumni Fakultas:	Nama:	Tanda tangan:
No Alumni Universitas:	Nama:	Tanda tangan:

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sektor transportasi merupakan salah satu sarana pendukung dalam kegiatan pembangunan. Dengan adanya peningkatan jumlah dan kualitas dari sarana transportasi akan mempengaruhi kehidupan masyarakat, karena dengan tersedianya sarana transportasi yang semakin baik tersebut dapat meningkatkan kelancaran kegiatan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam kegiatan pemasaran produk perusahaan, sarana transportasi juga merupakan faktor yang sangat penting dalam mendukung kegiatan pemasaran tersebut, karena dengan adanya transportasi yang baik, arus perdagangan barang atau jasa akan berjalan dengan lancar. Pemanfaatan sarana transportasi di segala bidang akan meningkatkan efisiensi dan produktifitas, sehingga meningkatkan dan memperkuat daya saing.

Salah satu sarana transportasi yang semakin populer dan meluas penggunaannya adalah sepeda motor. Permintaan masyarakat akan sepeda motor terus mengalami peningkatan, di samping karena jumlah penduduk yang semakin meningkat dan juga adanya peningkatan pendapatan masyarakat. Peningkatan permintaan sepeda motor ini, selain karna harganya yang terjangkau juga karena pengoperasian, perawatan, pemeliharaannya yang lebih efisien, dan lebih irit bahan bakar. Semakin banyak dan terus berkembangnya kegiatan usaha dalam masyarakat juga merupakan faktor yang menyebabkan terus meningkatnya permintaan akan sepeda motor.

Dewasa ini penggunaan sepeda motor sebagai sarana transportasi sudah meluas di berbagai kalangan masyarakat seperti pegawai negeri, petani, pedagang, bahkan sebagian besar para pelajar dan bahkan mahasiswa pun menggunakan sepeda motor sebagai

transportasinya ke sekolah. Apalagi pada saat sekarang ini, masyarakat diberi kemudahan dalam membeli sepeda motor yaitu dengan adanya pembelian sepeda motor secara kredit (angsuran) dengan syarat – syarat yang ditetapkan oleh masing – masing perusahaan yang memproduksi berbagai merek sepeda motor tersebut dan syarat – syarat itu tidak terlalu memberatkan bagi pembeli. Sehingga dengan adanya system kredit ini masyarakat merasa mampu dan tidak kesulitan dalam membeli sepeda motor, jika di bandingkan dengan membeli secara tunai. Pemberian kredit ini tentunya mendorong masyarakat untuk melakukan pembelian terhadap sepeda motor.

Dengan semakin meluasnya pemakain sepeda motor dikalangan masyarakat, hal ini merupakan suatu peluang yang baik bagi produsen dan pemasar sepeda motor. Namun hal ini juga yang akan menimbulkan persaingan yang semakin kuat dalam merebut pangsa pasar oleh perusahaan – perusahaan tersebut. Persaingan juga semakin ketat dengan dipasarkannya merek – merek baru dari sepeda motor tersebut, seperti yang kita lihat sekarang ini.

Untuk wilayah Pasaman Timur, terdapat berbagai merek sepeda motor yang di pasarkan antara lain: Suzuki, Yamaha, Honda dan beberapa sepeda motor produksi China dan Korea seperti: KTM, Tossa, Beijing dan Nassa. Sepeda motor dengan berbagai merek ini di pasarkan oleh masing – masing dealernya.

CV. Boy Karya Motor merupakan dealer yang memasarkan sepeda motor merek Honda di Pasaman Timur., yang juga memasarkan spart part asli Honda. Dalam memasarkan produk sepeda motor ini, penjualan produk di perusahaan ini selalu mengalami peningkatan. Hal ini dapat diketahui dari penjualan motor Honda selama lima tahun terakhir pada table berikut :

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan dan analisis yang telah diuraikan pada bab – bab sebelumnya, penulis dapat membuat suatu kesimpulan yaitu:

1. CV. Boy Karya Motor merupakan sub dealer sepeda motor Honda, pada awal berdirinya adalah sebuah usaha yang menjual sepeda motor bekas di Lubuk Sikaping. Namun pada tahun 1997-1998 kegiatan usaha tersebut semakin berkembang yaitu menjual sepeda motor yang baru. Pada tahun 2002 CV. Boy Karya Motor resmi ditunjuk CV. Hayati sebagai sub dealer sepeda motor Honda untuk daerah Pasaman.
2. CV. Boy Karya Motor mempunyai pangsa pasar yang terbesar. Ini terlihat dari market share sepeda motor Honda di Pasaman pada tahun 2008 yaitu sebesar 45,2 %, dan diikuti oleh market share sepeda motor Suzuki sebesar 38,1 %, dan sepeda motor Yamaha sebesar 16,7 %.
3. Segmentasi pemasaran sepeda motor Honda pada CV. Boy Karya Mtor tergolong pada segmentasi geografis.
4. Penduduk yang menjadi pasar sasaran CV. Boy Karya Motor adalah masyarakat sejahtera. Selain menyediakan sepeda motor Honda, CV. Karya Boy Motor juga menyediakan suku cadang asli buatan Honda, bengkel untuk service dan perbaikan sepeda motor pelanggan.
5. Potensi penjualan dan peluang pasar sepeda motor Honda cukup besar untuk masa yang akan datang, sehingga CV. Boy karya Motor dapat memanfaatkan peluang tersebut untuk terus meningkatkan pangsa pasarnya. Peluang pasar yang

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 2007. *Marketing Management*. Edisi Dua Belas (Jilid 1). Terjemahan (Molan, Benjamin). Indonesia : PT. Indeks.
- Kotler, Philip. 2007. *Marketing Management*. Edisi Dua Belas (Jilid 2). Terjemahan (Molan, Benjamin). Indonesia : PT. Indeks.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management*. edisi millenium. Terjemahan (Molan, Benjamin). Jakarta : Prenhallindo.
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Swastha DH, Basu dan Irawan, *Manajemen pemasaran moderen*, liberty, Yogyakarta, 2000.
- Kasali, Rhenald. *Membidik Pasar Indonesia (Segmentasi, Targeting, Positioning)*. PT. Gramedia Pustaka, Jakarta, 1998.
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi*. Rajawali Pers, Jakarta, 1987.
- J. Stanton, William. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Edisi Kelima, Erlangga, Jakarta, 1997.
- Soekanto. *Kebijaksanaan Perusahaan*, BPFE, Yogyakarta, 1982.
- Robinson. 2000. *Strategic Management: Formulation, Implemantion, and Control*. Seven Edition. Malaysia: MC Grow-Hill.
- Kotler, Philip, and Armstrong Gery. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jilid I dan II, edisi ke delapan. Penerbit : PT. Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management*, terjemahan : The Millenium Edition, Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran Analisis dan Perencanaan dan Pengendalian*, edisi Millenium : Jilid I dan II edisi baru. Penerbit : PT. Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran I edisi Millenium*. Penerbit : PT. Prend halindo, Jakarta.
- Puradisasra. 1996. *Pemasaran dalam Perspektif Indonesia*. Penerbit : PT. Bumi Aksara, Jakarta.