

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan *Low Cost Green Car (LCGC)* Toyota Agya di Kota Bandung

The Factors which Affect Demand of Low- Cost Green Car of Toyota Agya in Bandung

¹ Afina Nurfithriya, ²Westi Riani, ³Dewi Rahmi

^{1,2,3} *Prodi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan bisnis, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116
email:¹afinanurfithriya@gmail.com*

Abstract. The increasing sales of car from year to year reflected the necessity for transportation vehicles. The increasing of car sales have impact on improving innovations created by car makers to get customers. One of the innovations is low-cost and environmental friendly car or low cost green car (LCGC) which has increasing its sales and favoured by customers. The Minister of Industry regulations number 33/M-IND/Per/7/2013 regulate manufacturing procedures of Low Cost Green Car (LCGC). Since it's been released on September 2013, Low Cost Green Car (LCGC) has sold out, particularly LCGC Toyota Agya which has numerous demand Bandung. It happened due to factors such as car price factor which gave big influence for customers, oil (pertamax) price, income, and interest. This research aims to describe customers behaviour which influencing selected demand of respondents to use LCGC Toyota Agya car. Data collecting technic uses secondary and primary data. Data processing uses Likert scale to help arranging the content of this research. Result of the research showed that all factors of customers behaviour generally influenced customers themselves. Nevertheless, the dominant factors are interest and price and interest becomes the most influencing factor in choosing Toyota Agya car.

Key word: customer behaviour, Low Cost Green Car (LCGC), customer demand

Abstark. Peningkatan penjualan mobil dari tahun ke tahun mencerminkan kebutuhan akan alat transportasi terutama mobil semakin meningkat yang berdampak pada banyaknya inovasi yang dilakukan oleh produsen mobil untuk memperoleh konsumen. Salah satu inovasinya adalah membuat mobil murah dan ramah lingkungan atau mobil low cost green car (LCGC) yang penjualannya semakin meningkat dan diminati oleh konsumen. Sejak munculnya peraturan menteri perindustrian nomor 33/M-IND/Per/7/2013 yang mengatur tata produksi Low Cost Green Car (LCGC). Sejak di luncurkan pada bulan September 2013 mobil Low Cost Green Car (LCGC) sudah laris, khususnya mobil LCGC Toyota Agya di Kota Bandung memiliki permintaan yang sangat banyak. Hal ini dikarenakan, masyarakat sangat di pengaruhi oleh faktor harga mobil itu sendiri, harga bahan bakar minyak (pertamax), pendapatan, dan selera. Penelitian ini bertujuan untuk memberi gambaran faktor-faktor perilaku konsumen yang dapat mempengaruhi permintaan pilihan responden untuk menggunakan mobil LCGC Toyota Agya. Teknik pengumpulan data menggunakan data sekunder dan juga menggunakan data primer. Dengan teknik pengolahan data menggunakan skala likert sehingga dapat membantu dalam penyusunan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum semua faktor perilaku konsumen sangat mempengaruhi konsumen, namun terdapat faktor yang paling dominan diantaranya adalah pada faktor selera dan faktor harga namun yang paling dominan adalah faktor selera konsumen dalam menggunakan mobil Toyota Agya.

Kata kunci : perilaku konsumen, Low Cost Green Car (LCGC) dan permintaan konsumen

A. Pendahuluan

Peran industri otomotif terutama industri mobil berperan penting sebagai alat transportasi yang dapat menunjang kebutuhan mobilitas masyarakat dalam kegiatan sehari-hari termasuk kegiatan yang dilakukan untuk membangun sebuah negara. Masyarakat Indonesia termasuk konsumen yang memiliki antusias yang tinggi terhadap mobil apabila dilihat berdasarkan data penjualan mobil dari tahun ke tahun [8]. Penjualan mobil yang cenderung semakin meningkat mencerminkan bahwa kebutuhan masyarakat akan alat transportasi juga mengalami peningkatan sehingga menimbulkan persaingan bisnis di bidang industri mobil yang semakin ketat dan menyebabkan produsen mobil semakin berinovasi untuk membuat mobil yang berkualitas dengan desain yang menarik. Hal itu terlihat dengan semakin beraneka ragamnya jenis dan merek mobil yang ada di Indonesia sehingga membuat konsumen harus selektif dalam melakukan pembelian.

Munculnya Peraturan Menteri Perindustrian (Permenperin) No. 33/M-IND/PER/7/2013 tentang Pengembangan Produksi Kendaraan Bermotor Roda Empat yang Hemat Energi dan Harga Terjangkau membuat produsen mulai memproduksi mobil dengan konsep harga murah dan ramah lingkungan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan. Hingga saat ini sudah cukup banyak jenis mobil LCGC yang beredar di pasar otomotif Indonesia dengan harga yang terjangkau dan produk yang berkualitas dimana saat ini ada 5 pabrikan besar otomotif yang memasarkan mobil LCGC di Indonesia seperti Toyota dengan merek Toyota Agya, Daihatsu dengan Daihatsu Ayla, Honda dengan Honda Brio Satya, Suzuki dengan Karimun Wagon R, serta Nissan dengan Datsun Go Panca dan Datsun Go+ Panca. Selaras dengan perkembangan jaman dan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap alat transportasi khususnya mobil menjadikan sesuatu yang positif bagi perusahaan otomotif terutama mobil LCGC.

Salah satunya produk Toyota yang mendominasi pasar dan begitu diminati oleh banyak konsumen adalah Toyota Agya. Mobil Toyota Agya merupakan mobil yang banyak dicari oleh konsumen khususnya di Kota Bandung

Menghadapi permintaan mobil Toyota Agya yang terus meningkat di kalangan masyarakat kota Bandung untuk mobil LCGC Toyota Agya, maka menjadi penting saat ini untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan mobil LCGC Toyota Agya di Kota Bandung.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh, pendapatan dan selera terhadap permintaan mobil LCGC Toyota Agya di Kota Bandung.

B. Landasan Teori

Pengertian Permintaan

Permintaan seseorang terhadap suatu barang dapat diartikan sebagai banyaknya barang tersebut yang diinginkan dan dapat dimiliki oleh orang tersebut pada suatu periode tertentu sebagai barang ekonomi. Kualitas atau kuantitas barang yang dimiliki seseorang tergantung harga barang tersebut sehingga pada tingkat harga tertentu orang dapat meminta barang dengan jumlah tertentu juga. Menurut Tati S. Joesron (2012), permintaan adalah barang yang diminta pada berbagai tingkat harga pada suatu waktu tertentu. Dalam suatu perekonomian permintaan merupakan keinginan dari masyarakat sebagai konsumen. Keinginan konsumen untuk membeli suatu barang dan jasa di pasar sangat tinggi, tetapi pada kenyataannya kemampuan konsumen untuk

memenuhi keinginan tersebut sangat terbatas. Permintaan terhadap komoditi berasal dari keinginan dan kemampuan konsumen untuk membeli komoditi tersebut. Menurut teori permintaan konsumen, jumlah komoditi yang diminta bergantung pada atau merupakan fungsi dari harga komoditi itu sendiri, harga komoditi lain yang berhubungan dengan komoditi itu (komoditi substitusi atau komoditi komplementer), pendapatan konsumen, selera, dan sebagainya.

Permintaan seseorang atau masyarakat terhadap suatu barang ditentukan oleh banyak faktor, antara lain; harga barang itu sendiri, harga barang lain yang mempunyai kaitan erat dengan barang tersebut, pendapatan masyarakat, cita rasa masyarakat dan jumlah penduduk maka dapat dikatakan bahwa permintaan terhadap suatu barang dipengaruhi oleh banyak variabel (Nicholson, 2005).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 1. Kontinum Data Untuk Permintaan
Mobil Toyota Agya Di Kota Bandung

Indikator	Nilai Skor Kontinum	Keterangan
Faktor Harga mobil Toyota Agya	379,8	Setuju
Faktor Harga Bahan Bakar Minyak (Pertamax)	362,25	Sejutu
Faktor Pendapatan	347,75	Setuju
Faktor selera	384	Sejutu

Sumber : Data Diolah (dalam lampiran)

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan kepada para pengguna mobil Toyota Agya, menunjukkan bahwa secara umum semua faktor sangat mempengaruhi masyarakat untuk memilih mobil Toyota Agya. namun terdapat faktor selera yang memiliki peringkat sebesar 1920 dengan nilai skor rata-rata faktor selera masyarakat sebesar 384 berada pada daerah nyaris sangat setuju. Selanjutnya faktor harga yang berada pada peringkat kedua adalah sebesar dengan nilai skor rata-rata berada di daerah setuju sebesar 379,8 yang didominasi oleh harga mempengaruhi minat beli. Responden berpendapat bahwa mereka setuju faktor pendapatan mempengaruhi responden dalam memilih mobil Toyota Agya dengan jumlah skor sebanyak 1391, sehingga nilai rata-rata kontinum data responden didapat sebesar 347,75 berada di daerah setuju. Secara umum faktor harga bahan bakar minyak pun mempengaruhi keputusan responden dalam memilih mobil Toyota terbukti pada jumlah nilai skor frekuensi responden sebesar 1449 dengan nilai rata-rata kontinum sebesar 362,25 berada pada posisi setuju.

D. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya dan sesuai dengan data-data yang telah diperoleh selama penelitian berlangsung, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Secara keseluruhan semua faktor sangat mempengaruhi responden dalam memilih mobil LCGC Toyota Agya, namun faktor yang paling dominan adalah faktor selera yang sangat mempengaruhi responden dalam memilih mobil LCGC Toyota Agya, dengan nilai rata-rata kontinum sebesar 384.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka penulis berharap bahwa :

1. Pemerintah diharapkan mampu mengawasi kebijakan yang sudah ada, agar kebijakan LCGC bisa terus di tingkatkan dan agar bisa mengurangi bahan bakar minyak bersubsidi dan pemerintah harus memberikan sosialisasi yang lebih kepada masyarakat terutama di kota Bandung
2. Diharapkan para pengguna mobil LCGC terutama pengguna mobil Toyota Agya bisa mengikuti aturan yang telah pemerintah buat, seperti menggunakan bahan bakar minyak pertamax.

Daftar Pustaka

Sudarsono. 1990. *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: LP3ES.

_____. 1983. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: LP3ES.

Swara, G. Y. 2014. *sistem pakar pemilihan mobil murah ramah lingkungan (low cost green car)*. Padang: Jurnal.