

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan produk sukses dan karakter kesuksesannya dengan membandingkan antara satu produk dengan produk yang lain di kelasnya dalam hal kinerja aktual produk, persepsi pelanggan dan faktor-faktor pendukung persaingan yang lain. Kelas atau kategori sepeda motor yang dianalisis kesuksesannya adalah sepeda motor kelas bebek 100-110 cc, kelas bebek 125 cc ke atas dan kelas *sport*.

Analisis yang dilakukan pada penelitian ini adalah persaingan bisnis sepeda motor pada kurun waktu lima tahun terakhir. Kesuksesan produk diukur dari besarnya pangsa pasar atau *market share* produk sepeda motor di kelasnya. Angka penjualan sepeda motor yang digunakan yaitu angka penjualan dari bulan Januari 2007 hingga November 2007. Analisis diawali dengan pemilihan produk yang penting untuk dianalisis karakteristiknya dengan menggunakan analisis pareto, yaitu mengambil produk yang termasuk dalam 80 % angka total penjualan, selanjutnya dari produk sepeda motor yang diperoleh dilakukan analisis perbandingan faktor persaingan kinerja aktual produk, perbandingan persepsi pelanggan yang dilakukan dengan survei ke sejumlah responden di Yogyakarta, Jakarta dan Surabaya, dilanjutkan dengan analisis faktor persaingan pendukung seperti jaringan *dealer* resmi ATPM, strategi komunikasi ATPM, dan peluncuran produk. Analisis lebih lanjut dilakukan dengan menggunakan alat yaitu kanvas strategi untuk memetakan faktor-faktor persaingan yang ada.

Produk yang sukses berdasarkan *market share* untuk kelas bebek 100-110 cc yaitu Honda Revo. Karakteristik produk sukses di kelas ini yaitu (1) Mudah dikendarai, (2) Harga produk yang murah, (3) Bahan Bakar yang irit, (4) Desain Produk yang menarik, (5) Teknologi dan fitur ekstra yang lengkap, (6) Loyalitas dan nama besar merek. Atribut yang unggul jauh melebihi yang lain yaitu teknologi dan fitur ekstra dan jaringan *dealer*.

Produk yang sukses berdasarkan *market share* untuk kelas bebek 125 cc ke atas yaitu Honda Supra X 125. Karakteristik produk sukses di kelas ini yaitu (1) Desain *body* menarik, (2) Mudah dikendarai, (3) Bahan bakar yang irit, (4) Harga produk yang sedang (tidak terlalu mahal), (5) Harga suku cadang yang murah. Atribut yang unggul jauh melebihi yang lain yaitu keiritan bahan bakar, harga suku cadang yang murah dan jumlah *dealer*.

Produk yang sukses berdasarkan *market share* untuk kelas *sport* yaitu Honda New Mega Pro. Karakteristik produk sukses di kelas ini yaitu (1) Tampilan motor, (2) Desain, fitur dan model yang menarik, (3) Teknologi dan fitur ekstra yang lengkap, (4) Harga yang sedang, (5) Performa kecepatan dan akselerasi yang sedang, (6) Harga suku cadang yang murah dan mudah didapat. Atribut yang unggul jauh melebihi yang lain) yaitu teknologi dan fitur ekstra, nama besar merek dan jumlah *dealer*.

Berdasar survei yang dilakukan, pengaruh media elektronik sangat besar dalam memberikan informasi kepada konsumen, media informasi lain yang juga mempengaruhi minat beli konsumen yaitu pameran dan brosur.

Kata kunci : *market share*, analisis pareto, kanvas strategi