

**Daya Saing Toyota dan Honda dalam Struktur Pasar Industri
Kendaraan Bermotor Roda Empat Atau Lebih (ISIC 29100)
di Indonesia Tahun 2015-2020**



Skripsi Oleh:

Tezar Ramanda Putra

01021281823167

EKONOMI PEMBANGUNAN

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
2022**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**DAYA SAING TOYOTA DAN HONDA DALAM STURKTUR PASAR INDUSTRI
KENDARAAN BERMOTOR RODA ATAU LEBIH (ISIC 29100) DI INDONESIA
TAHUN 2015-2020**

Disusun Oleh

Nama : Tezar Ramanda Putra
Nomor Induk Mahasiswa : 01021281823167
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Ekonomi Pembangunan
Bidang Kajian/Konsentrasi : Ekonomi Industri

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

TANGGAL PERSETUJUA N

Tanggal : 30 Mei 2022

Tanggal : 25 Mei 2022

DOSEN PEMBIMBING



30/05/22

Ketua : Dr. Mukhlis, S.E., M.Si
NIP : 197304062010121001



Anggota : Deassy Apriani, S.E., M.Si
NIDN : 0009049108

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

DAYA SAING TOYOTA DAN HONDA DALAM STRUKTUR PASAR INDUSTRI KENDARAAN BERMOTOR RODA EMPAT ATAU LEBIH (ISIC 29100) DI INDONESIA TAHUN 2015-2020

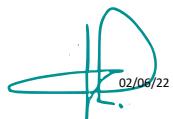
Disusun oleh

Nama : Tezar Ramanda Putra
NIM : 01021281823167
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Ekonomi Pembangunan
Bidang Kajian/Konsentrasi : Ekonomi Industri

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 23 Juni 2022 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Indralaya, 02 Juni 2022

Ketua



02/06/22

Dr. Mukhlis, S.E., M.Si
NIP. 197304062010121001

Anggota



Deassy Apriani, S.E., M.Si
NIDN. 0009049108

Anggota



A. 2.

Drs. Muhammad Teguh, M.Si
NIP. 196108081989031003

Mengetahui
Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan



02/06/22

Dr. Mukhlis, S.E., M.Si
NIP. 197304062010121001

JUR. EK. PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI UNDIP
14-7-2022

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Nama : Tezar Ramanda Putra
Nim : 01021281823167
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Ekonomi Pembangunan
Bidang Kajian : Ekonomi Industri

Menyatakan dengan sesuguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul: "Daya Saing Toyota dan Honda Dalam Struktur Pasar Industri Kendaraan Bermotor Roda Empat Atau Lebih (ISIC 29100) di Indonesia Tahun 2015-2020"

Pembimbing :

Ketua : Dr. Mukhlis, S.E., M.Si
Anggota : Deassy Apriani, S.E., M.Si

Tanggal Ujian : 23 Juni 2022

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila pernyataan saya tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar keserjanaan .

Indralaya, 08 Juli 2022

Penulis



Tezar Ramanda Putra
NIM. 01021281823167

ASLI
JUR. EK. PEMBANGUNAN 14-7-2022
FAKULTAS EKONOMI UNDIP

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. atas ridanya sehingga penulis mampu menyelesaikan dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi ini berjudul “Daya Saing Toyota dan Honda dalam Struktur Pasar Industri Kendaraan Bermotor Roda Empat atau Lebih (ISIC 29100) di Indonesia Tahun 2015-2020”. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini yaitu untuk menyelesaikan pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya untuk memperoleh gelar Strata saty (S-1) Ekonomi.

Selama penulisan dan pelaksanaan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam beberapa komponen, oleh sebab itu penulis berharap diberi kritik dan saran yang membangun dari para pembaca sehingga penyempurnaan pada skripsi ini dapat dilakukan. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat positif bagi pihak yang membacanya.

Indralaya, 25 Mei 2022
Penulis



Tezar Ramanda Putra
NIM. 01021281823167

UCAPAN TERIMAKASIH

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Skripsi di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. Tidak dapat disangkal bahwa butuh usaha yang keras dalam penyelesaian penggerjaan skripsi ini. Namun, karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta di sekeliling saya yang mendukung dan membantu. Terima kasih saya sampaikan kepada:

1. Rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan kurunia kepada tim penulis yang senantiasa menyusun skripsi ini, serta kepada Nabi Muhammad SAW.
2. Untuk kedua orangtua, Bapak Apriadi dan Ibu Hendriani, terimakasih atas doa, nasihat, perhatian dan dukungan yang telah mereka berikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Anis Saggaff, MSCE Selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Prof. Dr. M. Adam, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Dr. Mukhlis, S.E, M.Si dan Ibu Deassy Apriani, S.E, M.Si selaku Dosen pembimbing, terima kasih telah memberikan bimbingan dan senantiasa mencurahkan tenaga, waktu, dan pemikiran, serta sabar dalam proses penyusunan skripsi ini.

6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama kuliah dan seluruh staf yang selalu sabar melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.
7. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Pembangunan Angkatan 2018 dan semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu dalam penyusuan skripsi ini..

Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapat berkah dari Allah Swt. Penulis sangat sadar bahwa skripsi ini mempunyai banyak kekurangan, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Indralaya, 25 Mei 2022
Penulis



Tezar Ramanda Putra
NIM. 01021281823167

ABSTRAK

DAYA SAING TOYOTA DAN HONDA DALAM STRUKTUR PASAR INDUSTRI KENDARAAN BERMOTOR RODA EMPAT ATAU LEBIH (ISIC 29100) DI INDONESIA TAHUN 2015-2020

Oleh :

Tezar Ramanda Putra; Mukhlis; Deassy Apriani

Industri kendaraan bermotor roda empat atau lebih mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Persaingan antara Toyota dan Honda dalam penguasaan pasar apakah akan memicu terjadinya pergeseran struktur pasar. Penelitian ini berfokus pada penjualan Toyota dan Honda serta penguasaan pasar mereka di industri kendaraan bermotor roda empat atau lebih. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing Toyota dan Honda dalam struktur pasar industri kendaraan bermotor atau lebih di Indonesia dengan mengukur daya saing Toyota dan Honda dengan pertumbuhan penjualan dan struktur pasar industri kendaraan bermotor roda empat atau lebih dengan metode *Concentration Ratio* (CR4). Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa daya saing Honda lebih besar dibandingkan dengan Toyota dan struktur pasar industri kendaraan bermotor roda empat di Indonesia tahun 2015-2019 termasuk dalam pasar oligopoli penuh sedangkan tahun 2020 strukturnya termasuk pasar oligopoli moderat tinggi. Industri kendaraan bermotor atau lebih di Indonesia memiliki pasar persaingan oligopoli yang dikuasai oleh Toyota, Honda, Daihatsu dan Suzuki, sehingga sangat diperlukan pemberantasan supaya industri ini menjadi lebih kompetitif.

Kata Kunci: Daya Saing, Struktur Pasar, Pertumbuhan Penjualan, Konsentrasi Pasar (CR4).

Ketua,



08/07/22

Dr.Mukhlis, S.E., M.Si
NIP.197304062010121001

Anggota,



Deassy Apriani, S.E., M.Si
NIDN.0009049108

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan



08/07/22

Dr.Mukhlis, S.E., M.Si
NIP.197304062010121001

ABSTRACT

TOYOTA AND HONDA COMPETITIVENESS IN THE MARKET STRUCTURE OF THE FOUR OR MORE WHEEL MOTOR VEHICLES INDUSTRY (ISIC 29100) IN INDONESIA 2015-2020

By :

Tezar Ramanda Putra; Mukhlis; Deassy Apriani

The motorized vehicle industry of four or more wheels is experiencing a fairly rapid growth. The competition between Toyota and Honda in controlling the market will trigger a shift in the market structure. This research focuses on the sales of Toyota and Honda and their market share in the four or more wheeled motor vehicle industry. This study aims to analyze the competitiveness of Toyota and Honda in the market structure of the automotive industry or more in Indonesia by measuring the competitiveness of Toyota and Honda with sales growth and the market structure of the automotive industry with four or more wheels using the Concentration Ratio (CR4) method. The results of the research analysis show that Honda's competitiveness is greater than that of Toyota and the market structure of the four-wheeled motor vehicle industry in Indonesia in 2015-2019 is included in a full oligopoly market, while in 2020 the market structure is a moderate to high oligopoly market. The automotive industry or more in Indonesia has an oligopoly competitive market which is controlled by Toyota, Honda, Daihatsu and Suzuki, so that improvements are needed to make this industry more competitive.

Keywords: Competitiveness, Market Structure, Sales Growth, Market Concentration (CR4).

Chairman,



Dr. Mukhlis, SE, M.Si
NIP.197304062010121001

Member,



Deassy Apriani, SE, M.Si
NIDN.0009049108

Acknowledge by,
Head of the Department of Development



Dr. Mukhlis, SE, M.Si
NIP.197304062010121001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



NAMA : Tezar Ramanda Putra
NIM : 01021281823167
Tempat/Tanggal Lahir : Pedamaran III, 16 Desember 2000
Alamat : Jalan Gerilya No 3, RT.001 RW.003,
Pedmaran III, Kecamatan Pedamaran,
Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan

No. Handphone : 082258847750 / 082273002395
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Status : Belum Menikah
Tinggi Badan : 170 cm
Berat Badan : 58 kg
Email : ndatezar@gmail.com / tezarramandaputra2000@gmail.com

Riwayat Pendidikan

- 2006 - 2012 : SD Negeri 8 Pedamaran
- 2012 - 2015 : SMP Negeri 1 Pedamaran
- 2015 - 2018 : SMA Negeri 2 Kayuagung
- 2018 - 2021 : Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi,
Universitas Sriwijaya

Pengalaman Organisasi

- Staf Muda Dinas PPSDM BEM KM FE UNSRI 2018-2019
- Staf Ahli Dinas Hubungan Eksternal BEM KM FE UNSRI 2019-2020
- Kadiv PPSDM HMBS OKI UNSRI 2019-2020
- Wakil Ketua BO KEIMI FE UNSRI 2019-2020

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
 BAB I Pendahuluan	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Masakah	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
 BAB II Tinjauan Pustaka.....	 10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Konsep Ekonomi Industri	10
2,1,2 Daya Saing	11
2.1.2.1 Definisi Daya Saing	11
2.1.2.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing	12
2.1.2.3 Indikator Daya Saing	12
2.1.3 Teori Organisasi Industri	14
2.1.4 Struktur Industri	15
2.1.5 Pangsa Pasar.....	20
2.1.6 Konsentrasi Pasar	21
2.1.7 Hambatan Masuk Pasar.....	22
2.1.8 Kekuatan Pasar.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu	23

2.3 Kerangka Pikir	25
2.4 Hipotesis Sementara	26
BAB III Metodologi Penelitian	27
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	27
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.3 Jenis dan Sumber Data	28
3.4 Batasan Variabel	28
3.4.1 Definisi Konseptual.....	28
3.4.1.1 Industri	28
3.4.1.2 Industri Kendaraan Bermotor Roda Empat Atau Lebih.....	28
3.4.2 Definisi Operasional.....	29
3.4.2.1 Pangsa Pasar.....	29
3.4.2.2 Konsentrasi Pasar	29
3.5 Teknik Analisis	29
3.5.1 Pertumbuhan Penjualan.....	30
3.5.2 Pangsa Pasar.....	30
3.5.3 Rasio Konsentrasi	30
BAB IV Hasil dan Pembahasan	32
4.1 Gambaran Umum	32
4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan	42
4.2.1 Analisis Daya Saing	44
4.2.2 Analisis Struktur Pasar.....	46
BAB V Kesimpulan dan Saran	51
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran.....	52
Daftar Pustaka.....	53
Lampiran	58

DAFTAR TABEL

1.1 Jumlah Penjualan 10 Brand Kendaraan Bermotor Roda Empat Atau Lebih Di Indonesia Tahun 2015-2020(dalam unit)	5
2.1 Jenis Jenis Struktur Pasar	16
4.1 Jumlah Penjualan Terbesar Kendaraan Bermotor Roda Empat Atau Lebih Di ASEAN Tahun 2015-2020 (dalam Unit)	34
4.2 Jumlah Kendaraan Bermotor Roda Empat Atau Lebih Di Indonesia Tahun 2015-2020(dalam unit)	36
4.3 Pertumbuhan Ekspor dan Impor Kendaraan Bermotor Roda Empat Atau Lebih Indonesia Tahun 2015-2020 (dalam persen).....	38
4.4 Jumlah Produksi Toyota dan Honda Tahun 2015-2020 (dalam unit)	42
4.5 Pangsa Pasar 10 Brand Kendaraan Bermotor Roda Empat Atau Lebih Di Indonesia Tahun 2015-2020 (dalam unit)	46
4.6 Deskripsi CR4 Industri Kendaraan Bermotor Roda Empat Di Indonesia Tahun 2015-2020	49

DAFTAR GAMBAR

1.1 Pertumbuhan Brand Industri Kendaraan Bermotor Roda Empat Atau Lebih Di Indonesia Tahun 2015-2020(dalam unit)	3
2.1 Kerangka Konseptual	25
4.1 Pertumbuhan Penjualan Toyota dan Honda Tahun 2015-2020	44
4.2 Nilai Konsentrasi Industri Kendaraan Bermotor Roda Empat atau Lebih Dengan CR4 Tahun 2015-2020	48

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan zaman saat ini diiringi oleh industri yang telah mencapai era revolusi industri 4.0. Menurut Merkel (2014) [revolusi industri 4.0](#) adalah transformasi komprehensif dari keseluruhan aspek produksi di industri, melalui penggabungan teknologi digital dan internet dengan industri konvensional. Indonesia sendiri telah menerapkan industri 4.0, saat ini industri kendaraan bermotor roda empat atau lebih menjadi salah satu bagian dari perkembangan industri 4.0, adanya kendaraan bermotor roda empat atau lebih membuat mobilitas manusia menjadi lebih mudah, tentu hal itu membuat industri tersebut menjadi prioritas pengembangan. Industri kendaraan bermotor roda empat atau lebih ini sangat digemari oleh masyarakat karena dijadikan sebagai transportasi maupun hobi oleh masyarakat Indonesia sehingga industri ini menjadi penyumbang ekonomi nasional.

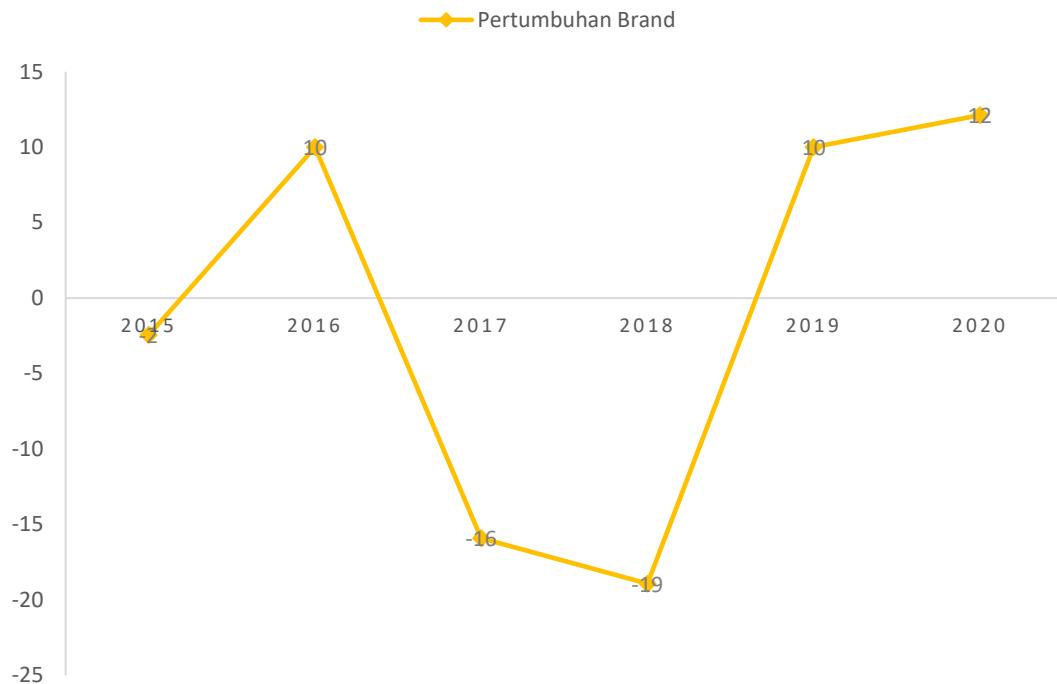
Menurut Rachmawati dan Rismayani (2018) sektor industri yang menyumbang ekonomi terbesar adalah industri kendaraan bermotor roda empat atau lebih yang telah berkembang sangat pesat, terlihat dari banyaknya *brand* yang masuk dan membuat persaingan semakin ketat. *Brand* yang banyak diharapkan membuat persaingan yang

terjadi bisa menjadi lebih sehat, tetapi pada kenyataannya pasar ini dikuasai oleh beberapa *brand*.

Industri ini memiliki pertumbuhan yang sangat pesat, maka pengetahuan akan struktur dan persaingan sangat perlu dipelajari dengan konteks yang lebih dalam. Dengan pengetahuan yang baik maka permasalahan yang muncul dapat diatasi dengan baik, sehingga persaingan menjadi lebih sehat.

Gaikindo (2018) juga membeberkan ragam permasalahan industri kendaraan bermotor roda empat atau lebih yaitu saling sikut menyikut antar *brand* dan perang harga, membuat peta persaingan menjadi sangat ketat, masing masing *brand* berusaha mengamankan pangsa pasar mereka. Ada lima *brand* yang sangat bersaing ketat yaitu Toyota, Honda, Daihatsu, Mitsubishi dan Suzuki. Kementerian Perindustrian (2012) menyebutkan beberapa permasalahan yang cukup besar, permasalahan ini berasal dari dalam negeri tentang penyediaan komponen, komponen domestik selalu stagnan sehingga membuat ketergantungan terhadap komponen impor seperti piston, transmisi, dan blok silinder.

Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (2021) memproyeksikan target penjualan kendaraan bermotor roda empat atau lebih dari pabrikan ke dealer (*wholesales*) tahun 2021 bisa mencapai 750 ribu unit, naik sekitar 40,97 persen, dibanding tahun 2020 yang target penjualannya diproyeksikan sebesar 532,027 unit.



Gambar 1.1 Pertumbuhan *Brand* Industri Kendaraan Bermotor Roda Empat Atau Lebih di Indonesia 2015-2020

Sumber : Gaikindo (2021)

Berbagai macam pabrikan kendaraan tergabung dalam GAIKINDO (Gabungan Industri Kendaraan Bermotor di Indonesia), diantaranya Toyota, Daihatsu, Honda, Suzuki, Mitsubishi Fuso, Nissan, Isuzu, Hino, Datsun, Mazda,Wuling, Fiat dan 25 *brand* lainnya.

Perkembangan *brand* kendaraan bermotor roda empat atau lebih di Indonesia telah berkembang secara fluktuatif. Tahun 2017 jumlah *brand* turun sebesar 16 persen dan turun sebesar 19 persen pada 2018. Menurut Firmansyah (2021), di Indonesia terdapat beberapa *brand* impor yang mewah seperti Chevrolet, Fiat, Ford, Opel, Renault, Volkswagen dan *brand* mewah lainnya. Tingginya harga *brand* tersebut

membuat merosotnya pasar mereka di Indonesia, menurut Sambur *et al* (2015) pajak penjualan atas barang barang mewah (PPnBM) yang dikenakan pemerintah sangat tinggi, terutama pada tipe sedan kecil yang terkena pajak 30 persen.

Industri kendaraan bermotor roda empat atau lebih di indonesia mengalami penurunan, menurut Manggalani (2019) penurunan ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti sedikitnya variasi mobil yang dikeluarkan dan permintaan kenaikan upah minimum rata rata. Maka setiap *brand* harus berlomba lomba untuk meningkatkan penjualan mereka, dengan berbagai cara baik desain, kualitas, harga dan segmentasi pasar.

Saat ini ada berbagai jenis kendaraan bermotor roda empat atau lebih yang ada di Indonesia, mulai dari *sport car* yang biasanya memiliki desain elegan yang bongsor dan lebar, dengan *ground clearance* rendah, dilengkapi mesin 700 *HP*. *SUV* yang memiliki 4 roda penggerak dengan profil ban besar dan ada ban cadangan dibagian belakang dengan desain kekar. *Convertible* dengan ciri ciri khusus berbentuk mungil dan dapat membuka kap atas. *Coupe* dengan ciri ciri memiliki dua pintu dan desain atap lebih rendah ke bawah. *Hatchbag* dengan ciri ciri ruang bagasi dan penumpang menyatu. *MPV* adalah kendaraan dengan desain besar dan mampu menampung banyak orang yang mengedepankan kenyamanan. *Station Wegan* adalah kendaraan yang panjang dengan bagasi luas. Sedan dengan desain yang mirip dengan *coupe*, hanya saja atap sedan tidak sampai kebawah. *Off-Road* mobil yang memiliki desain sangar dan tinggi dengan bodi kotak dan kokoh.

Tabel 1.1
**Jumlah Penjualan 10 Brand Kendaraan Bermotor Roda Empat Atau Lebih di
Indonesia Tahun 2015-2020 (dalam unit)**

No	Merek	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	Toyota	321.818	381.057	371.332	352.161	331.797	161.256
2	Honda	159.253	199.364	186.859	202.738	177.284	90.724
3	Daihatsu	167.808	189.364	186.381	162.163	137.338	73.315
4	Suzuki	121.805	92.95	111.66	118.014	100.383	66.13
5	Mitsubishi Motors	112.527	66.443	79.807	142.861	119.011	57.906
6	Mitsubishi Fuso	25.483	31.318	41.58	51.47	42.754	21.359
7	Hino	19.35	21.903	29.644	39.737	31.068	12.621
8	Isuzu	19.35	16.84	20.085	26.098	25.27	16.422
9	Nissan	21.576	13.153	14.488	6.885	12.302	10.849
10	Datsun	29.358	25.483	10.484	10.433	6.487	3,000

Sumber : Gaikindo (2021)

Berdasarkan tabel diatas ada sepuluh *brand* dengan penjualan terbaik, penjualan total sepuluh *brand* itu mencapai 95 persen dari total penjualan seluruh *brand*, artinya sepuluh *brand* tersebut hampir mencapai dari keseluruhan penjualan, ini telah mencerminkan total penjualan kendaraan bermotor roda empat atau lebih di Indonesia.

Berdasarkan tabel diatas, tahun 2015 sampai 2016 terjadi persaingan penjualan antara Toyota dan Honda, Toyota mencatatkan pertumbuhan penjualan sebesar 18,5 persen sedangkan Honda mengalami peningkatan sebesar 25 persen, melihat pertumbuhan penjualannya Honda lebih unggul jika dibandingkan Toyota, persaingan

terjadi pada tipe kendaraan tipe MVP, Toyota mencatatkan penjualan 129 ribu unit dengan seri Avanza, sedangkan Honda dengan seri Mobilio hanya mencatatkan 42 ribu unit, total penjualan Honda hanya separuh dari penjualan Toyota. Pada tahun 2017 Toyota mengalami penurunan penjualan sebesar 2,55 persen dan Honda mengalami penurunan sebesar 6,2 persen, penurunan Honda lebih besar daripada Toyota, Toyota unggul dari jumlah penjualan dan pertumbuhan penjualan.

Pada tahun 2018-2019 terjadi kenaikan penjualan secara total sebesar 0,9 persen, namun Toyota mengalami penurunan sebesar 5,78 persen sedangkan Honda mengalami penurunan sebesar 14 persen, Honda mengalami penurunan yang sangat besar, pada tahun 2018-2018 penjualan kendaraan tipe *hatchback* Honda dengan seri Jazz terjual 5 ribu unit, sedangkan Toyota dengan seri Yaris hanya terjual sebanyak 4 ribu unit. Tahun 2020 terjadi penurunan penjualan hampir 50 persen dari penjualan total tahun lalu, terlihat Toyota kehilangan penjualan sebesar 59 persen dan Honda kehilangan penjualan 56 persen, tahun 2020 persaingan Toyota dan Honda terlihat pada penjualan kendaraan *SUV* mereka yaitu Toyota Rush 34 ribu unit dan Toyota Fortuner 12 ribu unit sedangkan Honda dengan Honda HR-V 37 ribu unit. Hal yang harus di perhatikan sejak tahun 2015 sampai 2020 kedua perusahaan tersebut mengalami penurunan secara bersamaan, hal ini menjadi fenomena yang harus diteliti. Menurut penelitian Rachmawati dan Rismayani (2018) persaingan dalam industri otomotif di Indonesia saat ini mencerminkan bentuk persaingan oligopoli, berdasarkan tabel 1.1 Toyota masih menjadi penguasa pasar sejak 2016 diikuti oleh Honda dan Daihatsu, ketiganya sering kali memiliki seri yang sangat mirip terutama pada desain seperti

Toyota Avanza dan Daihatsu Xenia, Toyota Terios dan Toyota Rush, Toyota Agya dan Daihatsu Ayla, Toyota Calya dan Daihatsu Sigra, adanya kemiripan dalam desain hal ini dapat menyebabkan adanya persaingan yang tidak sehat.

Persaingan Honda dan Toyota seperti tidak terjadi sama sekali, karena penurunan keduanya sangat berimbang, ini menjadi semakin menarik apakah akan terjadi pergeseran struktur pasar industri kendaraan bermotor roda empat atau lebih di Indonesia. Jika kita lihat dari *brand* yang paling banyak menjual produk mereka, maka Toyota selalu menjadi *brand* terbanyak dengan menjual rata 300 ribu unit pertahun. Toyota sangat konsisten sebagai *brand* dengan penjualan terbanyak, lalu di ikuti Honda dengan penjualan rata rata sekitar 180 ribu unit pertahun. Kedua *brand* ini selalu mendominasi pasar kendaraan bermotor roda empat atau lebih di Indonesia. meskipun ada *brand brand* lain yang meramaikan tetapi hasil penjualan tidak bisa melebihi dua *brand* tersebut, bahkan *brand brand* eropa ternama seperti BMW, Chevrolet, dan Fiat tidak mampu menyaingi penjualan mereka di Indonesia, kedua *brand* tersebut seolah menjadi pemain utama di pasar dan tetap konsisten. Maka sangat menarik jika kita melihat bagaimana kondisi pasar kendaraan bermotor roda empat atau lebih di Indonesia dan seperti apa perjuangan *brand brand* tersebut.

Dari data statistik diatas penjualan Honda hanya sampai setengah dari penjualan Toyota, meskipun *trend* Toyata selalu menurun sejak tahun 2016, namun pangsa pasar Toyota tetap menjadi yang terbesar. Sedangkan penjualan Honda sangat fluktuatif, jika penurunan Honda dipengaruhi oleh Toyota maka berbagai potensi persaingan tidak sehat bisa terjadi selama kurun waktu enam tahun. Apakah terjadi

persaingan yang tidak sehat, lalu seperti apa yang akan terjadi, hal ini menjadikan fenomena tersebut menarik untuk kita bahas.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana persaingan penjualan Toyota dan Honda di industri kendaraan bermotor roda empat atau lebih di Indonesia?
2. Bagaimana struktur pasar industri kendaraan bermotor roda empat atau lebih di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis bagaimana persaingan penjualan antara Toyota dan Honda dalam industri kendaraan bermotor roda empat atau lebih di Indonesia.
2. Untuk menganalisis bagaimana struktur pasar industri kendaraan bermotor roda empat atau lebih di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Menjadi bahan pertimbangan bagi para pelaku industri kendaraan bermotor roda empat atau lebih supaya meningkatkan kualitas persaingan industri menjadi lebih sehat dan kompetitif sesuai dengan aturan yang telah di tetapkan.

2. Manfaat Teoritis

Memberikan informasi dan pengetahuan terkait kondisi daya saing antara Toyota dan Honda di industri kendaraan bermotor roda empat atau lebih.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Sebayang, K. D. (2011). "Dampak Integrasi Ekonomi Asean Terhadap Perdagangan Indonesia Pada Sektor Kendaraan Roda Empat". *Econosains Jurnal Online Ekonomi Dan Pendidikan*, 9(2), 119–131. <https://doi.org/10.21009/econosains.0092.03>
- Aprilianus, Piet. (2009). "Pasar Industri Otomotif Dan Produk Otomotif Di Indonesia Tahun 2007-2009." *Media Ekonomi* 18(3): 1–28. <http://dx.doi.org/10.25/me.v18i3.884>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2021). "Statistika Indonesia 2019". *Badan Pusat Statistik Indonesia*. Diakses 2 November 2021
- Besanko, D., D. Dranove, M. S. & S. S. (2010). "Economics of strategy". 4th ed. Inc, USA: John Wiley & Sons.
- Beye, R. michael. (2008). "Managerial Economics AND Business Strategy". Seventh Edition. McGraw-Hill Irwin.
- Cardesco. (2020). "Hambatan Masuk Pasar". <https://cerdasco.com/hambatan-masuk/> diakses 20 Oktober 2021.
- Cherjaoui and Benabdelhadi. (2021). "Alternatives Managériales Economiques Recent developments in the automobile industry in Morocco as part of the". 3(1), 481–497. <https://reveues.imist.ma/?journal=AMF/>
- Ding, Mengchun, Dan Wang, and Ying Wang. 2011. "SCP Paradigm Analysis and Countermeasures of China's Automobile Industry." *Journal of Sustainable Development* 4(2): 211–16. doi: 10.5539/jsd.v4n2p211.
- Firmansyah, Luky Maulana. 2021. "Penjualan Mobil Mewah Kebal Pandemi, BMW Dan Mercy Bersaing." <https://amp-lokadata-id.cdn.ampproject.org/penjualan-mobil-mewah-kebal-pandemi-bmw-dan-mercy-bersaing>. Diakses 3 Oktober 2021.
- Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia. (2021). "Indonesian automobile 2021". <https://www.gaikindo.or.id/indonesian-automobile-industry-data/>. Diakses 20 September 2021

- Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia. (2021). *Geliat, Prospek dan Tantangan Industri Otomotif Indonesia*. <https://www.gaikindo.or.id/geliat-prospek-dan-tantangan-industri-otomotif-indonesia>. diakses 11 Oktober 2021
- Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia. (2021). *Pasar Otomotif Diprediksi Membaiik Tahun Ini, Pabrik Komponen Optimistis*. <https://www.gaikindo.or.id/pasar-otomotif-diprediksi-membaiik-tahun-ini-pabrik-komponen-optimistis>. Diakses 6 Oktober 2021.
- Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia. (2018). “Ramaikan Persaingan, Lima Merek Mobil Terlaris Di Pasar Domestik Siapkan Target.” <https://www.gaikindo.or.id/ramai-di-persaingan-pasar-lima-merek-terlaris-mobil-di-pasar-domestik-siapkan-target/>. Diakes 28 Oktober 2021
- Hasibuan, N. (1993). ”*Ekonomi Industri Persaingan Monopoli dan Regulasi*”. Jakarta: LP3ES.
- Hinsa, Siahaan (2013). “*Manajemen Resiko*”. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- ITS News (2021). ”*Kendaraan Bermotor Semakin merajalela, Akankah Indonesia Bebas.*” <https://www.its.ac.id/news/kendaraan-bermotor-semakin-merajalela-akankah-indonesia-bisa-bebas/>. Diakses 19 Mei 2022
- Jaya, W. K. (2001). ”*Ekonomi Industri*”. Yogyakarta: BPFE Universitas Gajah Mada
- Jaya, W.K dalam Rizkyanti, Adisty. 2010. ”*Analisis Struktur Pasar Industri Karet Dan Barang Karet Tahun 2009.*” *Media Ekonomi* 18(2): 1–18. <http://dx.doi.org/10.25105/me.v18i2.2245>
- Kementrian Perindustrian. (2012). ”*Industri Otomotif Ketergantungan Komponen Impor.*” <https://kemenperin.go.id/artikel/4239/industri-otomotif-ketergantungan-komponen-impor/> 4(April): 70–94. <http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/duniahukum/article/view/2004/1453>.
- Kementrian Perindustrian.(2015). ”*Industri Otomotif Semakin Kompetitif, Laju KinerjanyaTerus Dipacu.*” <https://www.kemenperin.go.id/artikel/22063/Industri-Otomotif-Semakin-Kompetitif,-Laju-Kinerjanya-Terus-Dipacu/> diakses 14 Oktober 2021
- Kumar, Neeraj, and Pooja Choudhary. (2019). ”*A Study of the Structure, Conduct and Performance of Indian Automobile Industry*”. *The Empirical Economics Letters*

- 18(3): 303–10. <https://www.researchgate.net/profile/Neeraj-Kumar-24/publication/332872917>
- Kunawangsih, Tri ; Pracoyo, A. (2006). “*Aspek Dasar Ekonomi Mikro*”. PT Grasindo, Jakarta.
- Kuncoro, M. (2006). “*Ekonomika Industri Indonesia*”. Jakarta: PT Grasindo.
- Ma, L., Du, Q., and Wu, T. (2019). “*Government intervention and automobile industry structure: Theory and evidence from China*”. *Sustainability (Switzerland)*, 11(17), 1–25. <https://doi.org/10.3390/su11174721>.
- Lisbeth and Bode. 2020. “*Pengaruh Ekuitas Merek, Atribut Produk Dan Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada Pt Hasjrat Abadi Manado Tendean.*” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 8(1): 185–93. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.27501/>.
- Manggalani, RR Ukirsari. 2019. “*Pasar Otomotif Disebut Lesu, Ini Lima Faktor Penyebabnya.*”.<https://amp-suara-com.cdn.ampproject.org/pasar-otomotif-disebut-lesu-ini-lima-faktor-penyebabnya?>. Diakses 5 September 2021.
- Markel Anggela. (2020). “*Apa Itu Revolusi Industri 4.0 dan Contohnya*”. *Detik Finance*”. <https://finance.detik.com/industri/d-5313643/apa-itu-revolusi-industri-40-dan-contohnya>. Diakses 1 Juni 2021.
- Moon, H. and Kim. T. (2021).”*Analysis of Geographic Network Structure by Business Relationship between Companies of the Korean Automobile Industry*. 24(3), 58–72. <https://doi.org/10.11108/kagis.2021.24.3.058>.
- Pembudi, Damar. (2010). “*Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Eksor Biji Kakao Indonesia Ke Malaysia Dan Singapura*”. Skripsi. Fakultas Ekonomi Undip: Semarang
- Porter E, Michael (2008). “*Strategi Bersaing (Competitive Strategi)*”. Tanggerang. Karisma Publishing Group
- Rachmawati, Vini Kartika and Risris Rismayani. 2019. “*Struktur Dan Kinerja Industri Otomotif Indonesia.*” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* 13(2): 113. <http://dx.doi.org/10.21460/jrmb.2018.132.309>
- Salvatore, Dominick. 2012. “*Ekonomi Internasional*”. Jakarta: Salemba Empat.

- Sambur, Noviane Claudya Pinkan, Jullie J. Sondakh, and Harijanto Sabijono. 2015. “*Analisis Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM) Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor.*” *Berkala Ilmiah Efisiensi* 15(05): 132–43. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/9730>.
- Sukirno, S. (2013). “*Teori Pengantar Ekonomi Makro*”. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, S dalam Aminursita, Orsidia dan Abdullah, M Faisal. (2018). “*Identifikasi Struktur Pasar Pada Industri Keramik di Kota Malang.*” *Journal of Physical Therapy Science* 9(1): 1–11.<http://dx.doi.org/10.1016/j.jpt.2018.01.001>
- Surachman, Enceng & Widada, Agus. (2007), *Hama Tanaman Pangan Hortikultura dan Perkebunan: Masalah dan Solusinya*. Yogyakarta: Kanisius
- Teguh, M. (2006). “*Ekonomi Industri*”. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tri Yulianto (2013). “*Pengaruh Teknologi Informasi dan Strategi Resource- Based Terhadap Daya Saing*. Bandung: Universitas Komputer Indonesia
- Tulus Tambunan (2008). ”*Perekonomian Indonesia: Teori dan Temuan Emperi*”. Jakarta: Ghalia
- Wilman, Meckling ; Jansen M.C. (2007). “*Theory of the Firm: Managerial Behavior, B Agency Cost and Ownership Structure.*” *Journal of Finance Economic* 1(3): 305–60. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X).
- Yuliasari, Arviana. (2017). “*Analisis Struktur Pasar Dan Perilaku Industri Sepeda Motor Di Jakarta Tahun 2009-2012.*” *Media Ekonomi* 20(1): 27. <http://dx.doi.org/10.25105/me.v20i1.775>.