

Dampak Kebijakan Impor Kendaraan Terhadap Trend Desain Skuter Matik di Indonesia

Ferry Firman Moercahyono¹, Yannes Martinus Pasaribu²

Program Studi Magister Desain, Institut Teknologi Bandung

¹ferry.firman.m@gmail.com, ²martinus@itb.ac.id

Page | 30

ABSTRAK

Penelitian ini menginvestigasi dampak kebijakan impor kendaraan di Indonesia terhadap bagaimana preferensi desain sepeda motor—khususnya skuter matik, berkembang. Melalui analisis mendalam, penelitian ini menjelaskan bagaimana fenomena desain sepeda motor yang masuk pasar Indonesia sejak tahun 2008 telah merubah lanskap desain sepeda motor, khususnya di segmen kelas menengah. Pertama-tama penelitian ini mengulas sejarah panjang kebijakan impor yang diterapkan pemerintah Indonesia dan hal-hal yang melatarbelakanginya, hingga tantangan terhadap upaya meraih segmentasi pasar. Melalui penelitian ini, teridentifikasi bahwa karakteristik desain Motor Gede (Moge), dari sisi tampilan yang gagah, penggunaan grafis yang minimalis, dan pilihan warna yang beragam, telah memengaruhi desain skuter harian kelas menengah di Indonesia. Dalam konteks ini, penelitian ini menyoroti tren desain dari model skuter populer seperti Honda Vario, yang menunjukkan bagaimana desain tidak hanya dipengaruhi oleh aspek teknis dan estetika semata, tetapi juga oleh regulasi pemerintah, faktor sosial dan gaya hidup, serta kebutuhan mobilitas konsumen. Pemahaman terhadap dinamika tren ini memberikan wawasan tentang bagaimana pelaku industri seharusnya merespon permintaan konsumen sementara tetap harus beradaptasi dengan regulasi pemerintah yang cenderung membatasi. Dalam hal ini, peran desainer produk dalam proses pengambilan keputusan industri sepeda motor menjadi penting. Untuk menjaga daya saing dan kelangsungan bisnis, penelitian ini merekomendasikan bahwa pelaku industri sepeda motor perlu memahami perubahan dinamika kebijakan pemerintah, berinvestasi dalam riset dan inovasi, menciptakan desain yang fleksibel dan adaptif, serta menjalin interaksi aktif dengan konsumen. Melalui optimalisasi peran kunci desainer produk dalam proses pengambilan keputusan, industri sepeda motor di Indonesia dapat berkembang secara berkelanjutan dan mempertahankan posisinya di pasar yang terus berubah.

Kata kunci: Kebijakan pemerintah, Tren, Desain Skutik, Industri Sepeda Motor, Desainer Produk, Adaptabilitas Desain.

ABSTRACT

This research investigates the impact of vehicle import policies in Indonesia on how design preferences for motorcycles—especially automatic scooters, develop. Through in-depth analysis, this research explains how the phenomenon of motorcycle design that has entered the Indonesian market since 2008 has changed the landscape of motorcycle design, especially in the middle class segment. First of all, this research reviews the long history of import policies implemented by the Indonesian government and the reasons behind them, to the challenges in efforts to achieve market segmentation. Through this research, it was identified that the design characteristics of the Motor Gede (Moge), in terms of a dashing appearance, the use of minimalist graphics, and a variety of color choices, have influenced the design of middle-class everyday scooters in Indonesia. In this context, this study sheds light on the design trends of popular scooter models such as the Honda Vario, showing how design is not only

influenced by technical and aesthetic aspects alone, but also by government regulations, social and lifestyle factors, as well as consumer mobility needs. Understanding the dynamics of this trend provides insight into how industry players should respond to consumer demand while still having to adapt to restrictive government regulations. In this case, the role of the product designer in the decision-making process of the motorcycle industry becomes important. To maintain competitiveness and business continuity, this study recommends that motorcycle industry players need to understand the changing dynamics of government policies, invest in research and innovation, create flexible and adaptive designs, and establish active interactions with consumers. By optimizing the product designer's key role in the decision-making process, the motorcycle industry in Indonesia can develop sustainably and maintain its position in a changing market.

Keywords: Government policy, Trends, Scooter Design, Motorcycle Industry, Product Designer, Design Adaptability.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Beredarnya sepeda motor di Indonesia tidak lepas dari kebutuhan transportasi telah ada sejak jaman kolonial, saat itu produk sepeda motor masuk dengan cara diimpor dari negara produsen yang saat itu umumnya berasal dari negara - negara industri di Eropa seperti Norton, BMW, BSA dan Harley Davidson dari Amerika Serikat [1]. Harga yang mahal dari produk impor dan juga biaya operasionalnya menyebabkan produk sepeda motor dan juga roda empat saat itu hanya dimiliki oleh kalangan elite yang berasal dari kelas sosial atas saja [2] [3]. Dimensi dan kapasitas sepeda motor saat itu yang berukuran besar khas untuk pengguna bangsa Eropa telah menjadi preferensi dan idaman para pemakai sepeda motor dari seluruh kalangan di Indonesia.

Pola impor sepeda motor masih berlanjut setelah Indonesia merdeka dan dipimpin oleh pemerintahan Sukarno [3]. Masuknya sepeda motor impor tidak lagi dari negara industri maju seperti Eropa dan Amerika Serikat tetapi juga dari Jepang sebagai negara industri baru saat itu. Walaupun persaingan pasar sepeda motor impor meningkat tetapi masih terbatasnya jumlah produk yang diimpor tidak sebanding dengan permintaan menyebabkan harga sepeda motor saat itu masih terasa mahal. Di sisi lain pemerintahan saat itu juga telah mencoba untuk merintis industri otomotif roda empat nasional yang tidak sempat terealisasi [4].

Meningkatnya daya beli masyarakat serta masih terbatasnya alat angkut massal yang memadai menjadi salah satu sebab meningkatnya sepeda motor menjadi kendaraan pribadi yang populer dalam kehidupan masyarakat. Hal ini juga mendorong pemerintah pada tahun 1970 berinisiatif untuk membangun industri nasional termasuk industri otomotif [4]. Kebijakan tersebut memberikan diskon bea impor bagi produsen otomotif yang menggunakan komponen produksi lokal berdasarkan TKDN atau tingkat kandungan dalam negeri [5]. Dimulai dengan izin perakitan CKD oleh beberapa ATPM merek Suzuki, Honda, Yamaha, Kawasaki, Vespa kemudian perkembangannya diikuti dengan berdirinya industri komponen pendukung seperti *chassis*, frame, komponen mesin dan lainnya. Selama pemerintahan presiden Suharto, pemerintah telah mengeluarkan beberapa peraturan yang terkait dengan industri otomotif nasional dan mewarnai perkembangan industri dalam negeri.

Sepeda motor model bebek yang awalnya dipilih sebagai alat bantu transportasi sangat diminati karena aspek fungsional dan ekonomis selama kurun waktu hampir 30 tahun telah bergeser pada

model skuter yang lebih memberi kemudahan dan kenyamanan sehingga model skuter banyak peminat di kalangan wanita sebagai pemakai. Awal populernya skuter di tahun 2000 sebagai kendaraan yang diminati pemakai wanita dikarenakan dengan dimensi desain skuter yang disesuaikan dengan antropometri wanita yang berbeda dengan pemakai pria. Sehingga awal masuknya skuter di pasar Indonesia tidak langsung berhadapan dengan model bebek yang telah lebih dulu populer.

Adanya kebijakan pemerintah yang mempermudah impor kendaraan di tahun 2000, memberi kesempatan para importir memasukkan produk sepeda motor murah dari China untuk menjawab adanya kebutuhan sepeda motor dengan harga terjangkau dampak dari krisis ekonomi tahun 1998[6]. Sedangkan beberapa ATPM melakukan impor produk sepeda motor berdimensi dan bertenaga mesin yang besar (Moge) yang awalnya bertujuan untuk meningkatkan citra merek (*brand awareness*) produknya. Dengan harga sepeda motor besar CBU yang terjangkau bagi kelas atas membuat sepeda motor Moge ini menunjukkan kelas sosial yang berbeda dengan kelas sosial pemakai sepeda motor pada umumnya. Sehingga desain sepeda motor Moge ini menjadi idaman bagi masyarakat yang ingin meningkatkan status sosialnya. Hal ini secara tidak langsung telah memberi pengaruh bagi preferensi konsumen/pengguna terhadap tren teknologi dan desain sepeda motor baru dan mempengaruhi proses pengembangan desain produk sepeda motor di Indonesia.

Kronologi Kebijakan Impor Sepeda Motor oleh Pemerintah

Masuknya sepeda motor di Indonesia tidak lepas dari adanya kebijakan impor yang dikeluarkan oleh pemerintah di setiap era pemerintahan yang sedang berkuasa saat itu. Jika diurutkan berdasarkan era pemerintahan di Indonesia maka beberapa kebijakan impor pemerintah terkait dengan produk sepeda motor dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1 Era pemerintahan dan kebijakannya

<p>Era Kolonial (sebelum kemerdekaan - 1945)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pada era kolonial masuknya kendaraan bermotor di Indonesia dimulai dari impor [6]. Sepeda motor yang diimpor saat itu adalah: merek Douglas - Croes & Co. (1929); Harley Davidson (1931); Norton (1931); dan Autolette Raleigh "ATAX " (1932) [7].
<p>Era Presiden Soekarno (1945-1967)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kebijakan politik saat itu mengharuskan seluruh badan usaha milik asing dipindahkan menjadi milik atau dikelola oleh pribumi. Badan usaha dan industri kendaraan bermotor yang sebelumnya dilakukan oleh perusahaan asing atau yang dimiliki oleh orang asing harus dinasionalisasi [3]. • Kebijakan impor yang lunak menyebabkan masuknya sepeda motor Jepang ber "CC" kecil dan harga murah ke Indonesia pada awal tahun 1960-an.
<p>Era Presiden Soeharto (1967 - 1998)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tahun 1969, muncul kebijakan larangan impor kendaraan utuh/CBU, perakitan wajib dimulai di dalam negeri oleh Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) [5]. • Tahun 1974, pemerintah melarang importir umum kendaraan CBU demi membangun industri otomotif lokal [5]. ATPM hanya diijinkan mengimpor kendaraan dalam bentuk CKD atau IKD. Akibat dari kebijakan ini, semua importir umum mati.
<p>Era Transisi Reformasi - BJ Habibie (1998-1999) - Presiden Abdurrahman Wahid (1999-2001) -</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pada tahun 1999, batasan dan larangan untuk mengimpor dihapuskan. Importir umum muncul kembali, karena kemudahan persyaratan yang cukup mendaftarkan tipe dan memerlukan Tanda Pendaftaran Tipe (TPT) pada dokumen pabean [8].

<p>Megawati Sukarno (2001 - 2004)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sepeda motor impor murah dari China mulai membanjiri pasar lokal dan mengganggu industri perakitan lokal. • Tahun 2002, masuk produk skuter Kymco Jetmatic Trend 125 dari Taiwan, yang sempat terkenal dan kemudian menjadi cikal bakal sepeda motor bertransmisi otomatis yang kemudian dikenal dengan istilah Skutik (skuter matik) [9]. • Yamaha segera memanfaatkan momentum tersebut dengan meluncurkan sepeda motor ber “CC” kecil seri Nuovo dan Mio.
<p>Era Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (2004-2014)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kebijakan impor <i>Completely Built Up</i> (CBU) tetap ada tapi diperketat dengan bea masuk yang tinggi, hal ini mendorong ATPM untuk ikut mengimpor sepeda motor premium dengan mesin berkapasitas besar dengan tujuan untuk meningkatkan citra perusahaan [10].

Berdasarkan kronologi kebijakan impor sepeda motor pemerintah Indonesia pada Tabel 1 dapat dilihat perjalanan yang kompleks dalam upaya mengatur dan mengontrol masuknya kendaraan bermotor di Indonesia. Dari era kolonial hingga masa sekarang, berbagai era pemerintahan memiliki kebijakan yang berbeda terkait dengan impor sepeda motor. Pada era kolonial, kendaraan bermotor masuk melalui impor dan importir harus terdaftar pada pemerintahan Hindia-Belanda. Era Presiden Soekarno ditandai oleh kebijakan politik yang mendorong nasionalisasi dan menghadirkan impor sepeda motor Jepang dengan kapasitas kecil dan harga terjangkau. Pada era Presiden Soeharto, muncul larangan impor kendaraan utuh yang mendorong perakitan di dalam negeri oleh ATPM, memicu perkembangan industri otomotif lokal. Era Transisi Reformasi dan era selanjutnya melihat perubahan kebijakan yang menghapuskan larangan impor, namun juga mengakibatkan masuknya sepeda motor impor murah yang mengganggu industri lokal. Kebijakan impor CBU pada masa Presiden Susilo Bambang Yudhoyono memberi kesempatan bagi kendaraan premium masuk dengan tarif tinggi, sementara sepeda motor berdimensi besar (Moge) menjadi simbol kelas atas.

Dampak dari tahapan kebijakan pemerintah di atas menunjukkan bahwa kebijakan impor CBU yang diijinkan dengan tarif masuk yang cukup tinggi membuat perilaku industri tidak bersaing frontal dengan produk yang diimpor dan tidak mematenkan produk dalam negeri jika merakit sepeda motor ber “CC” kecil dan yang dijual dengan harga terjangkau. Sedangkan produk sepeda motor CBU yang dijual adalah produk-produk premium berharga mahal dengan tenaga mesin besar dan bodi berdimensi besar (Moge) atau bertema desain *fashionable* untuk keperluan “*leisure*” atau hobi. Tujuannya adalah untuk memenuhi pasar kelas atas dan sekaligus sebagai *Flagship* untuk meningkatkan citra merek produknya.

Pengkategorian Sepeda Motor oleh Pemerintah Saat Ini

Kendaraan bermotor roda dua berdasarkan Standar Industri Indonesia (SII) No.2225-87 yang dikeluarkan oleh Departemen Perindustrian, yang dimaksud dengan kendaraan bermotor roda dua adalah kendaraan beroda yang digerakkan oleh motor penggerak. Kendaraan bermotor roda dua tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu menurut rancang bangun dan karakteristik teknik serta menurut bentuk dan konfigurasi dasar (Tabel 1).

Tabel 2 Pengelompokan menurut rancang bangun dan karakteristik teknik menurut SII No.2225-87

<p>Pengelompokan menurut rancang bangun dan karakteristik teknik</p>	<p>1) Moped adalah sejenis kendaraan bermotor roda dua yang memiliki batasan kecepatan maksimum hingga 50Km/jam. Jika kendaraan ini menggunakan motor bakar, volume langkah torak atau ukurannya tidak boleh melampaui 50cm³.</p>
---	--

	2) Sepeda motor merujuk pada kendaraan bermotor roda dua yang berbeda dari kategori moped.
Pengelompokan menurut bentuk dan konfigurasi dasar	<ol style="list-style-type: none"> 1) Jenis kendaraan bermotor roda dua bermodel bebek (step through) tidak memiliki pemisah lutut dan juga tidak mengandalkan pedal pengayuh. 2) Jenis kendaraan bermotor roda dua tipe standar (sport) memiliki pemisah lutut dan tidak menggunakan pedal pengayuh. 3) Kendaraan bermotor roda dua dengan jenis skuter memiliki ciri-ciri serupa dengan bebek, namun memiliki konfigurasi dan bentuk yang berbeda. 4) Kendaraan bermotor roda dua dengan jenis moped dapat dilengkapi atau tidak dilengkapi dengan pemisah lutut, serta dapat atau tidak dapat menggunakan pedal pengayuh.

Selain pengelompokan menurut bentuk dan konfigurasi dasar diatas, saat ini pembagian kategori sepeda motor juga dapat dilihat juga dari penggunaan rangka utama sebagai *platform* desain sepeda motor (Tabel 2).

Tabel 2 Pembagian kategori sepeda motor berdasarkan penggunaan rangka utama platform desain sepeda motor

1) Flatdeck	 <p>Gambar 1. Contoh flat-deck pada kategori sepeda motor Skuter (Koleksi Penulis, 2020).</p>	Rangka utama yang bentuknya rata pada bagian bawahnya untuk memudahkan pengguna saat mengendarai kendaraan dan dapat digunakan membawa barang. Desain rangka <i>flatdeck</i> ini umum digunakan model sepeda motor kategori skuter.
2) Underbone	 <p>Gambar 2. Contoh Underbone pada kategori sepeda motor (Koleksi penulis).</p>	Bentuk Rangka sepeda motor yang posisi rangka utama melandai di atas mesin penggerak. Kadang bentuk rangka ini juga disebut <i>center tunnel</i> . Biasanya umum digunakan pada sepeda motor kategori <i>Cub</i> atau Bebek, moped (motor pedal) dan juga pada beberapa paduan desain skuter matik.
3) Back Bone	 <p>Gambar 3. Contoh Back Bone pada kategori sepeda motor (Koleksi penulis).</p>	Rangka sepeda motor pada dasarnya berbentuk konfigurasi segitiga terbalik dimana posisi rangka utamanya berfungsi untuk menopang tangki bahan bakar. Rangka <i>back bone</i> umumnya digunakan sepeda motor kategori sport.

Pengkategorian sepeda motor oleh pemerintah saat ini, yang dilakukan melalui berbagai pengelompokan berdasarkan karakteristik teknik, bentuk, konfigurasi dasar, dan penggunaan rangka utama sebagai *platform* desain, mengungkap keterkaitan erat antara pengkategorian ini dengan prinsip-prinsip dalam disiplin keilmuan desain produk. Sedangkan pengelompokan sepeda motor berdasarkan karakteristik teknik, serta pengelompokan berdasarkan bentuk dan konfigurasi dasar, menyoroti pentingnya penelitian desain dalam merespons serta mengatasi perubahan tuntutan pasar dan perkembangan teknologi. Kedua pendekatan ini menekankan kebutuhan akan pengembangan desain yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, yang terbentuk seiring perjalanan waktu dan dipengaruhi oleh rangkaian kebijakan pemerintah.

Tantangan Industri Sepeda Motor terhadap Kebijakan Impor Pemerintah

Kebijakan impor yang diterapkan pemerintah membuat industri sepeda motor di Indonesia menghadapi tantangan berat. Kedatangan produk sepeda motor yang terjangkau dari China telah memperburuk persaingan di segmen pasar ekonomi bawah, mendorong industri untuk menghasilkan produk yang meski terjangkau secara finansial, namun tetap memenuhi standar kualitas yang tinggi. Di samping itu, adopsi teknologi transmisi otomatis telah mengubah pandangan konsumen/pengguna terkait pengalaman berkendara, mendorong industri untuk merancang produk dengan solusi teknologi transmisi yang lebih unggul dan secara finansial lebih terjangkau.

Pendekatan dengan memperkenalkan sepeda motor bertipe Motor Gede (Moge) oleh Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) tidak hanya mendatangkan manfaat dalam hal meningkatkan reputasi perusahaan dengan meluncurkan produk berteknologi canggih dan variasi desain yang lebih beragam, tetapi juga memenuhi kekosongan dalam segmen pasar kelas atas yang sebelumnya memiliki pilihan terbatas. Analisis terhadap kedatangan sepeda motor Moge juga memberikan wawasan tentang tren desain yang dipengaruhi oleh preferensi konsumen/pengguna dalam perkembangan desain produk sepeda motor di Indonesia. Meskipun membawa potensi dan tantangan, masuknya sepeda motor Moge telah membuka sebuah segmentasi kebutuhan akan desain yang benar-benar baru dalam menjawab keinginan konsumen/pengguna akan desain dan teknologi yang dapat memberikan citra produk yang lebih megah dengan harga terjangkau, sambil berusaha meramalkan perubahan tren pasar.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di sektor otomotif, sangat penting bagi industri untuk menitikberatkan pada pengembangan produk. Pengembangan produk tidak hanya mengharuskan penyelesaian kendala teknis, melainkan juga melibatkan uji coba yang menyeluruh dan pemahaman mendalam tentang preferensi dan keinginan konsumen melalui penelitian pasar dan umpan balik. Kebijakan impor ini menimbulkan tantangan bagi bisnis untuk tetap relevan dalam lingkungan persaingan yang ketat. Melalui upaya pengembangan produk, perusahaan dapat berinovasi, menarik perhatian konsumen/pengguna melalui desain yang menarik, dan memenuhi kebutuhan yang terus berkembang.

Pengembangan produk juga membuka peluang untuk mengatasi hambatan teknis, seperti desain, material, teknologi, dan proses produksi. Dalam fase pengembangan, perusahaan dapat melakukan pengujian dan validasi produk sebelum diperkenalkan ke pasar, mengurangi risiko dan memastikan kualitas serta performa yang optimal. Selain itu, pengembangan produk memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan tren dan kebutuhan pengguna melalui analisis pasar dan tanggapan konsumen. Melalui langkah ini, perusahaan dapat memahami aspirasi dan preferensi pengguna, dan merancang desain produk yang relevan serta memenuhi harapan pasar.

Secara keseluruhan, pendekatan pengembangan produk menjadi faktor krusial dalam mengatasi tantangan yang timbul akibat kebijakan pemerintah terhadap industri otomotif. Pendekatan pengembangan produk memberi perusahaan peluang untuk menghasilkan desain yang cocok dengan harapan pengguna, mengatasi hambatan teknis, serta memperkuat kualitas dan inovasi produk. Dengan demikian, pengembangan produk bukan sekadar respons terhadap perubahan kebijakan, tetapi juga menjadi pijakan yang kokoh bagi industri sepeda motor domestik untuk mencapai kesuksesan dalam kompetisi di pasar otomotif yang dinamis.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak kebijakan impor sepeda motor pemerintah Indonesia terhadap perkembangan industri sepeda motor dalam konteks perubahan preferensi pengguna, tren desain, dan teknologi, menganalisis pengaruh masuknya sepeda motor besar yang kemudian dikenal dengan istilah Moge terhadap pengembangan desain produk sepeda motor di Indonesia, menginvestigasi peran strategi pengembangan desain produk dalam menghadapi fenomena kedatangan Moge serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan desain produk sepeda motor, memberikan rekomendasi yang relevan bagi para pelaku industri sepeda motor untuk menghadapi dampak kebijakan impor dan memenuhi preferensi pengguna, serta meningkatkan pemahaman tentang pentingnya pengembangan desain produk yang sesuai dengan kebijakan pemerintah dalam mendukung pertumbuhan industri sepeda motor di Indonesia.

METODE

Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dalam mengumpulkan data kronologis perkembangan kebijakan pemerintah terkait impor sepeda motor Indonesia dan perkembangan pasar sepeda motor kategori skuter matik sejak diperkenalkannya teknologi transmisi otomatis pada model skuter di Indonesia. Peneliti juga menggali informasi mendalam dari pelaku industri yang memiliki pengalaman di bidang pengembangan produk dan desain produk pada industri sepeda motor di Indonesia. Metode ini melibatkan wawancara, observasi, dan analisis dokumen untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang pengaruh kebijakan pemerintah terhadap perkembangan desain produk sepeda motor di Indonesia. Melalui pendekatan kualitatif, peneliti menjelaskan konteks, motivasi, dan faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam pengembangan desain produk sepeda motor, serta menggali persepsi dan pengalaman pelaku industri terkait pengembangan desain produk sepeda motor yang sukses.

Analisis Perkembangan Desain Sepeda Motor di Indonesia

Pada tahap awal perkenalan sepeda motor di Indonesia, yang dimulai pada periode kolonial, sepeda motor pertama kali diimpor dari negara lain dan termasuk dalam kategori sepeda motor tipe sport (*back bone*). Pendekatan desain yang diterapkan pada saat itu mengadopsi konsep desain yang berdasarkan preferensi pasar Eropa dan Amerika Serikat. Produk ini diperkenalkan ke pasar tanpa penyesuaian spesifikasi yang mempertimbangkan peraturan dan preferensi konsumen di wilayah Hindia Belanda (sebelum Indonesia ada) mengingat jumlah peredarannya masih terbatas [7].



Gambar 4. Sepeda motor tipe skuter Vespa tahun 1960-1978 [11].

Pada periode pasca kemerdekaan, perubahan signifikan terjadi dalam segmen sepeda motor, dengan munculnya varian *platform flatdeck* dan *underbone*. Platform ini memberikan fungsi yang lebih luas dan kenyamanan lebih bagi pengendara, terutama bagi kaum wanita (Gambar 4). Model skuter seperti Vespa dan Lambretta mencapai popularitas pada kalangan wanita dan juga memiliki peran sebagai simbol status sosial pada zamannya [12]. Kendati demikian, harga yang masih cukup tinggi membatasi penyebaran luas model-model ini. Pada periode ini, material logam tetap mendominasi dalam teknologi material, dan penggunaan plastik sebagai bahan baku komponen bodi sepeda motor belum umum. Model moped dengan *platform underbone* juga diimpor dari Eropa dan meraih popularitas berkat harga terjangkau [13].

Namun, kekurangan tenaga mesin yang signifikan menyebabkan model ini akhirnya tergantikan oleh munculnya model bebek Honda C50 pada tahun 1961 [14]. Model bebek ini menawarkan *platform* yang serupa tanpa pedal, mesin yang lebih bertenaga, dan harga yang lebih terjangkau (Gambar 5). Produk sepeda motor yang berasal dari Jepang telah memberikan alternatif bagi pengguna yang belum mampu memiliki sepeda motor impor dari Eropa. Ketersediaan produk sepeda motor yang terjangkau secara finansial, efisien dalam penggunaan bahan bakar, dan memiliki fungsi yang praktis telah berhasil diterima oleh masyarakat Indonesia dan memperluas pangsa pasarnya [15]. Kepopuleran model C50 dan model S90Z menjadi titik tolak bagi produksi sepeda motor oleh PT Federal Motor, perakitan sepeda motor merek Honda di Indonesia, pada tahun 1971.



Gambar 5. Honda C50 tahun 1961 [15] dan Honda S90Z tahun 1964 [16].

Hingga akhir periode 70-an pasar produk sepeda motor Indonesia didominasi oleh merek-merek dari Jepang. Meskipun model berjenis Sport dirakit di dalam negeri, model bebek dan *underbone* menjadi pilihan populer karena kenyamanan, fungsionalitas, efisiensi ekonomi, dan dimensi yang kompak [17]. Spesifikasi sepeda motor yang diproduksi lokal memakai spesifikasi produk dari negara asalnya, termasuk standar kualitas yang dijaga sesuai standar pabrikan utama. Pendekatan ini dilakukan untuk mempertahankan efisiensi biaya dan proses produksi.



Gambar 6. Ilustrasi desain sepeda motor bebek era di awal 1990 [18].

Menuju akhir dekade 1980-an, material plastik mulai dominan digunakan dalam pembuatan komponen eksterior sepeda motor. Teknologi *metal body press* yang sebelumnya diterapkan pada rangka sepeda motor bebek digantikan dengan rangka pipa sebagai struktur penopang bagi material plastik yang membentuk bagian luar sepeda motor [5]. Penggunaan material plastik ini menjadi tren yang berlanjut hingga saat ini, karena plastik memiliki fleksibilitas dalam mengadaptasi bentuk yang lebih dinamis dan organik. Praktik ini mulai memengaruhi desain sepeda motor bebek pada tahun 1990-an, terlihat dalam contoh seperti Yamaha Alfa, Suzuki Crystal, dan Honda Supra X (Gambar 6).

Karakteristik desain pada sepeda motor dengan ciri-ciri kelincuhan, kekompakan, dan kesan kecepatan yang populer di kalangan generasi muda, telah memberikan dampak pada perancangan sepeda motor tipe bebek pada periode tersebut. Hal ini juga termasuk pada sepeda motor bermesin empat langkah seperti seri Honda Supra X 125 R yang terus dikenal hingga awal tahun 2000-an (Gambar 7). Dengan dimensinya yang ringkas, desainnya yang dinamis didukung oleh komponen knalpot yang memberikan kesan *sporty*, yang semakin memperkuat citra sepeda motor dengan performa tinggi. Analogi ini dapat ditemukan pada tampilan sepeda motor balap kompetisi yang didukung oleh grafis yang menonjolkan karakter dinamis. Oleh karena itu, pada era model sepeda motor bebek, penerapan grafis yang dinamis juga menjadi elemen signifikan dalam perancangan sepeda motor tipe ini. Pengaruh dari desain yang memiliki karakter dinamis secara konsisten termanifestasi pada tahap awal pengembangan produk skuter matik di era peralihan tren. Fenomena ini terlihat jelas dalam estetika desain skuter yang mendominasi periode transisi dari tahun 2000 hingga 2010.



Gambar 7. Honda Supra X 125 R [18].

Kebijakan impor yang diterapkan pada tahun 1999-2000 membuka peluang bagi produk dengan teknologi transmisi otomatis berbasis model skuter masuk ke pasar Indonesia. Pada tahap awal, merek Adly mencoba memperkenalkan model skuter matik berkapasitas mesin 50cc bermesin dua langkah pada tahun 1984. Namun, dengan identitas merek yang belum terukur, teknologi transmisi otomatis yang masih baru, dan desain skuter yang belum terintegrasi dengan baik, produk Adly belum mampu mendapatkan penerimaan di pasar Indonesia. Teknologi transmisi otomatis juga diperkenalkan oleh merek Vespa dengan varian Corsa pada tahun 1992, namun model ini juga tidak dapat mempertahankan eksistensinya di tengah dominasi pasar oleh model bebek [19]. Di tahun 2000, Kymco meluncurkan desain Jetmatic 125, sebuah skuter matik dengan karakter desain *sporty* namun memiliki dimensi bodi yang cukup besar [9].

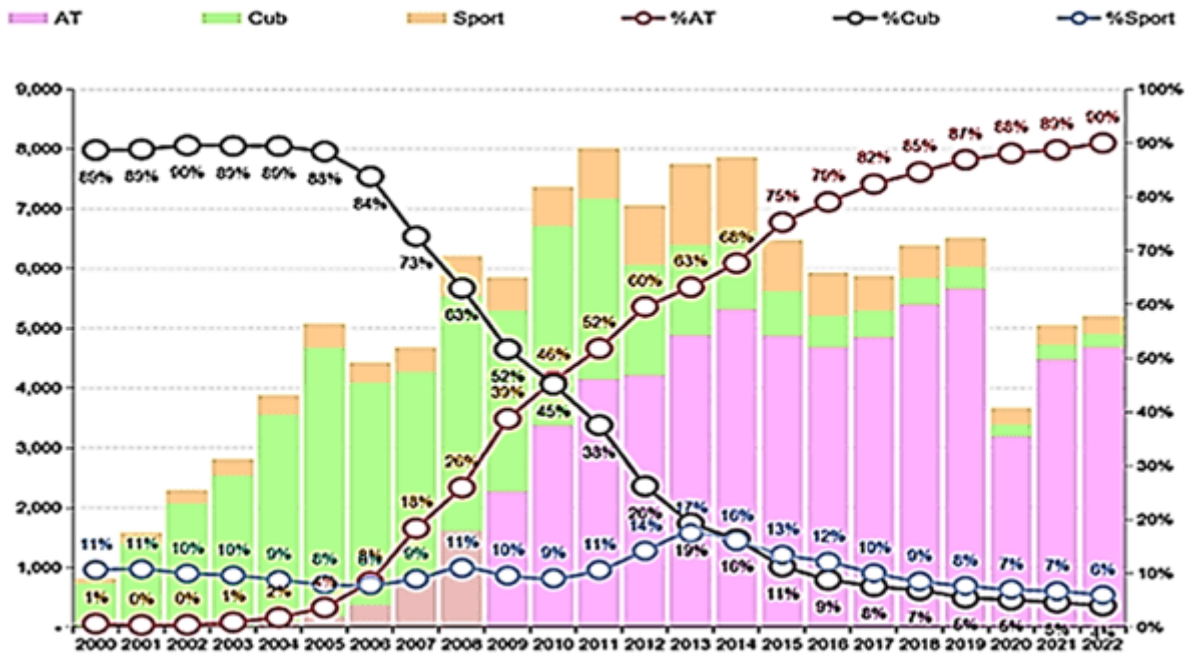


Gambar 8. Ilustrasi trend skuter matik [18].

Dalam perspektif teori strategi pengembangan produk, salah satu pendekatan yang dapat diterapkan adalah fokus pada timing saat produk baru diperkenalkan ke pasar. Ada tiga strategi yang kerap digunakan, yaitu menjadi pelopor (*first comer*), menjadi pengikut yang tanggap (*quick follower*), dan menjadi peserta yang muncul lebih lambat (*late comer*) [20]. Terdapat hubungan yang erat antara inovasi dan keberhasilan jangka panjang dalam menciptakan produk baru. Salah satu pendekatan yang sering digunakan untuk mempercepat peluncuran produk adalah melalui proses eskalasi, yang melibatkan penggabungan teknologi persiapan yang sudah ada dengan konsep teoritis dan praktek yang lebih mendalam. Tujuannya adalah untuk mencapai produksi dengan mutu yang lebih tinggi dan performa yang optimal [21]. Oleh karena itu, ketiga model skuter matik, yaitu Adly, Vespa Corsa, dan Kymco Jetmatic, dapat dianggap sebagai pelopor dalam era teknologi transmisi otomatis (Gambar 8). Teknologi ini kemudian diikuti dengan cepat (*quick follower*) oleh Yamaha Nouvo pada tahun 2002, dengan desain ber-*platform underbone* yang memiliki dimensi sedikit lebih besar daripada model bebek yang ada.

Namun, harga yang lebih tinggi serta penempatan pasar yang kurang strategis membuat Nouvo menghadapi hambatan dalam penetrasi pasar. Pada tahun 2003, Yamaha memperkenalkan model skuter matik Mio, menggunakan teknologi mesin yang sama dengan Nouvo. Dengan desain yang kompak, karakter *sporty*, serta upaya sosialisasi teknologi matik yang intens, model Mio berhasil mendapatkan respon positif dan penjualan yang signifikan.

Partisipasi Honda dalam pasar sepeda motor dengan model skuter matik Vario 110 pada tahun 2006, bisa dikategorikan sebagai pengikut yang muncul lebih lambat (*late follower*), mengingat model tersebut dirilis setelah enam tahun sejak teknologi matik pertama kali merespons di Indonesia pada tahun 2000. Honda Vario memperkenalkan teknologi matik dengan pendinginan cairan, diiringi oleh desain yang memancarkan nuansa *sporty* dan elegan. Meskipun harga jualnya relatif lebih tinggi, model Vario 110 berhasil mendapatkan respon positif. Pada tahun 2008, Honda kembali merilis model skuter matik Honda BeAT 110 dengan pendingin udara. Desainnya yang kompak, berkarakter *sporty*, serta harga yang lebih terjangkau, membuat model BeAT mendapatkan penerimaan baik dari kalangan wanita muda. Suzuki juga menghadirkan model skuter matik pertamanya, yakni Spin 125, pada tahun 2006. Desain dari sepeda motor ini juga mengusung karakter *sporty*-elegan, didukung oleh mesin berkapasitas 125cc. Meski demikian, harga yang sedikit lebih tinggi daripada model Mio dan BeAT mengakibatkan model Spin menghadapi tantangan dalam menerima respons positif dari pasar.



Gambar 9. Grafik tren penjualan per kategori sepeda motor 2000 – 2022 [17].

Keberadaan produk skuter matik yang menawarkan kemudahan penggunaan, desain yang kompak dan fungsional, serta harga terjangkau, secara signifikan telah memengaruhi dominasi pasar sepeda motor bebek (*underbone*) yang sebelumnya mendominasi pasar sepeda motor di Indonesia. Sejak tahun 2004, tren ini mulai bergeser (Gambar 9). Pada tahun 2022, sumbangan kontribusi kategori sepeda motor bebek hanya mencapai sekitar 4% dari total penjualan sepeda motor. Sementara itu, kategori sepeda motor sport hanya memberikan kontribusi sebesar 6% terhadap total pasar sepeda motor di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh karakteristik model sport yang cenderung personal, kurang praktis, serta harga jual yang relatif lebih tinggi. Umumnya, penggemar model sport adalah individu yang menikmati sensasi berkendara sepeda motor sesuai dengan karakteristiknya, termasuk kecepatan, tenaga, dan tampilan yang maskulin.

Pada Gambar 9 juga dapat dilihat bahwa perubahan tren ini telah menjadikan model skuter sebagai favorit di pasaran, dengan kontribusi mencapai 90% dari total pasar pada tahun 2022. Model skuter menjadi pilihan populer sebagai kendaraan sehari-hari, tak hanya bagi pria dan wanita, namun juga dari berbagai kelompok usia. Kemudahan penggunaan skuter yang didukung oleh teknologi transmisi otomatis (*matik*), *platform* rangka *flatdeck* multifungsi, serta ragam pilihan model, telah mempercepat dominasi tipe skuter dalam pangsa pasar sepeda motor.

Tabel 3. Ukuran model Honda Spacy, Honda BeAT, Honda Scoopy dan Yamaha Mio



dimensi	H- Spacy (2012)	H- BeAT (2012)	H - Scoopy (2011)	Y - Mio (2012)
Panjang	1841 mm	1859 mm	1844 mm	1820 mm
Lebar	669 mm	676 mm	699 mm	675 mm
Tinggi	1094 mm	1053 mm	1070 mm	1050 mm
Jarak sumbu roda	1256 mm	1240 mm	1240 mm	1240 mm
Ban depan	80/90 -14 M/C 40P	80/90 -14 M/C 40P	80/90 -14 M/C 40P	70/90 - 14 M/C 34P
Ban belakang	90/90 -14 M/C 46P	90/90 -14 M/C 46P	90/90 -14 M/C 46P	80/90 - 14M/C 34P
Kapasitas bagasi	18 L (helm full face in)	11 Liter (no helm in)	15,4 L (helm std in)	10,1 L (no helm in)
Kapasitas Tangki	5,5 L	3,7 L	3,7 L	3,7 L
Berat	99 kg	89,3 kg	94 kg	87 kg

Pada Tabel 3 dapat dilihat peningkatan signifikan dalam pangsa pasar segmen skuter membuka peluang yang substansial bagi diversifikasi produk skuter sebagai varian-model yang dapat mengakomodasi preferensi luas pasar. Pada tahun 2012, Honda memperkenalkan Spacy Helm-in, yang merupakan salah satu varian-model skuter yang ditujukan untuk pemula, selain varian model BeAT. Honda Spacy menyajikan fitur yang menonjol berupa fasilitas bagasi yang luas, yang mampu menampung helm pengendara sekaligus barang-barang bawaan ketika berkendara.

Dengan adanya fitur bagasi helm yang memiliki bentuk dan dimensi yang besar, aspek ini secara signifikan memengaruhi dimensi desain keseluruhan sepeda motor, menjadikannya lebih besar dari sepeda motor *low-end* yang biasanya memiliki dimensi kompak dan kesan yang ringan. Kehadiran kombinasi dimensi yang lebih besar dan pendekatan desain yang elegan memberikan kesan visual sepeda motor Spacy menjadi lebih besar dan berkesan lebih berat. Namun, hal ini memberikan dampak negatif terhadap penjualan model Spacy saat itu, karena desainnya kurang diminati oleh konsumen.

Dari data dimensi yang tertera pada tabel di atas, dapat diobservasi bahwa dimensi desain Spacy menunjukkan ukuran yang lebih besar dibandingkan dengan model-model yang populer digunakan oleh para pengendara pria maupun wanita dalam segmen pemula, pengguna sepeda motor *low-end*, yang mayoritas merupakan usia remaja. Perbedaan ukuran yang mencolok ini, disertai dengan desain yang tidak sejalan dengan preferensi visual yang diharapkan oleh pengguna, akhirnya berkontribusi pada penghentian produksi produk Spacy pada tahun 2018.

Analisis Pengaruh masuknya Sepeda motor Moge terhadap Desain Sepeda Motor skuter matik di Indonesia

Penerapan kebijakan impor juga merupakan titik awal bagi masuknya sepeda motor bermesin besar yang memadukan teknologi canggih dengan dimensi yang luas. Pada tahun 2008, Suzuki memulai impor resmi 11 model produk *Completely Built-Up* (CBU), termasuk Hayabusa GSX 1300R, GSX-R600,

GSX1300BK (*super sport*), DR-Z400S (*street/trail*), GSR600 (*street*), AN400, AN650A (skuter) (Gambar 10). Produk-produk ini memiliki desain yang kuat dan bermakna besar, dikenal sebagai Motor Gede (Moge).



Gambar 10. Sepeda motor CBU Suzuki tahun 2008 [22].

Istilah "Moge" pada dasarnya mengacu pada kapasitas mesin sepeda motor. Namun, seringkali terjadi kesalahpahaman bahwa kriteria Moge juga melibatkan dimensi fisik dan harga kendaraan. Secara umum, kapasitas mesin yang lebih besar cenderung sejalan dengan dimensi yang lebih besar dan harga yang lebih tinggi. Inilah sebabnya mengapa banyak orang mengasosiasikan Moge dengan sepeda motor berukuran besar dan mahal. Di Jepang, kategori Moge didefinisikan sebagai sepeda motor yang memiliki mesin dengan kapasitas 35 HP (*horse power*). Sebagai contoh, sepeda motor Suzuki RGV250 hanya memiliki mesin dengan kapasitas 250 cc. Namun, kendaraan ini mampu menghasilkan tenaga hingga 60 HP, sehingga secara teknis masuk dalam kategori Moge. Di Amerika Serikat, pengkategorian Moge dilakukan berdasarkan kapasitas mesin minimal 660 cc. Misalnya, Harley Davidson Road Glide Ultra memiliki mesin dengan kapasitas hingga 1868 cc. Jenis sepeda motor ini termasuk dalam kategori *touring* dan memiliki bobot mencapai 425 kg (Gambar 11).



Gambar 11. Ilustrasi Harley Davidson Ultra Glide [23].

Di Indonesia, penentuan kategori sepeda motor berdasarkan definisi Moge melibatkan beberapa entitas yang memiliki pandangan berbeda. Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) merujuk pada Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), di mana kendaraan dengan mesin di atas 250 cc dikenakan pajak sebesar 60 persen dan dianggap sebagai barang mewah. Oleh karena itu, dalam konteks Indonesia, sepeda motor dengan kapasitas mesin di atas 250 cc dapat dianggap sebagai Moge.

Pada tahun 2012, Kawasaki memperkenalkan model Moge ER6N (*street*) berkapasitas 600 cc melalui impor (Gambar 12). PT Kawasaki Motor Indonesia (KMI) memiliki definisi yang berbeda lagi,

mengklasifikasikan sepeda motor sebagai Moge jika memiliki mesin dengan kapasitas 400 cc ke atas sebagai kriteria untuk dikategorikan sebagai Moge.



Gambar 12. Kawasaki ER6 N, 2012 [18].

Pada tahun 2013, Yamaha memulai impor sepeda motor tipe Moge CBU ke Indonesia. Langkah ini diawali dengan pengenalan empat model Moge yang masuk ke dalam pasar. Selain itu, Yamaha juga menerapkan strategi pemasaran yang besar-besaran dan mendirikan dealer eksklusif yang mengkhususkan diri dalam penjualan produk-produk CBU tersebut.



Yamaha YZF-R6, 2013

Yamaha V- Max 1600, 2013

Yamaha T- Max 500, 2013

Gambar 13. Produk CBU Yamaha di Indonesia 2013 [18].

Langkah ini diikuti Honda dengan pengenalan model sport Honda CBR 250R yang dilengkapi dengan mesin berkapasitas 250cc. Kemudian, pada tahun 2015, merek Honda melanjutkan inisiatif ini dengan memperkenalkan model-model Moge sport yang memiliki tenaga mesin di atas 500 cc, seperti Model CBR 1000, CB650, dan NV4 Vultus.



Honda CBR1000RR, 2015

Honda CB650, 2015

Honda NV4 Vultus, 2015

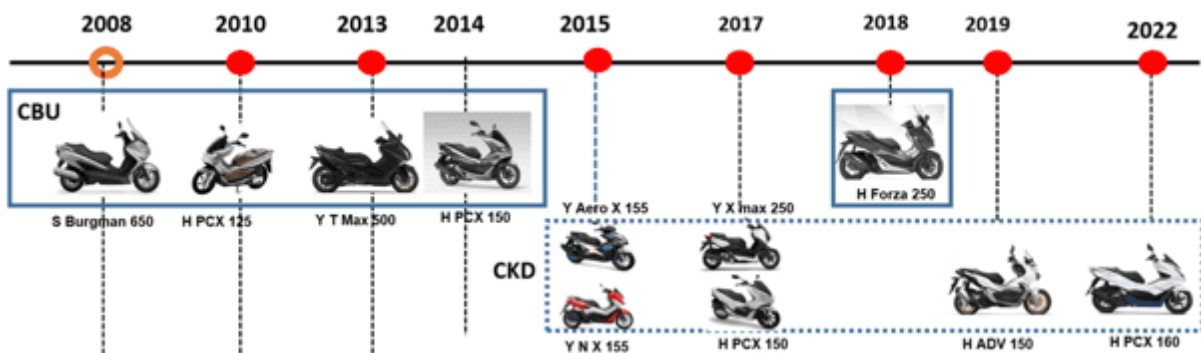
Gambar 14. Ilustrasi Honda CBU di Indonesia tahun 2015 [18].

Bila melihat dimensi atau ukuran produk Moge CBU, tampaknya produk tersebut tidak sepenuhnya sesuai dengan antropometri pengguna di Indonesia. Meskipun demikian, konsep desain Moge telah menjadi acuan positif bagi konsumen yang memiliki keinginan untuk memiliki meskipun terkendala oleh keterbatasan finansial. Fenomena ini memberikan pengaruh signifikan terhadap perkembangan

desain produk sepeda motor, seperti model sport dan skuter, yang populer sebagai kendaraan sehari-hari.

Kategori skuter Moge dapat dinyatakan dimulai ketika Suzuki memperkenalkan model skuter Brugman 650 dan 400 pada tahun 2008. Kemudian, Honda mengikuti dengan memperkenalkan model Honda PCX 125 (CBU) pada tahun 2010. Honda model PCX, meskipun mesinnya hanya berkapasitas 125cc dan 150cc, desain yang diusung menekankan sisi mewah dan elegan. Skuter Honda PCX-CBU ini juga mengadopsi *platform underbone* atau *center tunnel* yang memberikan kesan kokoh namun tetap nyaman bagi pengendara karena penggunaan alas kaki yang memudahkan pergerakan kaki. Sedangkan Yamaha, turut serta dengan model T-Max 500 (535 cc) pada tahun 2013, sebuah skuter dengan *platform underbone* atau *center tunnel* yang memiliki dimensi besar dan dilengkapi dengan fitur-fitur khas motor besar (Gambar 15).

Kemudian, melihat minat pasar yang begitu besar, maka, demi menekan harga jual, Yamaha memproduksi secara lokal model N-Max 155 cc dengan desain yang kuat dan dimensi *mid-size*. Konsep dimensi *mid-size* juga diterapkan pada model Yamaha Aero X 155 yang memiliki karakter *sporty*. Kedua model ini menggunakan *platform underbone*, dan dengan harga jual yang kompetitif, produk *mid-size* ini berhasil meraih respons positif di pasar sepeda motor dalam negeri. Demikian pula halnya dengan Honda. Untuk meningkatkan daya saing terhadap pesaing di kelasnya, Honda memproduksi secara lokal untuk seri PCX pada tahun 2017. Pertumbuhan segmen ini mendorong diversifikasi model PCX menjadi varian lain seperti Honda ADV 150, yang memiliki dimensi *mid-size* namun dengan desain yang berbeda. Pada tahun 2018, Honda kembali menghadirkan produk skuter Moge CBU dengan model Forza 250 yang menggunakan *platform underbone*, mengisi segmen di atas ADV 150 dan PCX 150.



Gambar 15. Linimasa skuter underbone CBU dan CKD di Indonesia (Penulis, 2023).

Suzuki Brugman menjadi pionir dalam memperkenalkan konsep skuter dengan *platform underbone* atau yang umum disebut "*center tunnel*". Desain Suzuki Brugman secara keseluruhan juga mengusung karakteristik sepeda motor yang maskulin dan *sporty* dengan elemen *front fairing* yang aerodinamis. Dimensi yang besar pada skuter Brugman memberikan kesan gagah. Selanjutnya, model skuter dengan ciri-ciri ini telah menciptakan segmentasi baru di pasar sepeda motor jenis Skuter Moge di Indonesia.

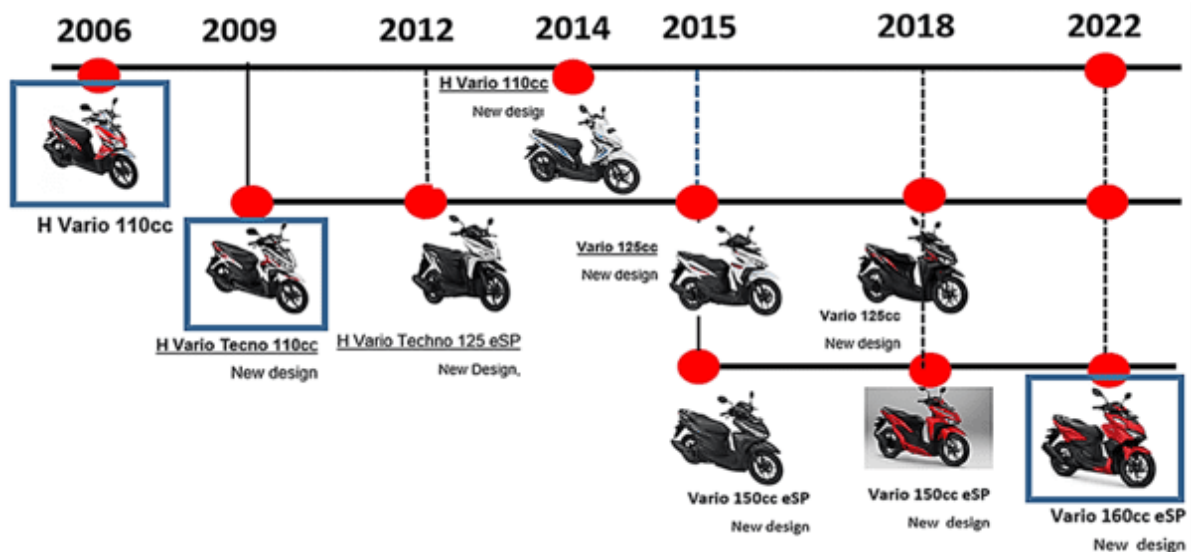
Secara visual, model-model ini memiliki desain dengan karakter bentuk *sporty* dan gagah, berbeda dengan desain skuter umum yang menggunakan *platform flatdeck*. Konsep ini menggabungkan elemen dari sepeda motor bebek yang tetap fungsional untuk digunakan oleh pemakai wanita. Selain itu, posisi *underbone* memberikan kesan kekokohan yang lebih kuat dibandingkan dengan model

platform flatdeck yang ada pada desain skuter pada umumnya. Lalu, harga jual yang relatif tinggi mendorong pasar sepeda motor skuter impor ini menjadi terbatas dan memiliki kesan eksklusif. Kemudian, desain model skuter moge di segmen *mid-size* ini menjadi referensi bagi segmen skuter di bawahnya.

Harga produk seperti N-Max dan PCX yang masih dianggap tinggi oleh konsumen *low-end* kemudian membuat Yamaha melanjutkan konsep skuter *mid-size* dengan model Lexi 125 pada tahun 2018, yang menggunakan *platform flatdeck* dan mengincar segmen pengguna wanita. Secara evolusi, desain model skuter kelas menengah yang menggunakan *platform flatdeck*, termasuk model Honda Vario, mengalami perkembangan menuju konsep desain sepeda motor ber “CC” kecil yang memberikan citra lebih tangguh dan berkesan besar, dengan inspirasi dari model Honda PCX, Yamaha N-Max, dan Yamaha Aero X.

Pengaruh Desain Skuter Moge Pada Desain Skuter Matik Honda VARIO

Model Vario, diperkenalkan pada tahun 2006 sebagai inisiatif Honda untuk mengantisipasi dan menanggapi perubahan trend yang cepat dari model sepeda motor bebek (*underbone*) menuju model skuter (*flatdeck*) matik. Model Honda Vario 110 dihadirkan khusus untuk segmen pengguna kelas menengah yang tinggal di lingkungan perkotaan. Sasaran pengguna meliputi pemakai wanita dan pria pada rentang usia remaja hingga dewasa. Honda Vario 110 diposisikan sebagai pilihan skuter matik untuk penggunaan harian yang mengedepankan aspek kecanggihan teknologi (Gambar 16).



Gambar 16. Linimasa produk skuter Honda Vario di Indonesia (Penulis, 2023).

Dalam upaya untuk membedakan produk, pendekatan desain elegan dan dinamis diimplementasikan dalam Honda Vario 110. Desainnya menonjolkan penggunaan lampu depan yang terintegrasi dengan bodi sepeda motor, bukan terletak pada kemudi, serta memanfaatkan teknologi pendingin cairan melalui radiator. Berbagai pilihan warna yang berbeda diperkenalkan, membedakan Honda Vario 110 dari konsep warna yang umumnya diterapkan pada produk sepeda motor bebek. Meskipun Honda Vario 110 berhasil diterima dengan baik di segmen kelas menengah, namun masih menghadapi persaingan ketat dengan pesaing terdekatnya, seperti model Mio 115 yang menawarkan harga lebih terjangkau. Keberhasilan Honda Vario 110 di segmen ini menjadi landasan bagi peluncuran model skuter matik Honda lainnya, termasuk model BeAT 110, yang lebih rendah kelasnya. Model BeAT 110 kemudian berhasil mendominasi pasar skuter matik di Indonesia.

Selama perjalanan waktu, Honda Vario mengalami beberapa kali perubahan desain yang sesuai dengan preferensi pasar Indonesia. Di tengah pengaruh yang masih terasa dari konsep desain sepeda motor bebek yang sebelumnya mendominasi, Honda Vario terus beradaptasi dengan keinginan konsumen/pengguna, dengan mengusung desain yang lebih *sporty* dan dinamis, didukung oleh grafis yang menarik. Hal ini menunjukkan bagaimana tren desain sepeda motor di Indonesia masih diwarnai warisan dari model sebelumnya.

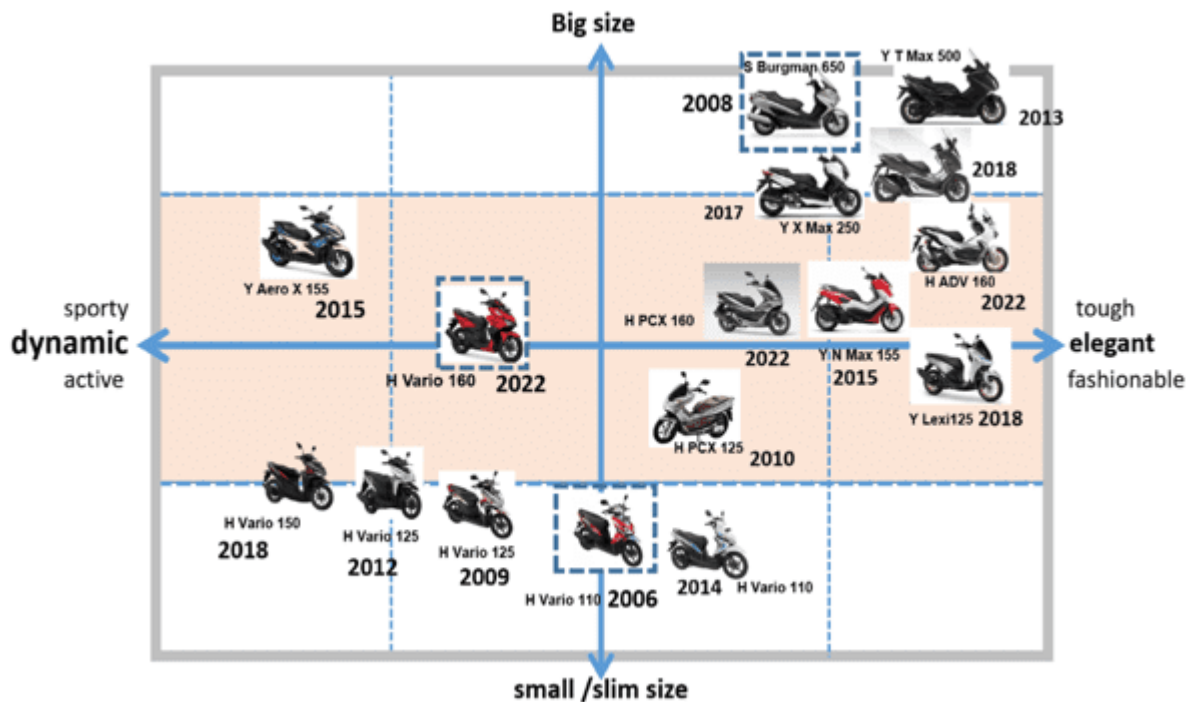
Perjalanan evolusi model Honda Vario 110 (Tabel 4) dalam menghadapi transformasi tren pasar sepeda motor di Indonesia, khususnya peralihan dari dominasi model bebek ke model skuter matik, merupakan konteks yang menarik untuk diulas. Model Vario 110 diperkenalkan dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan segmen konsumen/pengguna kelas menengah yang mencari skuter matik sebagai kendaraan harian yang menyatu dengan teknologi modern dan desain yang lebih kontemporer. Meskipun demikian, persaingan ketat dengan model sekelas, terutama seperti model Mio 115, memperlihatkan bahwa faktor harga tetap memiliki dampak signifikan dalam proses pemilihan konsumen/pengguna. Honda mengadaptasi diri dengan daya tanggapnya terhadap perubahan tren pasar melalui pengenalan serangkaian model lain, termasuk BeAT 110, yang berhasil meraih dominasi dalam pasar skuter matik di Indonesia.

Tabel 4 Fase perubahan kapasitas mesin dan desain Honda Vario (Penulis, 2023)

	Vario 110	Vario 125	Vario 150	Vario 160
Image				
Tahun produksi	2006	2018	2020	2022
Konsep desain	<i>Sporty - Elegan</i>	<i>Sporty - Sharp Dinamis</i>	<i>Sporty - Modern</i>	<i>Sporty - Maskulin</i>
Kapasitas mesin	110 cc	125cc	150cc	160cc
Status produksi	Kontinu	Kontinu	Diskontinu	Kontinu
Panjang	1897	1919	1919	1929
Lebar	680	679	679	679
Tinggi	1083	1062	1062	1088
Sumbu Roda	1273	1280	1280	1277
Tinggi Jok	758	769	769	778
Berat	99,3 kg	111 kg	112 kg	115 kg
Ban depan	80/90 -14	80/90 - 14	80/90 - 14	100/80 -14
Ban belakang	90/90 - 14	90/90 - 14	100/80 - 14	120/70 - 14

Skuter matik Honda Vario 110 dirancang dengan konsep desain yang menggabungkan elemen *Elegant - Sporty*, yang secara khusus memperhatikan segmen pengguna wanita. Oleh karena itu, dimensinya didesain dengan mempertimbangkan antropometri pengendara wanita di Asia. Dalam perjalanannya menuju pengembangan produk yang lebih baik, Honda Vario telah mengalami beberapa kali perubahan, tetapi konsep desain yang mengusung citra *sporty* dan dimensi yang sesuai tetap dipertahankan hingga tahun 2018. Namun, pada tahun 2022, terjadi transformasi dalam desain model Honda Vario. Transformasi ini mengarahkan desainnya menjadi lebih berkarakter maskulin, sementara tetap mempertahankan ciri khas *sporty* yang telah lama menjadi identitas desain Vario.

Berbagai perubahan dalam desain Honda Vario juga memberikan gambaran tentang bagaimana preferensi masyarakat Indonesia tetap terikat dengan warisan desain sepeda motor sebelumnya, walaupun tren berubah seiring waktu. Hal ini menegaskan bahwa pengaruh desain sebelumnya tetap memengaruhi pandangan konsumen/pengguna dan pandangan pasar secara keseluruhan. Hal tersebut juga menggambarkan bagaimana Honda harus secara aktif beradaptasi terhadap perubahan tren dan dinamika preferensi pasar. Pada saat yang sama, perubahan desain yang terjadi pada Honda Vario memperlihatkan bagaimana pengaruh dari desain sepeda motor masa lalu masih berperan dalam mengarahkan evolusi desain produk yang lebih baru, meskipun dalam konteks tren yang terus berubah.



Gambar 17. Posisi produk skuter Vario 160 (Penulis, 2023).

Perubahan dimensi pada desain model skuter Honda Vario 160 berimplikasi pada pengalaman pengendara (UX), terutama bagi pengguna wanita. Berdasarkan ukuran antropometri rata-rata wanita Asia, dimensi baru ini mungkin menimbulkan kesulitan saat mengoperasikan kendaraan, terutama dalam kondisi berhenti. Meskipun demikian, peningkatan dimensi juga memberikan manfaat dengan memungkinkan penyimpanan helm yang lebih baik pada unit model skuter seri Honda Vario 160 yang baru. Selain itu, perubahan dalam pemilihan warna juga menjadi fitur yang mencolok pada model Vario 160. Penggunaan warna tidak lagi terbatas pada warna hitam polos, melainkan dilengkapi dengan stripe dan emblem merek tiga dimensi, seperti yang biasa ditemukan pada sepeda motor premium (Moge). Integrasi fitur-fitur teknologi terbaru seperti konektivitas digital yang meningkatkan kenyamanan, sistem alarm, starter tanpa kunci, rem ABS, serta kemungkinan fitur terkait emisi (*hybrid, eV*) semakin memperlihatkan evolusi dari konsep awal produk Vario (Gambar 17).

Perjalanan perubahan yang telah terjadi membawa dampak pada ragam varian model yang masih diproduksi untuk menjaga daya tarik segmen pasar kelas menengah yang menjadi tujuannya. Posisi Honda Vario 160 dalam peta skuter matik di Indonesia juga telah mengalami pergeseran akibat perubahan konsepnya. Dengan mempertimbangkan dimensinya, Vario 160 dapat dilihat sebagai

sepeda motor skuter mid-size yang menggunakan platform rangka *flatdeck*, mirip dengan model Yamaha Lexi yang diperkenalkan pada tahun 2018.

Pada diagram yang tertera pada Gambar 18, terlihat bahwa skuter Honda Vario 160 termasuk dalam kategori skuter matik berukuran mid-size, bersama dengan beberapa model lain seperti Honda PCX 160, ADV 160, Yamaha Aero X 155, N-Max 160, dan Yamaha Lexi. Model Honda Vario 160 dan Yamaha Lexi memiliki kesamaan dalam konfigurasi *platform* yang digunakan, yaitu *flatdeck*. Walaupun demikian, konsep desain yang diusung oleh keduanya berbeda secara signifikan, sehingga mengakibatkan perbedaan dalam target pengguna dan preferensinya.

SES	Kano	Maslow	Image	Note
A	Excitement needs keinginan yang tidak terucapkan dari konsumen dan dapat meningkatkan kepuasan konsumen jika ditambahkan.	self fulfillment needs <i>Self actualization</i>		<ul style="list-style-type: none"> • Big size body • Big engine capacity >250cc • Center tunnel/under bone • CBU
B	Performance needs keinginan yang terucapkan dari konsumen dan meningkatkan kepuasan konsumen.	Physiological needs <i>• Self Esteem Needs</i>		<ul style="list-style-type: none"> • Mid size body • Mid engine capacity 155 - 160 cc • Center tunnel/under bone • CKD
		Basic needs <i>• Social needs</i>		<ul style="list-style-type: none"> • Mid size body • Mid engine capacity 125 - 160 cc • Flat deck • CKD
C	Basic Needs keinginan konsumen yang ditunjukkan pasti ada dalam suatu produk.	Basic needs <i>• safety needs</i> <i>• Physiological needs</i>		<ul style="list-style-type: none"> • compact size body • small engine capacity 110 - 125cc • Flat deck • CKD

Gambar 18. Relasi teori Kano, Maslow dan posisi hirarki sepeda motor skuter Indonesia (Penulis, 2023).

Gambar 18 juga memperlihatkan relasi antara kelas sosial konsumen/pengguna, teori kebutuhan dan keinginan konsumen/pengguna, dalam hal ini menggunakan kerangka teori Kano [24] dan Maslow [24], serta posisi hierarki sepeda motor skuter di Indonesia. Model sepeda motor kelas A, umumnya merupakan produk impor (CBU) dengan konsep desain yang sangat berbeda dibandingkan dengan konsep sepeda motor kelas menengah yang ada sebelum tahun 2008. Penjelasan sebagai berikut.

- **Kategori A - Excitement needs (Kebutuhan Kejutan):** Kebutuhan ini merujuk pada keinginan yang tidak diungkapkan secara eksplisit oleh konsumen/pengguna, namun memiliki potensi untuk meningkatkan kepuasan konsumen/pengguna jika ditambahkan. Ini berkaitan dengan konsep *self-fulfillment* dalam teori Maslow yang mencakup kebutuhan aktualisasi diri. Dalam hal ini, data menunjukkan bahwa sepeda motor dengan tubuh besar, kapasitas mesin besar di atas 250cc, dan konfigurasi *underbone* (CBU) dapat menciptakan kejutan positif bagi konsumen/pengguna.
- **Kategori B - Performance needs (Kebutuhan Kinerja):** Kebutuhan ini adalah keinginan yang secara jelas diucapkan oleh konsumen/pengguna dan dapat meningkatkan kepuasan mereka. Ini sesuai dengan kebutuhan fisiologis dan kebutuhan penghargaan dalam teori Maslow. Data menunjukkan bahwa konsumen/pengguna menginginkan sepeda motor dengan tubuh berukuran sedang, kapasitas mesin menengah antara 155-160 cc, dan konfigurasi *underbone*. Selain itu, model yang

diproduksi dengan cara perakitannya di negara tujuan (CKD) juga dianggap penting untuk mencapai kepuasan dalam kebutuhan kinerja.

- **Kategori C - Basic needs (Kebutuhan Dasar):** Ini adalah kebutuhan yang diasumsikan pasti ada dalam suatu produk dan mencakup kebutuhan dasar dan fisiologis konsumen/pengguna. Ini sesuai dengan kebutuhan keamanan dan fisiologis dalam teori Maslow. Data menunjukkan bahwa konsumen/pengguna menginginkan sepeda motor dengan tubuh ukuran kompak, kapasitas mesin kecil antara 110-125cc, dan konfigurasi *flatdeck*. Model ini juga dihasilkan melalui cara perakitan di negara tujuan (CKD) untuk memenuhi kebutuhan dasar konsumen/pengguna.

Dengan demikian, pengembangan desain sepeda motor perlu mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan konsumen/pengguna yang beragam, sesuai dengan kerangka teori Kano dan Maslow. Variasi dalam aspek ukuran tubuh, kapasitas mesin, konfigurasi, serta metode perakitan memiliki peran signifikan dalam memenuhi tingkat kepuasan konsumen/pengguna sesuai dengan tingkat kebutuhan yang diinginkan.

Pada periode yang diulas, muncul konsep desain yang umum diterapkan pada sepeda motor, seperti model Honda BeAT dan Honda Vario. Kedua model ini menonjolkan fungsi yang sangat fungsional dan kenyamanan bagi penggunanya. Perbedaan antara segmen B (*basic needs*) dan C (*performance needs*) tercermin melalui faktor-faktor seperti harga jual, spesifikasi, dan fitur yang dihadirkan oleh masing-masing model. Hal ini menunjukkan adanya variasi dalam preferensi konsumen/pengguna serta pilihan produk yang mendasarkan diri pada berbagai kebutuhan dan tingkat keinginan. Masuknya sepeda motor Moge CBU oleh Suzuki pada tahun 2008, yang diikuti oleh peluncuran model-model skuter Moge dari merek-merek lain, telah memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan segmen baru di kelas menengah. Segmen ini mengadopsi ciri-ciri khas sepeda motor skuter Moge, seperti penggunaan *platform underbone* atau *center tunnel*, dimensi yang lebih besar, grafis bodi yang menarik, teknologi canggih, serta desain yang lebih mewah.

Banyak ciri khas sepeda motor Moge ini telah menjadi preferensi populer di kalangan konsumen/pengguna. Fenomena ini menciptakan keinginan untuk memiliki sepeda motor dengan ciri-ciri yang sejalan dengan tren Moge tersebut. Perubahan ini merefleksikan dinamika pasar yang terus berkembang, dimana preferensi dan keinginan konsumen/pengguna memainkan peran penting dalam membentuk arah perkembangan desain sepeda motor. Namun, tidak semua pengaruh dari skuter Moge membawa dampak positif bagi konsumen/pengguna. Perubahan dimensi bodi pada skuter Moge telah mengakibatkan perubahan pada kenyamanan berkendara, terutama bagi pengendara wanita di wilayah Asia Tenggara yang memiliki ukuran antropometri yang spesifik. Untuk menjaga segmen pasar yang telah terbentuk, maka produk Vario sebelumnya tetap dipertahankan sebagai alternatif yang mengakomodasi pengendara wanita dalam segmen seri Vario.

DISKUSI

Faktor-Faktor Umum yang Mempengaruhi Perubahan Desain Produk Sepeda Motor

Dari telaah yang dilakukan, dapat dilihat bahwa perubahan dalam desain produk sepeda motor dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang memiliki peran signifikan dalam membentuk perubahan desain produk sepeda motor, sebagai berikut:

a) Faktor Regulasi dan Standarisasi Pemerintah

Perubahan desain produk sepeda motor dapat dipicu oleh regulasi dan standar keselamatan yang ditetapkan oleh pemerintah. Aturan terkait emisi, aspek keamanan, dan dampak lingkungan memiliki potensi untuk mempengaruhi arah perubahan desain. Kebijakan regulasi ini mendorong pengembangan desain yang sesuai dengan standar yang berlaku. Regulasi juga berdampak pada kompetisi di pasar sepeda motor, mendorong inovasi dalam desain untuk memenuhi persyaratan pemerintah dan meraih keunggulan kompetitif.

b) Faktor Internal Perusahaan

Kebijakan dan strategi yang diarahkan oleh rencana bisnis perusahaan, sejalan dengan visi dan misi, menjadi pijakan dasar dalam merumuskan strategi pengembangan produk jangka pendek maupun panjang. Keputusan dalam hal ini menentukan rencana pengembangan desain produk yang sesuai dengan tujuan dan target perusahaan. Dalam konteks perusahaan yang terlibat dalam kemitraan (*joint venture*), kebijakan mitra atau prinsipal memiliki dampak pada perjalanan perkembangan desain produk sepeda motor. Ini termasuk keputusan terkait penerapan teknologi dan desain global ke dalam pasar domestik berikut menjawab berbagai regulasi pemerintah di pasar tersebut. Faktor internal perusahaan seperti efisiensi juga mempengaruhi kemampuan dalam mengadaptasi desain sesuai dengan kebutuhan dan kondisi.

c) Persaingan di Pasar

Persaingan yang ketat di pasar sepeda motor mendorong produsen untuk terus mengembangkan desain produk yang menarik dan inovatif. Analisis persaingan menjadi penting untuk mengidentifikasi keunggulan pesaing dan merancang strategi pengembangan produk yang tepat. Dengan memahami pesaing, perusahaan dapat mengambil langkah yang cerdas dalam menghadapi persaingan dan meraih preferensi konsumen.

d) Teknologi

Kemajuan teknologi memiliki peranan sentral dalam perubahan desain produk sepeda motor. Inovasi dalam teknologi mesin, material, komponen elektronik, dan aspek lainnya memungkinkan perkembangan desain yang lebih efisien, aman, dan canggih. Teknologi juga mendorong integrasi fitur-fitur tambahan seperti fitur keamanan lanjutan, konektivitas, dan sistem bantuan berkendara. Dalam konteks sepeda motor, teknologi yang terus berkembang harus diakomodasi dalam desain produk untuk menjaga daya saingnya.

Faktor Esensial yang Mempengaruhi Perubahan Desain Produk Sepeda Motor

Dari telaah yang dilakukan, dapat digambarkan bahwa perubahan dalam desain produk sepeda motor dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang memiliki peran signifikan dalam membentuk perubahan desain produk sepeda motor adalah terjadinya dinamika Kebutuhan Konsumen. Perubahan desain produk sepeda motor juga sangat dipengaruhi oleh kebutuhan dan preferensi konsumen sebagai pengguna sepeda motor. Pengembangan produk yang berhasil memenuhi harapan dan kebutuhan mereka berdampak positif pada kinerja bisnis dan industri sepeda motor secara keseluruhan. Studi mendalam terhadap perilaku konsumen hingga tren dan gaya hidup masyarakat memiliki peran krusial dalam membentuk perubahan desain produk sepeda motor. Perubahan permintaan konsumen/pengguna sejalan dengan pergeseran tren dan gaya hidup dapat memicu pengembangan desain yang responsif. Gaya hidup yang berubah secara sosial dan budaya juga berdampak pada preferensi desain dan fitur produk.

Dalam menghadapi perubahan yang beragam ini, produsen sepeda motor perlu menjalankan strategi pengembangan produk yang adaptif dan inovatif. Penggabungan faktor-faktor internal perusahaan, regulasi, tren, teknologi, persaingan pasar, dan kebutuhan konsumen sebagai pengguna menjadi dasar dalam mengembangkan desain produk yang sesuai dengan kebijakan pemerintah, selaras dengan preferensi pengguna, dan mempertimbangkan perkembangan pasar yang dinamis. Konsumen memegang peran pendorong yang menginspirasi dan menjadi target primer dalam proses evolusi produk, mengingat evaluasi mereka akan membentuk penilaian objektif mengenai kualitas produk dari sudut pandang industri. Inilah sebabnya mengapa memiliki pemahaman yang mendalam terhadap preferensi dan aspirasi konsumen menjadi elemen pokok yang menandai kesuksesan setiap produk dalam bingkai pasar yang dinamis.



Gambar 19. Piramida kebutuhan [24].

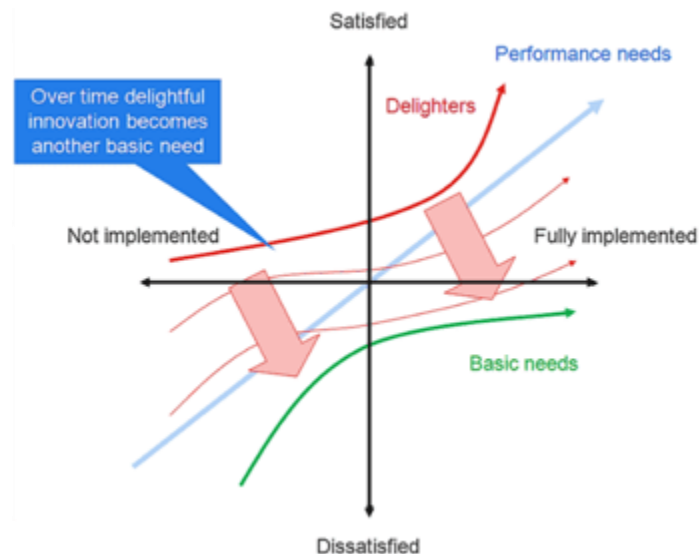
Hierarki Kebutuhan Maslow menggambarkan lima tingkat kebutuhan dasar manusia yang terorganisir secara hirarkis [24]. Pertama, terdapat kebutuhan fisiologis yang menjadi prioritas utama bertahan hidupnya manusia. Kedua, kebutuhan rasa aman, meliputi keamanan fisik dan emosional setelah kebutuhan fisiologis terpenuhi. Ketiga, kebutuhan sosial mencakup kasih sayang, persahabatan, dan penerimaan dari orang lain, sesuai dengan sifat sosial manusia. Keempat, kebutuhan penghargaan melibatkan harga diri, pengakuan, dan prestasi, di mana pengakuan diperoleh setelah kebutuhan sosial terpenuhi. Terakhir, ada kebutuhan aktualisasi diri, yang mencakup pengembangan potensi diri, peningkatan kemampuan, dan upaya untuk menjadi lebih baik. Kebutuhan ini biasanya hanya dipenuhi oleh mereka yang berani mencari tantangan dan ingin mencapai kepuasan batin serta meningkatkan kepercayaan diri.

Prinsip Maslow ini, secara hirarkis, juga memiliki relevansi yang signifikan dalam konteks pengembangan desain sepeda motor. Sebagai berikut.

- 1) **Kebutuhan fisiologis**, menjadi titik awal yang esensial dalam mengembangkan desain yang berfungsi dengan baik. Aspek-aspek seperti kenyamanan, ergonomi, dan keamanan bagi pengendara dan penumpang harus dipertimbangkan untuk memastikan kenyamanan fisik saat mengendarai sepeda motor.
- 2) **Kebutuhan rasa aman**, memainkan peran penting dalam merancang fitur-fitur yang memberikan perlindungan fisik dan emosional bagi pengendara. Sistem keamanan, stabilitas, dan teknologi yang mendukung keselamatan menjadi fokus utama dalam pengembangan desain sepeda motor.

- 3) **Kebutuhan sosial**, tercermin dalam desain sepeda motor dengan menciptakan interaksi positif antara pengendara dan lingkungan sekitarnya. Desain yang memungkinkan interaksi dengan pengendara lain, serta mendukung perasaan kepemilikan dan identifikasi dengan komunitas pengendara, dapat membantu memenuhi kebutuhan sosial ini.
- 4) **Kebutuhan penghargaan**, tercermin dalam desain sepeda motor yang menggambarkan status, prestasi, dan pengakuan. Detail-desain yang mencerminkan kualitas, daya tarik visual, dan teknologi yang lebih canggih dapat membantu memenuhi kebutuhan penghargaan, memperkuat kepercayaan diri pengendara, dan meningkatkan kepuasan pengguna.
- 5) **Kebutuhan aktualisasi diri**, merupakan tingkatan puncak dalam hierarki, dapat diterjemahkan dalam pengembangan desain sepeda motor yang memungkinkan pengendara untuk mengembangkan keterampilan mengemudi mereka, merasakan pencapaian pribadi melalui pengalaman berkendara yang memuaskan, dan merasa sejalan dengan nilai-nilai pribadi yang diperjuangkan.

Dalam konteks proses pengembangan desain sepeda motor, pemahaman mendalam tentang Hierarki Kebutuhan Maslow memberikan panduan berharga untuk menciptakan produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga memberikan pengalaman yang memuaskan dan memenuhi kebutuhan emosional serta psikologis pengendara.



Gambar 20: Model Kano, strategi pembakuan cara melihat kebutuhan pelanggan [25].

Pendekatan lain yang mencuat dalam arena pengembangan produk adalah Model Kano [26]. Model ini dirancang sebagai sebuah kerangka strategis untuk mengungkapkan dan mengidentifikasi ragam keinginan yang tersembunyi dalam diri pengguna sebagai pelanggan dalam proses perencanaan produk yang baru. Inti dari konsep Kano adalah tentang bagaimana faktor-faktor kualitas dalam produk atau layanan mempengaruhi kepuasan dan persepsi pelanggan.

Teori Kano mengaitkan faktor-faktor kualitas dengan dua dimensi: faktor-faktor "hygiene" atau kebutuhan dasar (yang bersifat teknis-operasional) yang harus ada dalam produk (sebagai fitur dasar yang diharapkan harus ada) dan faktor-faktor "attractive" atau faktor-faktor kualitas menarik pada produk atau layanan yang menciptakan "afeksi mendalam" di antara pelanggan terhadap produk atau

layanan tersebut, membangun reputasi merek yang kuat, dan membedakannya dari waktu ke waktu, namun dapat memberikan kepuasan ekstra kepada pelanggan (seperti fitur yang membuat produk menonjol dan berkesan) [27]. Teori ini mengemukakan bahwa memahami dan memenuhi kedua jenis faktor ini dapat membantu perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun reputasi merek yang kuat, dan membedakan produk dari pesaing. Di dalam konsep ini, atribut-atribut produk dapat diurutkan dalam kategori-kategori yang mencakup kebutuhan dasar (*basic needs*), kebutuhan kinerja (*performance needs*), dan kebutuhan eksitasi (*excitement needs*).

Dalam lingkup paradigma kebutuhan dan keinginan pengguna, terdapat kategorisasi yang penting untuk dikaji dalam perencanaan produk, yakni *basic needs*, *performance needs*, dan *excitement needs*. *Basic needs* mengacu pada keinginan yang diasumsikan sebagai esensial dalam sebuah produk, sementara *performance needs* merujuk pada keinginan yang jelas dan dinyatakan oleh konsumen/pengguna, yang bila terpenuhi akan meningkatkan tingkat kepuasan. Di sisi lain, *excitement needs* mencakup keinginan yang tidak diucapkan secara langsung oleh konsumen/pengguna, namun jika diintegrasikan dapat memberikan peningkatan signifikan terhadap kepuasan. Kategori *excitement needs* bersifat dinamis dan berpotensi berubah seiring waktu. Suatu produk yang dianggap inovatif saat ini, mungkin akan mengalami penurunan nilai inovasinya di masa depan. Karena itu, untuk tetap memenuhi kebutuhan konsumen, perusahaan harus mengusahakan pengembangan produk baru secara kontinu.

Kebutuhan dan preferensi pengguna memiliki pengaruh krusial dalam evolusi desain produk sepeda motor. Tuntutan konsumen/pengguna terhadap aspek-aspek tertentu seperti fitur spesifik, kenyamanan, kinerja yang unggul, atau desain yang unik, dapat membentuk arah pengembangan desain produk. Oleh karena itu, produsen harus memiliki ketajaman dalam memantau perubahan sosial dan memahami kebutuhan pengguna serta memberikan tanggapan yang signifikan melalui modifikasi desain produk sepeda motor.

Faktor ekonomi juga memiliki dampak yang tidak bisa diabaikan dalam desain produk. Karena itu, perencanaan dalam setiap pengembangan desain harus mencakup perhitungan matang terhadap faktor-faktor ekonomi ini, untuk memastikan kelangsungan bisnis perusahaan. Setiap konsep pengembangan produk harus dapat sebesar mungkin menjawab apa yang akan diminati oleh pasar, namun harus tetap dapat memenuhi berbagai kriteria kebijakan pemerintah dan efisiensi teknis dan keekonomian produksinya.

Secara keseluruhan, perubahan dalam desain produk sepeda motor yang terjadi adalah hasil ekuilibrisasi dari berbagai faktor, yang meliputi faktor internal perusahaan, regulasi pemerintah, tren dan gaya hidup, kemajuan teknologi, dinamika persaingan pasar, kebutuhan konsumen, pertimbangan lingkungan, faktor ekonomi, dan aspek internal perusahaan. Seluruh faktor ini merupakan elemen-elemen krusial yang perlu diakomodasi oleh produsen sepeda motor dalam rangka pengembangan desain yang atraktif, inovatif, sesuai dengan harapan pengguna, serta memenuhi standar dan regulasi yang berlaku.

Strategi Pengembangan Desain Produk Dalam Menghadapi Tren Moge

Dalam menghadapi tren perubahan dan kebijakan pemerintah yang mempengaruhi industri sepeda motor di Indonesia, sejumlah strategi penting telah diterapkan untuk mengembangkan desain produk yang sesuai dengan dinamika tersebut. Berdasarkan hasil analisis dari berbagai wawancara mendalam dengan praktisi industri sepeda motor, dapat disimpulkan bahwa kebijakan otomotif yang dikeluarkan

oleh pemerintah memiliki dampak yang signifikan terhadap perkembangan industri dan desain produk sepeda motor di Indonesia. Dampak ini dapat terjadi secara langsung maupun tidak langsung, membentuk kerangka kerja untuk pengembangan produk yang responsif terhadap kebutuhan pasar dan kebijakan yang ada.

Salah satu strategi utama yang diimplementasikan oleh perusahaan adalah Penelitian dan Pengembangan Produk. Bagian Pengembangan Produk berperan sentral dalam menyikapi kebijakan pemerintah. Melalui penelitian dan pengembangan, perusahaan dapat mengidentifikasi kebutuhan pasar yang berkaitan dengan regulasi yang diterapkan oleh pemerintah. Selain itu, strategi ini memungkinkan pengembangan teknologi dan desain produk yang sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan. Dengan melibatkan riset intensif, perusahaan dapat menghasilkan inovasi teknologi yang mendukung kebijakan pemerintah dan memberikan keunggulan kompetitif. Strategi ini juga memungkinkan perusahaan untuk menemukan peluang baru, seperti penggunaan bahan bakar alternatif atau pengembangan sepeda motor listrik, yang sesuai dengan arah kebijakan pemerintah dalam meningkatkan keberlanjutan industri.

Page | 54

Analisis pasar dan kebutuhan konsumen merupakan strategi paling penting yang memiliki peranan signifikan. Melalui riset pasar yang didukung oleh fungsi desainer sebagai pihak yang paling memahami masyarakat, baik sebagai pengguna, konsumen, pelanggan, hingga pasar secara cermat, pelaku industri mampu memahami tren, preferensi, dan kebutuhan pengguna terkait desain produk. Data dari analisis ini digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan produk yang responsif terhadap perubahan kebijakan pemerintah dan sekaligus memenuhi ekspektasi konsumen dengan tetap memperhatikan keekonomian produksinya.

Strategi ini memberikan manfaat jangka panjang, seperti membangun reputasi baik melalui kepatuhan terhadap regulasi, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memperluas pangsa pasar. Selain itu, strategi ini juga membantu perusahaan dalam mengantisipasi perubahan kebijakan pemerintah di masa mendatang, sehingga dapat menjaga keberlanjutan industri dalam jangka panjang. Langkah-langkah strategis dalam mengembangkan desain produk yang sesuai akan membantu industri sepeda motor menghadapi perubahan dengan tetap mempertahankan inovasi, kepuasan konsumen, dan keberlanjutan bisnis perusahaan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini mengungkap adanya hubungan yang signifikan antara kebijakan pemerintah terkait impor kendaraan dengan bagaimana tren desain skuter matik di Indonesia berkembang. Penetrasi sepeda motor besar tipe skuter yang dikenal sebagai "Moge" dengan perubahan dalam desain produk sepeda motor model skuter di Indonesia adalah contoh bagaimana kebijakan pemerintah berdampak terhadap terbentuknya preferensi pasar sepeda motor di Indonesia.

Peristiwa Moge yang pertama kali memasuki pasar Indonesia pada tahun 2008, telah memunculkan transformasi yang berarti dalam pengembangan desain sepeda motor kelas menengah, serta menjadi titik awal munculnya arus baru dalam pola desain skuter. Sejarah desain model skuter di Indonesia, yang semula ditujukan untuk memenuhi kebutuhan segmen wanita dengan dimensi sesuai antropometri wilayah Asia Tenggara, mengalami perubahan konseptual dan dimensi akibat pengaruh desain skuter Moge yang diimpor dan menjadi acuan bagi konsumen/pengguna.

Kehadiran Moge telah menstimulasi sektor otomotif Indonesia untuk mengadopsi elemen-elemen desain yang dicontohkan oleh Moge, termasuk *platform underbone* atau center tunnel, dimensi yang

lebih luas, grafis bodi yang menarik, teknologi canggih, dan estetika yang lebih mewah. Fenomena ini mencerminkan evolusi tren desain sepeda motor di Indonesia yang kian mengarah pada karakteristik modern dan gaya hidup yang eksklusif.

Jika pada era kategori bebek, karakteristik desain yang menggabungkan elemen dinamika *sporty* dan grafis menarik mempengaruhi pengembangan desain skuter saat model skuter matik (skutik) pertama kali muncul pada tahun 2000-an. Perubahan desain produk sepeda motor di Indonesia pun semakin signifikan dengan masuknya dan meluasnya penggunaan skuter Moge sejak tahun 2008. Skutik Moge, yang memiliki citra gagah, minimalis (dengan grafis yang terbatas pada bodi sepeda motor), dan beragam pilihan warna. Faktor-faktor ini mempengaruhi desain skuter kelas menengah di Indonesia, termasuk dalam perubahan desain Honda Vario, sebuah model skuter matik yang populer di Indonesia.

Penelitian ini juga menggambarkan dampak referensi produk kelas sosial yang lebih tinggi terhadap arah desain sepeda motor bagi segmen kelas sosial yang lebih rendah. Meskipun kelas menengah ke bawah cenderung memprioritaskan faktor rasional, seperti ekonomi dan fungsi, mereka juga mempertimbangkan aspek emosional seperti estetika dan teknologi dalam memilih produk. Selain itu, perubahan dalam desain sepeda motor tidak hanya dipengaruhi oleh aspek teknologi dan desain semata, tetapi juga oleh dinamika perubahan sosial, tren gaya hidup, peraturan pemerintah, dan kebutuhan konsumen/pengguna. Respon praktisi industri sepeda motor dalam memenuhi keinginan konsumen/pengguna untuk memiliki sepeda motor yang mencerminkan atribut Moge, yang menggambarkan gaya hidup modern dan prestisius, membuktikan bahwa kehadiran Moge telah memberikan pengaruh substansial terhadap perkembangan tren desain skuter matik di Indonesia.

Keberadaan Moge telah memberikan wawasan mendalam mengenai kompleksitas perubahan dalam desain sepeda motor yang dapat dipengaruhi oleh sejumlah faktor multifaset, termasuk pengaruh kuat dalam pengembangan desain sepeda motor yang mengedepankan elemen dimensi, teknologi, fitur khusus, dan estetika eksklusif yang dicontohkan oleh Moge dalam tren desain skuter matik di Indonesia. Fenomena ini menegaskan bahwa pasar otomotif terus berkembang dan produsen harus bersifat responsif terhadap keinginan dan preferensi konsumen/pengguna, serta menghasilkan desain yang kreatif dan relevan. Di balik itu, adaptasi desainer produk terhadap kebutuhan konsumen/pengguna, evolusi sosial, dan dinamika ekonomi menjadi faktor penting yang mengarahkan evolusi desain sepeda motor di Indonesia.

Rekomendasi Bagi Pelaku Industri Sepeda Motor Indonesia

Dalam menghadapi dinamika industri sepeda motor, peran kunci desainer produk juga menjadi sangat penting dalam proses decision making industri sepeda motor dalam membaca dinamika pasar. Pelaku industri perlu menerapkan langkah-langkah strategis yang selalu mengantisipasi berbagai dinamika kebijakan pemerintah yang terus berubah. Investasi dalam riset dan inovasi juga tak terelakkan, karena produk inovatif yang memenuhi regulasi dan harapan konsumen/pengguna adalah elemen utama untuk mencapai kesuksesan. Selanjutnya, fleksibilitas dan adaptabilitas desain harus diperhatikan agar perusahaan dapat efisien beradaptasi dengan perubahan regulasi dan kebutuhan konsumen/pengguna.

Interaksi yang aktif dan berkelanjutan dengan konsumen/pengguna juga merupakan faktor kunci, karena hal ini memungkinkan perusahaan dan desainer produk memahami dampak kebijakan pemerintah, terutama terkait aspek desain dan teknologi yang menjadi prioritas

konsumen/pengguna. Melalui pendekatan ini, pelaku industri sepeda motor, bersama dengan peran sentral desainer produk, dapat lebih efektif menghadapi tantangan dan peluang, serta mengarah pada perkembangan industri yang berkelanjutan. Dengan memastikan produk sesuai dengan regulasi dan harapan konsumen/pengguna, industri ini mampu menjaga daya saingnya di pasar yang terus berubah.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Astuti, "7 Koleksi Motor Antik Museum Transportasi," 21 Februari 2020. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/02/21/7-koleksi-motor-antik-museum-transportasi>
- [2] Ian Chalmers, "Economic Nationalism and the Third World State: The Political Economy of The Indonesian Automotive Industry, 1950-1984," The Australian National University (Australia), 1988. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.proquest.com/openview/f88ea7c33ca179fa99bf24eff73d1f9f/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>
- [3] K. Wicaksono, "Motor Ini Bisa Diatur Pakai Teknologi Internet of Things," 4 November 2021. <https://www.viva.co.id/otomotif/motor/1420212-motor-ini-bisa-diatur-pakai-teknologi-internet-of-things>
- [4] B. Setiono, "Berdiri di Atas Mobil Sendiri." <https://premium.historia.id/article-premium/berdiri-di-atas-mobil-sendiri>
- [5] Atmawinata Achdiat, Dradjad Irianto, Lucia Diawati, Adriano Adlir, dan Yus Susilo, *Pendalaman Struktur Industri yang Mempunyai Daya Saing di Pasar Global, Perkembangan Daya Saing Industri Otomotif, Elektronika, Peralatan Listrik dan Alat Berat*. Kementerian Perindustrian RI. [Daring]. Tersedia pada: <file:///C:/Users/user/Downloads/Telaahan%20Penguatan%20Struktur%20Industri%202007%20DAYA%20SAING%20INDUSTRI%20OTOMOTIF,%20ELEKTRONIKA%20&%20PERALATAN%20LISTRIK%20DAN%20ALAT%20BERAT.pdf>
- [6] R. Rahmat, "Sejarah Sepeda Motor di Indonesia," 17 September 2018. <https://www.federaloil.co.id/detail/umum/5099-sejarah-sepeda-motor-di-indonesia?p=all>
- [7] W. O. Weernink, "Nederlands-Indië tot 1948," 2010. <https://conam.info/historie/nederlands-indie-tot-1948>
- [8] K. M. N. 49/MPP/Kep/2/2000, "Pusdiklat Bea dan Cukai," Agustus 2014. <https://bppk.kemenkeu.go.id/pusdiklat-bea-dan-cukai/berita/pintu-masuk-mobil-impor-772366>
- [9] K. Putri, "Mengenang Motor-Motor Kymco, Pionir Skutik di Tanah Air." <https://www.idntimes.com/automotive/motorbike/katarina-ariesta-putri/mengenang-motor-motor-kymco-pionir-skutik-di-tanah-air>
- [10] S. Yulia, "Sejarah Sepeda Motor dan Perkembangannya di Indonesia," *kompaspedia.kompas.id*, 28 Februari 2022. <https://kompaspedia.kompas.id/baca/infografik/kronologi/sejarah-sepeda-motor-dan-perkembangannya-di-indonesia/>
- [11] Redaksi Otosia, "Foto-foto Iklan Buram Vespa, Sudah Eksklusif Sejak Dulu," *Otosia.com*, 24 Juli 2020. <https://www.otosia.com/berita/read/4736036/foto-foto-iklan-buram-vespa-sudah-eksklusif-sejak-dulu>
- [12] Husein, "Vespa Scooters." <https://id.pinterest.com/pin/294774738082748209/>
- [13] E. Wojciechowska, "mo-ped.se." <https://www.zweirad-union-mopeds.de/>

- [14] F. Profir, "Honda C70 Super Cub 1969-1980," Desember 2008. <https://www.autoevolution.com/moto/honda-c70-super-cub-1969.html#>
- [15] Kartika, "Sejarah Industri Sepeda Motor di Indonesia," *J. Hum.*, vol. 9, no. 2, hlm. 117–126, 2018.
- [16] R. Chandra, "Menyusuri Jejak Honda S90, Motor Langka Incaran Kolektor," *otomotif.sindonews.com*, Desember 2021. <https://otomotif.sindonews.com/read/633113/121/menyusuri-jejak-honda-s90-motor-langka-incaran-kolektor-1639919543>
- [17] AISI, "Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia," *Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia*. <https://www.aisi.or.id/>
- [18] A. H. Motor, "Koleksi Desain Astra Honda Motor," Cikarang, 2016.
- [19] A. H. Wirawan, "Meningat Kembali Vespa Corsa, Mbahnya Skuter Matik di Indonesia," Desember 2017. <https://www.gridoto.com/read/221008953/meningat-kembali-vespa-corsa-mbahnya-skuter-matik-di-indonesia>
- [20] V. Shankar, G. S. Carpenter, dan L. Krishnamurthi, "Late Mover Advantage: How Innovative Late Entrants Outsell Pioneers," *J. Mark. Res.*, vol. 35, no. 1, hlm. 54–70, 1998, doi: 10.2307/3151930.
- [21] A. M. Almushaikeh *dkk.*, "Manufacturing of carbon fiber reinforced thermoplastics and its recovery of carbon fiber: A review," *Polym. Test.*, vol. 122, hlm. 108029, Mei 2023, doi: 10.1016/j.polymertesting.2023.108029.
- [22] Suzuki, "Suzuki Catalogue."
- [23] Harley Davidson, "Harley Davidson Wien Favoriten," 29 September 2022. <https://www.facebook.com/photo?fbid=464248759067538&set=a.464248729067541>
- [24] Abraham Maslow, *A theory of human motivation*. 1943. [Daring]. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1037/h0054346>
- [25] L. Marakanon dan V. Panjakajornsak, "Perceived quality, perceived risk and customer trust affecting customer loyalty of environmentally friendly electronics products," *Kasetsart J. Soc. Sci.*, vol. 38, no. 1, hlm. 24–30, Jan 2017, doi: 10.1016/j.kjss.2016.08.012.
- [26] C.-C. Chen dan M.-C. Chuang, "Integrating the Kano model into a robust design approach to enhance customer satisfaction with product design," *Spec. Sect. Logist. Manag. Fash. Retail Supply Chains*, vol. 114, no. 2, hlm. 667–681, Agu 2008, doi: 10.1016/j.ijpe.2008.02.015.
- [27] L. M. Vinai Panjakajornsak, "Perceived quality, perceived risk and customer trust affecting customer loyalty of environmentally friendly electronics products", doi: 10.1016.