**Universitas Katolik Parahyangan**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

# Analisis Inovasi Produk Mitsubishi Xpander

Skripsi

Oleh

Luthfi Muamar Risyad

2014320005

Bandung

2018

**Universitas Katolik Parahyangan**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

# Analisis Inovasi Produk  Mitsubishi Xpander

Skripsi

Oleh
Luthfi Muamar Risyad
2014320005

Pembimbing
Sanerya Hendrawan, Ph.D

Bandung
2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

## Tanda Pengesahan Skripsi

| | |
|---|---|
| Nama | : Luthfi Muamar Risyad |
| Nomor Pokok | : 2014320005 |
| Judul | : Analisis Strategi Inovasi Mitsubishi Xpander |

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang
Sarjana Pada Rabu, 5 September 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**
**Ketua sidang merangkap anggota**
Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T : _____

**Sekretaris**
Sanerya Hendrawan, Ph.D : _____

**Anggota**
Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si : _____

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

**Pernyataan**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Luthfi Muamar Risyad

NPM : 2014320005

Jurusan / Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Inovasi Produk Mitsubishi Xpander

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 1 Januari 2018

Luthfi Muamar Risyad

# ABSTRAK

Nama : Luthfi Muamar Risyad
NPM : 201432005
Judul : Analisis Inovasi Produk Mitsubishi Xpander.

---

Perkembangan industri otomotif atau kendaraan dalam negeri khususnya roda empat yang terus mengalami peningkatan setiap tahunnya selain itu pemintaan akan kebutuhan kendaraan bermotor pun semakin meningkat. Hal tersebut telah menimbulkan persaingan antar perusahaan atau produsen menjadi semakin ketat dan kompetitif dalam menciptakan produk yang modern serta inovatif. Maka perusahaan atau produsen perlu beradaptasi dengan kondisi lingkungan eksternal dan internal nya agar strategi yang telah diciptakan dapat diterapkan secara efektif dan efisien sehingga sesuai untuk mencapai tujuan utama perusahaan dan mempermudah untuk menghadapi persaingan di pasar.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelititan ini memiliki tujuan untuk : (1) mengetahui kondisi eksternal dan internal pada Mitsubishi Motor Indonesia terhadap pasar *LMPV*, (2) mengetahui strategi inovasi produk Xpander yang dilakukan oleh Mitsubishi Motor Indonesia sehingga bisa mendapatkan respon yang positif di benak masyarakat Indonesia, (3) mengetahui kinerja strategi inovasi produk yang dilakukan oleh Mitsubishi Motor Indonesia dan prospeknya.

Peneliti menggunakan teknik Penelitian Deskriptif melalui pendekatan metode kualitatif pada pembahasan penelitian ini. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan observasi, wawancara dan bantuan studi dokumentasi. Peneliti juga menggunakan teknik analisis interaktif & Matriks SWOT dalam melakukan teknik analisis data.

Hasil penelitian yang dilakukan peneliti memperoleh strategi inovasi yang digunakan oleh Mitsubishi Motors Indonesia khususnya terhadap Mitsubishi Xpander adalah strategi inovasi berbasis desain yang didukung oleh beberapa kekuatan nilai tambah yaitu fitur dan kenyaman yang lebih baik dibandingkan dengan kendaraan lain di kelasnya.

Kata Kunci : Analisis Strategi, Strategi Inovasi dan Strategi Pengembangan Bisnis Otomotif.

# ABSTRACT

*Name : Luthfi Muamar Risyad*
*NPM : 201432005*
*Title : Strategic Analysis of Product Innovation* Mitsubishi Xpander.

---

*The development of the automotive industry or vehicles on domestic market, especially the four wheels that continue to increase every year in addition to demand for motor vehicle demand is increasing. This has led to competition between companies or producers become increasingly stringent and competitive creating products that are modern and innovative. Then companies or producers need to adapt to the conditions of their external and internal environment so that the strategies that have been created can be applied effectively and efficiently so that appropriate to achieve the main objectives of the company and facilitate to face competition in the market.*

*This research has the objectives to: (1) know the external and internal conditions in Mitsubishi Motor Indonesia towards the LMPV market; (2) to know the product innovation strategy of Xpander done by Mitsubishi Motor Indonesia so that it can get positive response in the mind of society Indonesia; (3) to know the performance of product innovation strategy conducted by Mitsubishi Motor Indonesia and its prospects.*

*Researchers use Descriptive Research technique through qualitative method approach in this research discussion. Technique of data collection is done by doing observation, interview and documentation study. Researchers also use interactive analysis techniques & SWOT matrix in conducting data analysis techniques.*

*The results of research conducted by researchers to obtain innovation strategy used by Mitsubishi Motor Indonesia to Mitsubishi Xpander is a design-based innovation strategy that is supported by some added value strength of features and better comfort compared to other vehicles in its class.*

*Keywords: Strategy Analysis, Innovation Strategy, Product Innovation and Automotive Business Development Strategy.*

# KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur pada Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Analisis Inovasi Produk Mitsubishi Xpander" dapat diselesaikan dengan baik. Tujuan penyusun membuat penelitian ini untuk memenuhi salah satu tugas akhir selama perkuliahan dan sebagai syarat untuk lulus dari perguruan tinggi.

Dalam penyusunan penelitian skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyaknya kekurangan dalam penyusunan penilitian ini, baik kekurangan pada bahasa yang digunakan maupun teknik penyampaian yang digunakan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca untuk melengkapi segala kekurangan dan kesalahan dari penelitian ini dan penulis Pun berharap apa yang disampaikan dalam bentuk skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi mereka yang membutuhkannya.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan ucapan terima kasih kepada pihak – pihak yang sudah membantu dalam penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran nya untuk memberikan bantuan dan saran selama penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis.
3. Seluruh Dosen dan Staff di Universitas Katolik Parahyangan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis.

4. Bapak Iqbal Bhaiksar selaku pihak Mitsubishi Motor Indonesia yang telah mengizinkan penulis dalam melakukan penelitian dan bersedia meluangkan waktunya untuk wawancara.
5. Mulya Prianwar dan Iah Kusmiah selaku orang tua penulis yang selalu memberikan semangat, dukungan moral dan doa selama proses penyusunan skripsi.
6. Teman – teman dan sahabat seperjuangan yang selalu bersama-sama berjuang dan saling membantu dalam penyusunan skripsi ini.
7. Pihak-pihak lainnya yang terlibat baik secara langsung ataupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Bandung, 1 Januari 2018

Penulis,

Luthfi Muamar Risyad

# DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... i
ABSTRACT ..... ii
KATA PENGANTAR ..... iii
DAFTAR ISI ..... v
DAFTAR GAMBAR ..... viii
DAFTAR TABLE ..... ix
BAB 1 PENDAHULUAN ..... 1
1.1 Latar Belakang ..... 1
1.2 Identifikasi Masalah ..... 5
1.3 Tujuan Penelitian ..... 6
1.4 Kegunaan Penelitian ..... 7
1.5 Objek Penelitian ..... 7
BAB 2 KERANGKA TEORI ..... 9
2.1 Strategi ..... 9
2.1.1 Pengertian Strategi ..... 9
2.1.2 Pengertian Manajemen Strategi ..... 11
2.2 Konsep Pemasaran ..... 12
2.2.1 Pengertian Pasar ..... 12
2.2.2 Ukuran Pasar ..... 13
2.2.2.1 Potensi Pasar ..... 14
2.2.3 Pasar Aktual ..... 14
2.2.4 Pangsa Pasar ..... 14
2.3 Analisis Industri ..... 15
2.3.1 Pengertian Analisis Industri ..... 15
2.3.2 Model Lima Kekuatan Porter ..... 15
2.4 Produk ..... 19
2.4.1 Pengertian Produk ..... 19
2.4.2 Pengertian Inovasi Produk ..... 19
2.4.3 Tujuan Inovasi Produk ..... 21
2.4.4 Tipe Inovasi Produk ..... 21
2.5 Analisis SWOT ..... 23
2.5.1 Pengertian Analisis SWOT ..... 23
2.5.2 Model Analisis SWOT ..... 25
2.5.3 Matriks SWOT ..... 26
2.6 Analisis Lingkungan ..... 28
2.6.1 Pengertian Analisis Lingkungan ..... 28
2.6.2 Lingkungan Internal ..... 29

2.6.3 Lingkungan Eksternal ..... 31
2.7 Tinjauan Peneltian Terdahulu ..... 36
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN ..... 38
3.1 Jenis Penelitian ..... 38
3.2 Metode Penelitian ..... 38
3.3 Teknik Pengumpulan Data ..... 39
3.4 Teknik Analisis Data ..... 40
3.4.1 Teknik analisis interaktif ..... 40
3.4.2 Analisis SWOT ..... 42
3.4.2.1 Matriks SWOT ..... 42
3.4.3 Matriks EFAS & IFAS ..... 43
3.5 Lokasi Penelitian ..... 43
BAB 4 OBJEK PENELITIAN ..... 44
4.1 Sekilas Pasar Kendaraan Kelas *Low Multi Purpose Vehichle* ( *LMPV* ) ..... 44
4.2 Sejarah Singkat Mitsubishi Motors Indonesia ..... 45
4.3 Visi & Misi Perusahaan ..... 46
4.4 Profil & Produk Mitsubishi Motors Indonesia ..... 47
4.5 Sekilas Mitsubishi Xpander ..... 49
4.6 Struktur Organisasi ..... 51
BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN ..... 54
5.1 Analisis Lingkungan Eksternal ..... 54
5.1.1 Analisis *PEST* ..... 55
5.1.2 Analisis Porter’s Five Forces ..... 60
5.2 Analisis Internal ..... 65
5.2.1 Kompetensi ..... 65
5.2.2 Kompetensi Inti ..... 66
5.2.3 Sumber Daya ..... 66
5.3 Kondisi Pasar *LMPV* ..... 67
5.4 Analisis SWOT ..... 70
5.4.1 Analisa Kekuatan ..... 71
5.4.2 Analisa Kelemahan ..... 74
5.4.3 Analisa Peluang ..... 75
5.4.4 Analisa Ancaman ..... 79
5.5 Analisis Matriks SWOT ..... 80
5.6 Analisis Strategi Inovasi Mitsubishi Xpander. ..... 87
5.6.1 Strategi Inovasi Mitsubishi Xpander ..... 87
5.6.2 Strategi Inovasi Produk Mitsubishi Xpander ..... 88
5.7 Kinerja & Prospek Inovasi Mitsubishi Xpander ..... 103
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN ..... 105
6.1 Kesimpulan ..... 105

6.2 Saran ..... 108
DAFTAR PUSTAKA ..... 110
LAMPIRAN ..... 116

# DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Banner Mitsubishi Xpander ..... 8
Gambar 2.1. Elemen Strategi Perusahaan Grant ..... 10
Gambar 2.2. Lima Kekuatan Porter ..... 16
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Mitsubishi Motors Indonesia ..... 52
Gambar 5.1 WCWS Mitsubishi di SDSN Gunug Mas Bogor ..... 59
Gambar 5.2 Cat Bemper Xpander Belang ..... 64
Gambar 5.3 Grafik Penjualan LMPV ..... 70
Gambar 5.4 Start - Stop Button dengan kunci keyless ..... 95
Gambar 5.5 Setir Mitsubishi Xpander ..... 96
Gambar 5.6 MID Mitsubishi Xpander ..... 97
Gambar 5.7 AC Double Blower ..... 99
Gambar 5.8 Mesin Mitsubishi Xpander ..... 100
Gambar 5.9 Perbandingan Spesifikasi Kendaraan Kelas LMPV ..... 102

# DAFTAR TABLE

Table 1.1 Penjualan Kendaraan Kelas LMPV per tahun 2017 ..... 3
Table 2.1. Matriks SWOT EFAS ..... 26
Table 2.2 Table SWOT IFAS ..... 26
Table 2.3 Diagram Matriks Swot ..... 27
Table 2.4. Penelitian Terdahulu ..... 37
Table 3.1. Matriks SWOT ..... 42
Table 5.1 Perbandingan Harga Kendaraan kelas LMPV ..... 73
Table 5.2 Analisis SWOT Mitsubishi Motors Indonesia pada pasar LMPV ..... 83
Table 5.3 Matriks Penilaian Kekuatan (SWOT) ..... 84
Table 5.4 Matriks Penilaian Kelemahan (SWOT) ..... 84
Table 5.5 Total Score Matriks Penilaian IFAS (SWOT) ..... 85
Table 5.6 Matriks Penilaian Peluang (SWOT) ..... 85
Table 5.7 Matriks Penilaian Ancaman (SWOT) ..... 86
Table 5.8 Total Score Matriks Penilaian EFAS (SWOT) ..... 86
Table 5.9 Perbandingan Fitur Kendaraan Kelas LMPV ..... 94

# BAB 1

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Kondisi industri otomotif di Indonesia tergolong cukup berkembang dari tahun ke tahun terutama roda empat atau sering disebut mobil bisa dibuktikan dengan meningkatnya jumlah produksi, bertambahnya jumlah produsen dan munculnya produk baru yang lebih inovatif. Selain itu kondisi ekonomi Indonesia yang cukup stabil dan cenderung mengalami peningkatan mendorong para investor asing terutama Jepang dan China untuk menjadikan Indonesia sebagai basis produksi kendaraan mereka yang nantinya untuk memenuhi kebutuhan ekspor dan penjualan domestik, bahkan menurut data statistik Gaikindo (Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia) selama tahun 2017 investasi otomotif di Indonesia yang sudah terselesaikan mencapai Rp16,5 triliun dengan menambah 5.000 lapangan kerja. (Mobilina news, 10 Agustus 2017).

Sesuai dengan perkembangan industri otomotif maka tingkat persaingan bisnis antar produsen pun semakin ketat ditambah kondisi pasar yang mayoritas sekarang sudah pintar dalam menseleksi produk yang dinilai lebih setimpal antara harga dengan apa yang didapat dan tidak hanya terpaku pada merk semata, sehingga setiap produsen berlomba – lomba mengembangkan dan menciptakan produk baru dengan seperangkat teknologi dan inovasi yang lebih canggih guna menambah keamanan, kenyamanan dan sensasi mengemudi, sebut saja seperti

fitur *immobilizer* (anti maling), pengaturan jok elektrik, rem *ABS* (anti selip) dll. Namun selain inovasi dan pengembangan produk persaingan bisnis menuntut produsen untuk menjual produknya dengan harga yang terjangkau, maka produsen harus memangkas biaya produksi, misalnya dengan mengganti komponen atau bahan baku produk dengan biaya yang lebih murah, mengurangi komponen atau bahan baku tertentu, bekerja sama dengan pemasok lokal dengan sistem *partnership* agar mendapatkan harga yang lebih murah dll.

Jenis kendaraan terutama roda empat atau sering disebut mobil yang cukup digemari oleh pasar Indonesia dari dulu sampai sekarang yatu mobil berjenis *MPV (Multi Purpose Vehicle)* buatan Jepang karena dinilai cukup fungsional, perawatan yang mudah dan harga yang terjangkau semacam Toyota Kijang, Isuzu Panther dan Mitsubishi Kuda. Namun Toyota Kijang sudah berhenti produksi lalu digantikan dengan produk baru yaitu Toyota Innova yang lebih modern, Mitsubishi Kuda dan Isuzu Panther yang nampaknya tidak terlalu serius kepada pasar kendaraan *MPV* sehingga keduanya tidak pernah mengalami pengembangan dan inovasi yang berarti. (Autonetmagz, 12 Oktober 2017)

Pada awal tahun 2004 munculah jenis kendaraan baru yaitu *LMPV (Low Multi Purpose Vehicle)* dengan harga yang murah dan dimensi mobil yang lebih kecil sebagai solusi dari mobil *MPV* yang harganya sudah cukup mahal di waktu itu, pelopor dari kendaraan jenis tersebut yaitu Toyota Avanza disusul oleh Nissan Grand Livina pada awal tahun 2007, lalu Suzuki Ertiga pada tahun 2012 dan Honda Mobilio pada tahun 2014. Produsen – Produsen otomotif tersebut terus melakukan inovasi dan pengembangan produk *LMPV* mereka dan saling berlomba

– lomba dari segi harga, akomodasi, fitur dan kenyamanan. (Serayamotor, 31 Agustus 2014) Berikut adalah penjualan kendaraan kelas *LMPV* per tahun 2017 :

| No | Merk | Penjualan |
|---|---|---|
| 1 | Toyota Avanza | 109.529 unit |
| 2 | Honda Mobilio | 33.336 unit |
| 3 | Suzuki Ertiga | 32.974 unit |
| 4 | Grand Livina | 5.861 unit |

**Table 1.1 Penjualan Kendaraan Kelas LMPV per tahun 2017**

Sumber : Data internal Mitsubishi, 2017

Sebelumnya Mitsubishi Motors Indonesia tidak pernah memproduksi kendaraan jenis *LMPV* dikarenakan pasar dengan kendaraan jenis tersebut walaupun menggiurkan dari sisi penjualan namun persaingannya sangat ketat, sehingga perlu persiapan strategi yang matang, produk yang inovatif dan sumber daya manusia yang memiliki kreatifitas tinggi agar dapat mendorong perusahaan ke arah yang lebih baik dengan menciptakan produk dan pelayanan yang baik yang dapat menarik perhatian calon konsumen untuk membeli produk tersebut. Mitsubishi Motors sendiri merupakan produsen otomotif asal Jepang dengan ATPM (Agen Tunggal Pemegang Merk) nya di Indonesia yaitu PT. Mitsubishi Motors Krama Yudha Indonesia atau lebih sering disebut Mitsubishi Motors

Indonesia yang berkantor pusat di Jakarta Timur dan memiliki pabrik perakitan di daerah Cikarang Jawa barat.

Mitsubishi Motors Indonesia dengan produksi lokal cukup berhasil dan variatif mulai dari jenis *Medium SUV* yang diisi oleh Pajero sport, jenis *City Car* yang diisi oleh Mirage, jenis *Pick Up* ringan atau niaga yang diisi oleh Mitsubishi Colt L300 dan T120ss, sedangkan kendaraan yang di impor yaitu jenis *Minivan* diisi oleh Delica yang diimpor dari Jepang, jenis *Crossover* diisi oleh Outlander Sport yang diimpor dari Jepang, dan jenis *Pick Up Heavy Duty* atau niaga diisi oleh Triton yang diimpor dari Thailand. Merk atau *image* Mitsubishi Motor di benak masyarakat Indonesia merupakan produsen kendaraan yang memiliki mesin dengan kapasitas tinggi dengan kemampuan balap *rally* semacam Pajero Sport yang merupakan sebuah *SUV* atau Outlander yang merupakan sebuah *crossover* dan sedan ikonik rally khas Mitsubishi yaitu Lancer Evo, dengan kata lain *image* masyarakat indonesia terhadap kendaraan *LMPV* pada Mitsubishi Motor tidak terlalu kuat, ditambah sejarah kelam dari Mitsubishi Kuda yang merupakan *MPV* andalan Mitsubishi Motor yang pada masanya bersaing dengan Toyota Kijang dan Isuzu Panther dan berhenti produksi pada sekitar tahun 2005 dikarenakan karakter suspensi yang terlalu keras untuk sebuah mobil keluarga, interior yang sempit, mesin yang boros bahan bakar, minimnya pengembangan produk dan service kendaraan yang cukup sulit dibandingkan kedua rivalnya. (Hasil wawancara & observasi).

Namun pada  Agustus 2017 Mitsubishi mampu menggebrak pasar *LMPV* dengan produk baru mereka yaitu Mitsubishi Xpander, hal ini tentu menjadi

ancaman bagi produsen lain yang sudah lama bermain di pasar *LMPV* karena Mitsubishi Xpander memiliki desain yang inovatif, fitur yang paling wahid diantara produk lain dan harga yang cukup terjangkau, Mitsubishi Xpander mendapatkan respon pasar yang positif dengan angka penjualan mencapai lebih dari 11.000 unit sejak pertama kali diperkenalkan kepada publik tepatnya dalam acara pameran otomotif Gaikindo Indonesia Internasional Auto Show (GIIAS) pada 10 Agustus 2017 lalu. (Otomotif Kompas, 26 Agustus 2017).

Dari latar belakang diatas penulis akan melakukan penelitian mengenai strategi inovasi pengembangan produk Xpander pada perusahaan mitsubishi dan akan menganalisa terkait penerapannya pada produk Mitsubishi Xpander yang dapat menggebrak pasar *LMPV* dan diklaim sebagai *LMPV* terlaris dengan rekor penjualan lebih dari 11.000 unit. maka judul topik dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis yaitu "Analisis Strategi Inovasi Produk Mitsubishi Xpander".

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, kiprah Mitsubishi Motor di Indonesia memiliki reputasi yang cukup baik di mata masyarakat Indonesia sebagai kendaraan yang memiliki kesan jiwa muda atau sporty, selain itu pangsa pasar yang dimiliki oleh Mitsubishi juga cukup besar baik pada sektor kendaraan niaga maupun kendaraan pribadi. Dengan produk *LMPV* barunya yaitu Xpander, Mitsubishi mampu masuk dan langsung menggebrak pasar *LMPV* dengan desainnya yang inovatif, fitur yang cukup canggih dan harga yang terjangkau

sehingga ketika pertamakali diperkenalkan kepada publik pada ajang acara GIIAS (Gaikindo Indonesia International Auto Show) langsung terjual lebih dari 6000 unit dan sampai saat ini angka penjualan tersebut terus mengalami peningkatan lebih dari 11.000 unit. (Data internal Mitsubishi Motors Indonesia).

Strategi yang digunakan oleh Mitsubishi Motors Indonesia merupakan strategi inovasi dalam pengembangan produk kendaraannya sehingga terciptalah sesuatu yang baru. Maka penulis mengidentifikasi beberapa pokok rumusan masalah yang akan diteliti yaitu sebagai berikut :

1 Bagaimana kondisi eksternal dan internal pada Mitsubishi Motor Indonesia terhadap pasar *LMPV* ?

2 Bagaimana strategi inovasi produk Xpander yang dilakukan oleh Mitsubishi Motor Indonesia sehingga bisa mendapatkan respon yang positif di benak masyarakat Indonesia ?

3 Bagaimana kinerja strategi inovasi produk yang dilakukan oleh Mitsubishi Motor Indonesia dan prospeknya ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitan tersebut penulis memiliki tujuan yaitu sebagai berikut :

1. Mengetahui kondisi eksternal dan internal pada Mitsubishi Motor Indonesia terhadap pasar *LMPV*.

2. Mengetahui strategi inovasi produk Xpander yang dilakukan oleh Mitsubishi Motor Indonesia sehingga bisa mendapatkan respon yang positif di benak masyarakat Indonesia.
3. Mengetahui kinerja strategi inovasi produk yang dilakukan oleh Mitsubishi Motor Indonesia dan prospeknya.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

- Bagi penulis :

  Menambah wawasan serta pengetahuan dalam bidang inovasi pengembangan suatu produk otomotif dan mencurahkan ide penulis khususnya ke pada pihak Mitsubishi Motor Indonesia.

- Bagi pelaku bisnis :

  Menambah informasi sehingga diharapkan dapat menjadi inspirasi atau masukan dalam mengembangkan produknya sehingga meningkatkan nilai tambah produk yang diberikan kepada konsumen.

- Bagi masyarakat :

  Menambah pengetahuan seputar otomotif khususnya kendaraan roda empat atau mobil.

## 1.5 Objek Penelitian

Objek penelitian ini ditujukan kepada produk *LMPV* terbaru Mitsubishi Motors Indonesia yaitu Mitsubishi Xpander. Mitsubishi Motors Indonesia sendiri

merupakan produsen dan distributor resmi merk Mitsubishi di Indonesia yang berkantor pusat di Jakarta Timur dan memiliki pabrik perakitan di daerah Bekasi Jawa barat.

**Gambar 1.1 Banner Mitsubishi Xpander**

Sumber : http://maindedmitsubishi.com/mitsubishi-xpander/