

CAR SALES ANALYSIS INDONESIA

A Data-Driven Insight into Market Trends, Brand
Performance and EV Transition

MUHAMMAD RAZIV ZULFIKAR

Github:



List of Contents

- 1 Project Background & Objective
- 2 Data & Methodology
- 3 Yearly Trend
- 4 Monthly Trend
- 5 Market Leader
- 6 Segment Analysis
- 7 Business Recommendations
- 8 Dashboard Preview
- 9 Thank You

Project Background

Industri otomotif Indonesia merupakan pilar ekonomi krusial yang saat ini berada di persimpangan jalan menuju transisi energi bersih. Meskipun pasar menghadapi tantangan berupa penurunan volume penjualan dalam tiga tahun terakhir, kehadiran pemain baru yang progresif seperti BYD memperkuat akselerasi adopsi kendaraan listrik (EV) di tingkat nasional. Analisis ini hadir untuk mengolah data mentah GAIKINDO menjadi wawasan strategis agar dapat memetakan dinamika industri serta memahami pergeseran preferensi konsumen di masa depan secara lebih akurat.

Project Objective

- **Market Trend Analysis** : Mengidentifikasi pola penjualan historis (YoY & MoM) untuk membedah fluktuasi pasar serta pola musiman yang terjadi.
- **Competitive Intelligence** : Memetakan dominasi pemain utama dan menganalisis performa brand baru yang menunjukkan pertumbuhan paling signifikan.
- **Strategic Business Insights** : Menyusun rekomendasi nyata bagi para pemangku kepentingan untuk menemukan peluang pada segmen kendaraan yang masih stabil di tengah penurunan pasar secara keseluruhan.

Data Cleaning

Data yang digunakan pada analisis ini adalah data penjualan mobil dari website Gaikindo tahun 2022-2025. Data yang didapatkan berupa data pdf sehingga data perlu diekstraksi menjadi format tabel terstruktur. Data extraction dan data cleaning dilakukan dengan menggunakan excel power query. Data cleaning yang dilakukan meliputi handle missing value, inconsistent data type and values, data anomaly, penyeragaman nama model, dll.

[illegible][illegible]

Data Cleaning

Data yang digunakan pada analisis ini adalah data penjualan mobil dari website Gaikindo tahun 2022-2025. Data yang didapatkan berupa data pdf sehingga data perlu diekstraksi menjadi format tabel terstruktur. Data extraction dan data cleaning dilakukan dengan menggunakan excel power query. Data cleaning yang dilakukan meliputi handle missing value, inconsistent data type and values, data anomaly, penyeragaman nama model, dll.

Brand

- Brand
- Logo_Link

Brand_Sales

- Brand
- Date
- Retail
- Wholesales

Model_Sales

- Date
- Model ID
- Wholesales

Model_Details

- Model ID
- Brand
- Category
- Model
- Fuel
- Origin
- Etc

Tools Used



Data Cleaning



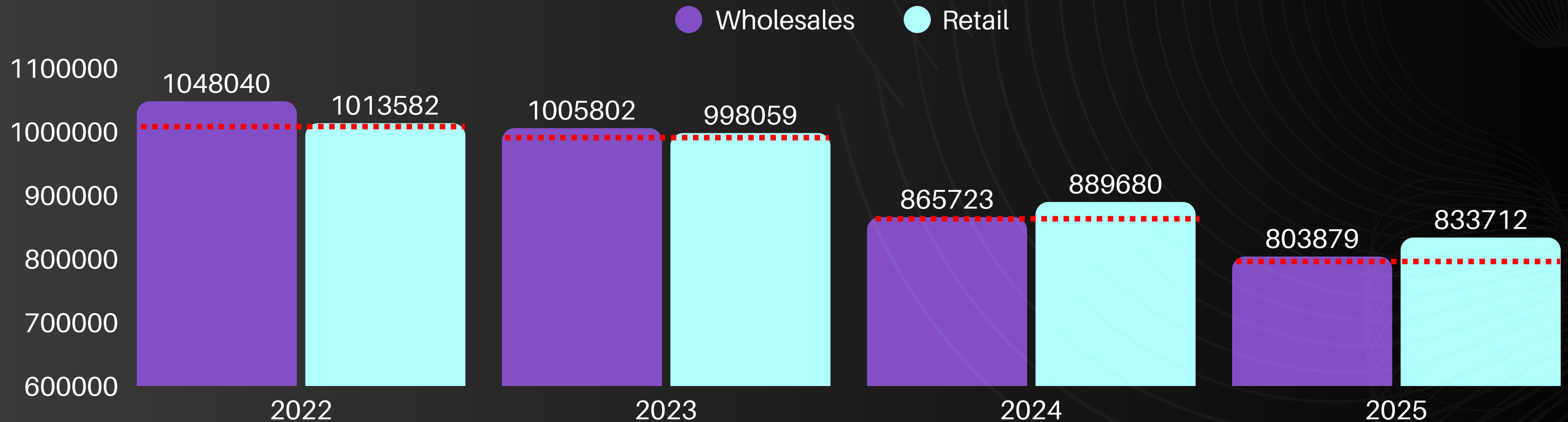
Power BI

**Dashboard
Creating**



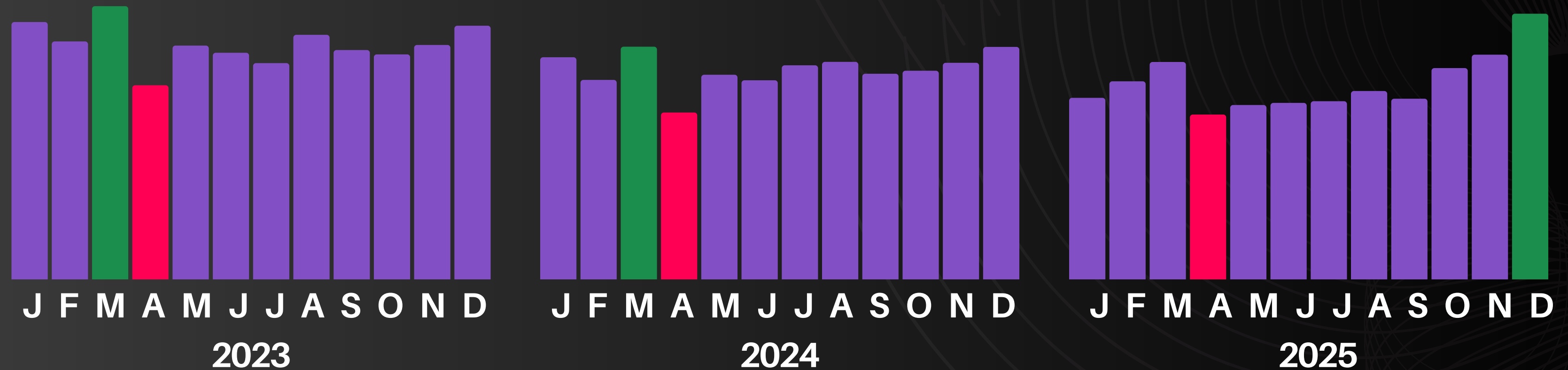
**Dashboard
Design**

Yearly Trend



- Secara keseluruhan, pasar penjualan mobil di indonesia mengalami penurunan yang cukup signifikan dalam 3 tahun terakhir.
- Tahun 2022 dan 2023 adalah periode stabil di mana pasar mampu menyerap lebih dari 1 Juta unit.
- Namun, terjadi koreksi tajam di tahun 2024 (turun ke level 865rb) dan berlanjut ke 2025 (803rb), menandakan adanya pelemahan daya beli atau saturasi pasar.
- Dealer berhasil membaca tren penurunan ini dengan melakukan pengereman stok.

Monthly Trend



- Maret secara konsisten menjadi puncak penjualan di semester pertama. Hal ini merupakan respon industri terhadap tradisi Mudik, di mana konsumen melakukan pembelian lebih awal untuk memastikan unit tersedia sebelum libur panjang.
- Kontras tajam antara Maret (Peak) dan April (Trough) membuktikan betapa besarnya ketergantungan industri pada momentum hari raya di Indonesia.
- Bulan Desember secara konsisten mencatatkan pertumbuhan positif setiap tahunnya. Fenomena ini didorong oleh strategi agresif dealer dalam memberikan diskon akhir tahun untuk menghabiskan stok model pada tahun itu.

Car Origin

14 Countries



82% made in
Indonesia

Tingginya rasio CKD (82%) melindungi pasar dari volatilitas kurs mata uang asing dan menjamin ketersediaan suku cadang jangka panjang.

The Giants and New Wave

Market Dominance



TOYOTA

2023	2024	2025
32.60%	33.02%	31.08%

Toyota secara konsisten mempertahankan **dominasi** pasar di atas **30%** selama periode 2023-2025. Namun Toyota harus mulai **berhati-hati** karena market share terus menurun dari tahun ke tahun.

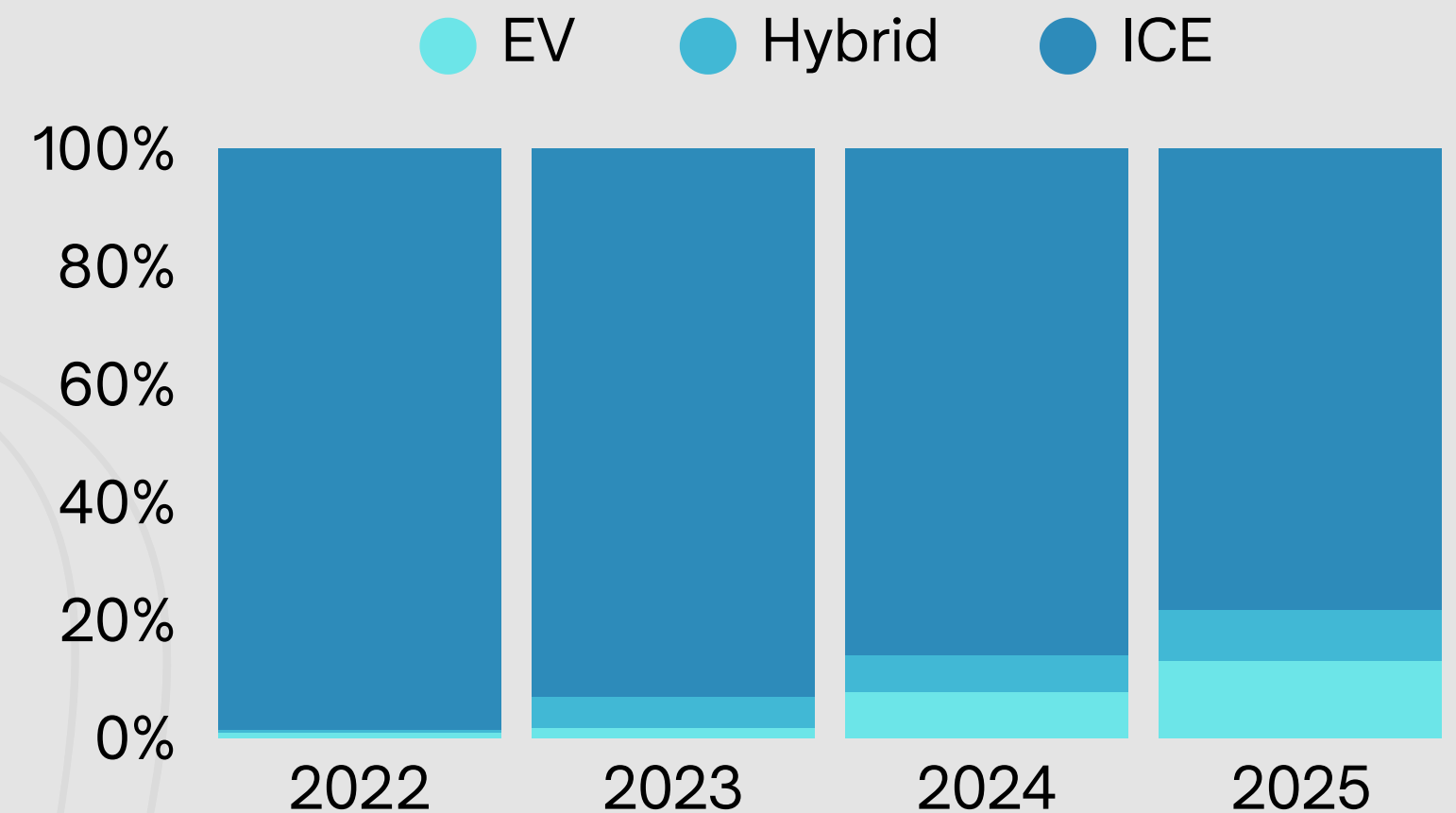
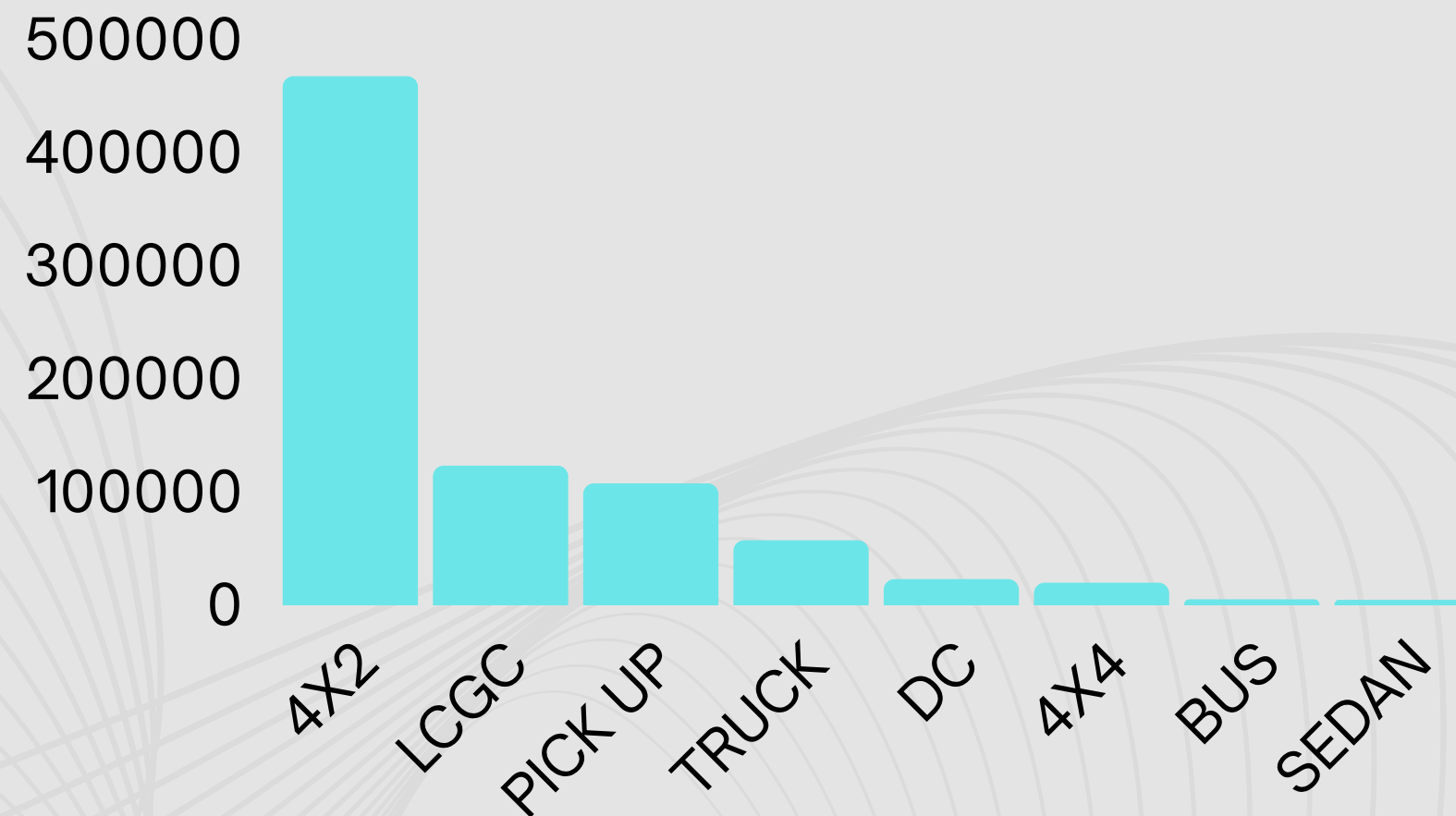
The Challenger

BYD

2024	2025
▲ 13964	▲ 30378

BYD muncul sebagai **penantang serius** dengan pertumbuhan volume yang sangat agresif dengan menjadi **Most Improved Brand** sejak masuk ke pasar indonesia

Leading Segment?



- Segmen 4X2 memimpin pasar secara mutlak, diikuti oleh segmen LCGC dan Pick Up sebagai kontributor volume terbesar, yang mencerminkan tingginya ketergantungan pasar Indonesia pada kendaraan multifungsi dan kebutuhan operasional.
- Terjadi pertumbuhan yang sangat progresif untuk kendaraan Hybrid dan EV dalam 3 tahun terakhir menandakan pergeseran minat konsumen menuju teknologi kendaraan yang lebih ramah lingkungan

Passenger Car

Market Dominance



2023	2024	2025
40.60%	40.63%	37.08%

Toyota secara konsisten mempertahankan market share pada segmen passenger car selama 3 periode 2023-2025.

Top Sales



2023	2024	2025
66459	63676	61164

Toyota Innova konsisten menjadi model passenger car dengan penjualan tertinggi di Indonesia dengan total kumulatif mencapai lebih dari 191.000 unit dalam tiga tahun terakhir.

LCGC Segment

Market Dominance



DAIHATSU

2023	2024	2025
41.77%	40.83%	36.84%

Daihatsu menjadi brand yang menguasai segment LCGC dengan penguasaan pasar yang dominan, meskipun terdapat tren penurunan market share dari 41.77% di 2023 menjadi 36.84% di 2025.

Top Sales



2023	2024	2025
61752	54709	34452

Daihatsu Sigra konsisten 3 tahun berturut-turut menjadi top sales pada segmen LCGC. Namun perlu diperhatikan bahwa terjadi penurunan penjualan yang cukup drastis di tahun 2025.

Commercial Vehicle

Market Dominance



DAIHATSU

2023	2024	2025
21.51%	24.18%	24.22%

Daihatsu menjadi brand yang menguasai segment Commercial dengan penguasaan pasar yang dominan dan konsisten selama 3 tahun terakhir.

Top Sales



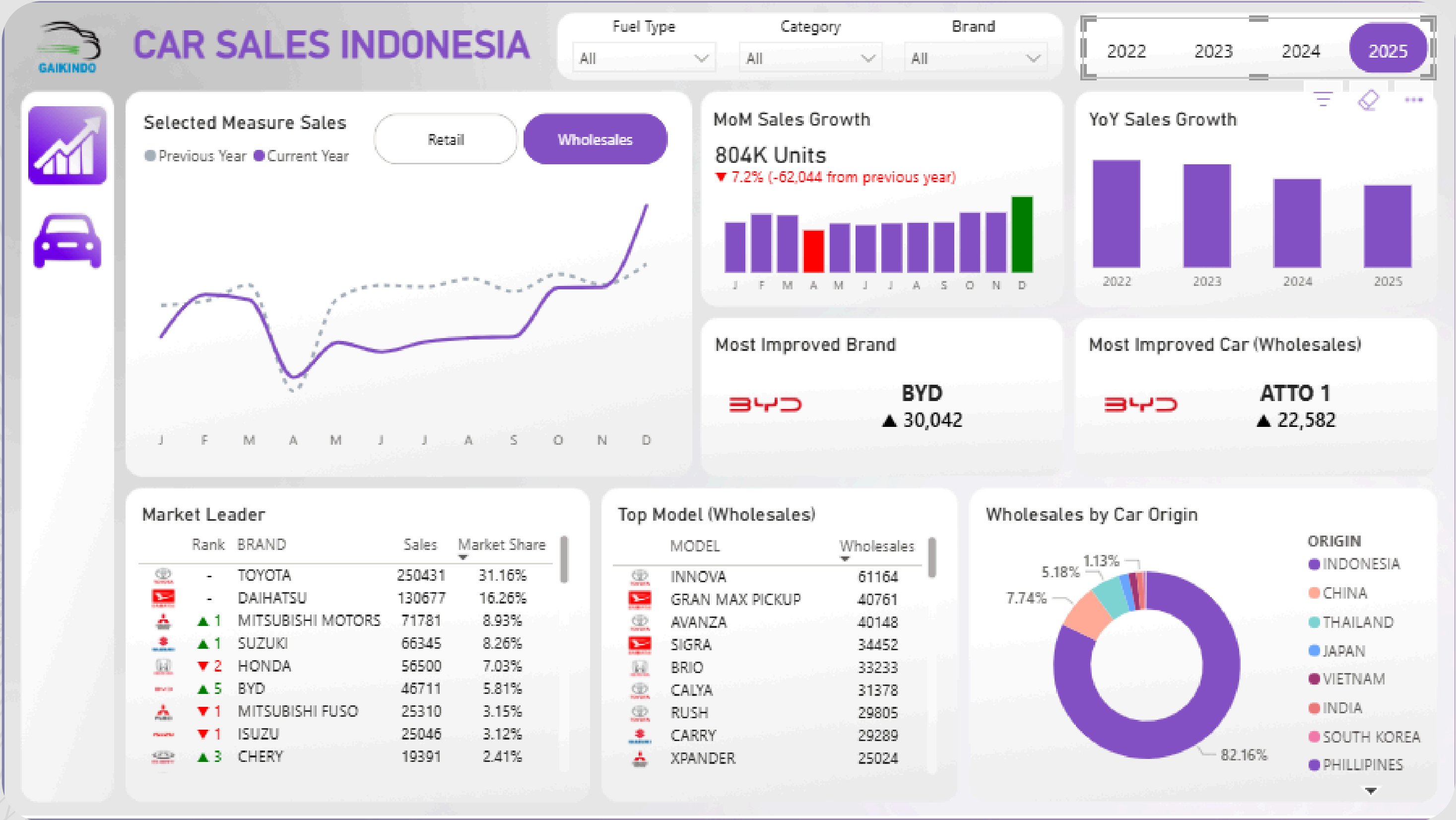
2023	2024	2025
43197	42122	40761

Daihatsu Grand Max sukses menjadi top sales pada segment Commercial 3 tahun berturut-turut dengan volume tahunan yang sangat stabil dan membuktikan perannya sebagai tulang punggung logistik nasional

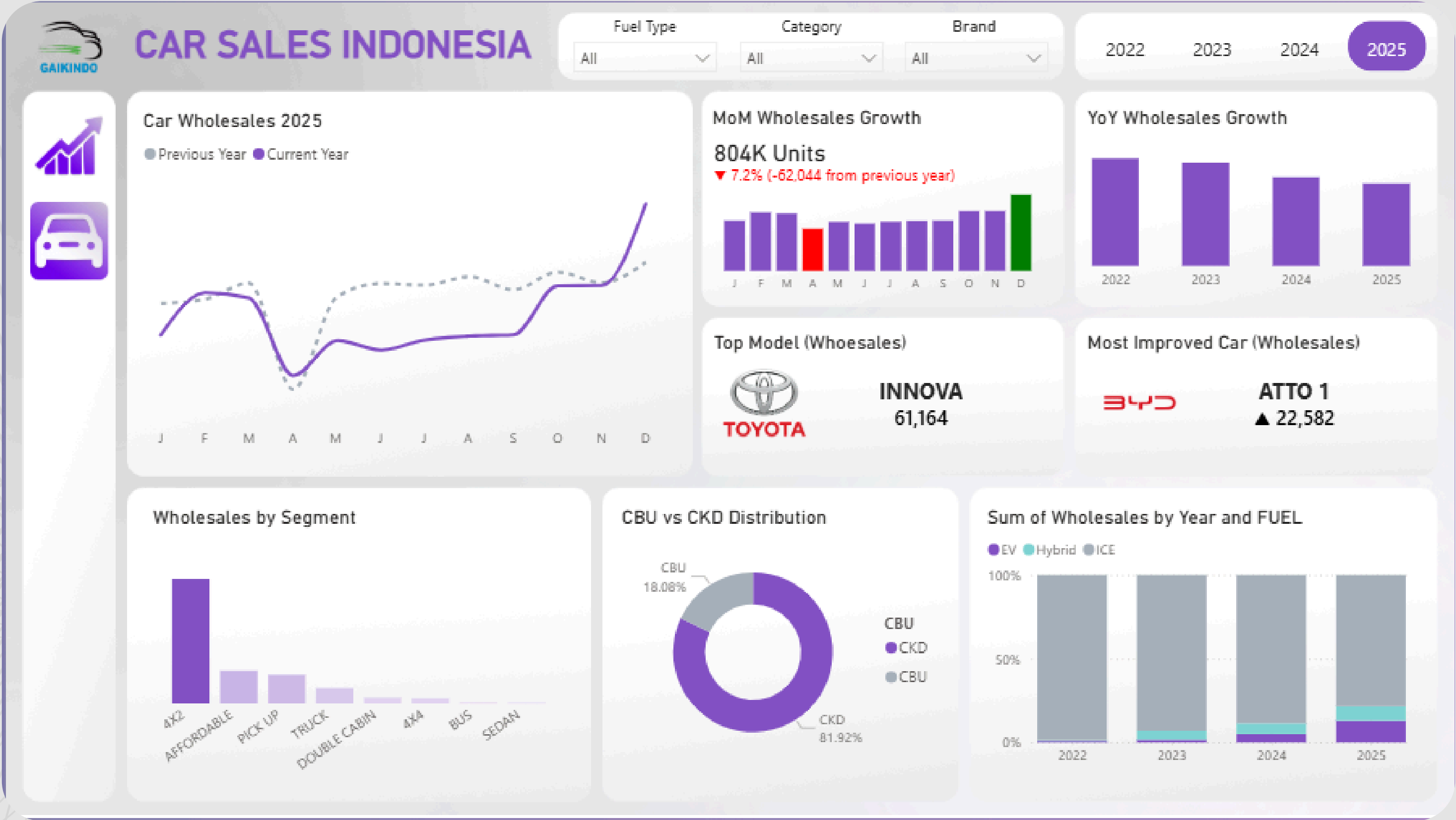
Business Recommendations

- Market secara keseluruhan mengalami penurunan yang cukup signifikan yang diduga disebabkan oleh melemahnya daya beli masyarakat. Dealer dapat memberikan stimulus financial khusus untuk meningkatkan penjualan ketika market sedang lesu. Misalnya dengan paket DP Rendah atau Tenor Panjang untuk.
- Puncak penjualan selalu terjadi di Maret (Pre-Lebaran) diikuti penurunan tajam di April (Lebaran/Pasca-Lebaran). Brand dapat memaksimalkan marketing untuk meningkatkan penjualan sebelum mudik dan mengubah fokus strategi pada bulan april misalnya pada servis bengkel dan perawatan untuk menjaga revenue ketika penjualan sedang menurun secara alami
- Produsen harus sudah memberikan perhatian lebih kepada Hybrid untuk menjawab pertumbuhan EV 3 tahun terakhir. Data menunjukkan Hybrid adalah teknologi transisi yang paling masuk akal dan diterima konsumen Indonesia saat ini sebelum infrastruktur EV matang sepenuhnya

Dashboard Preview



Dashboard Preview





THANK YOU