

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.

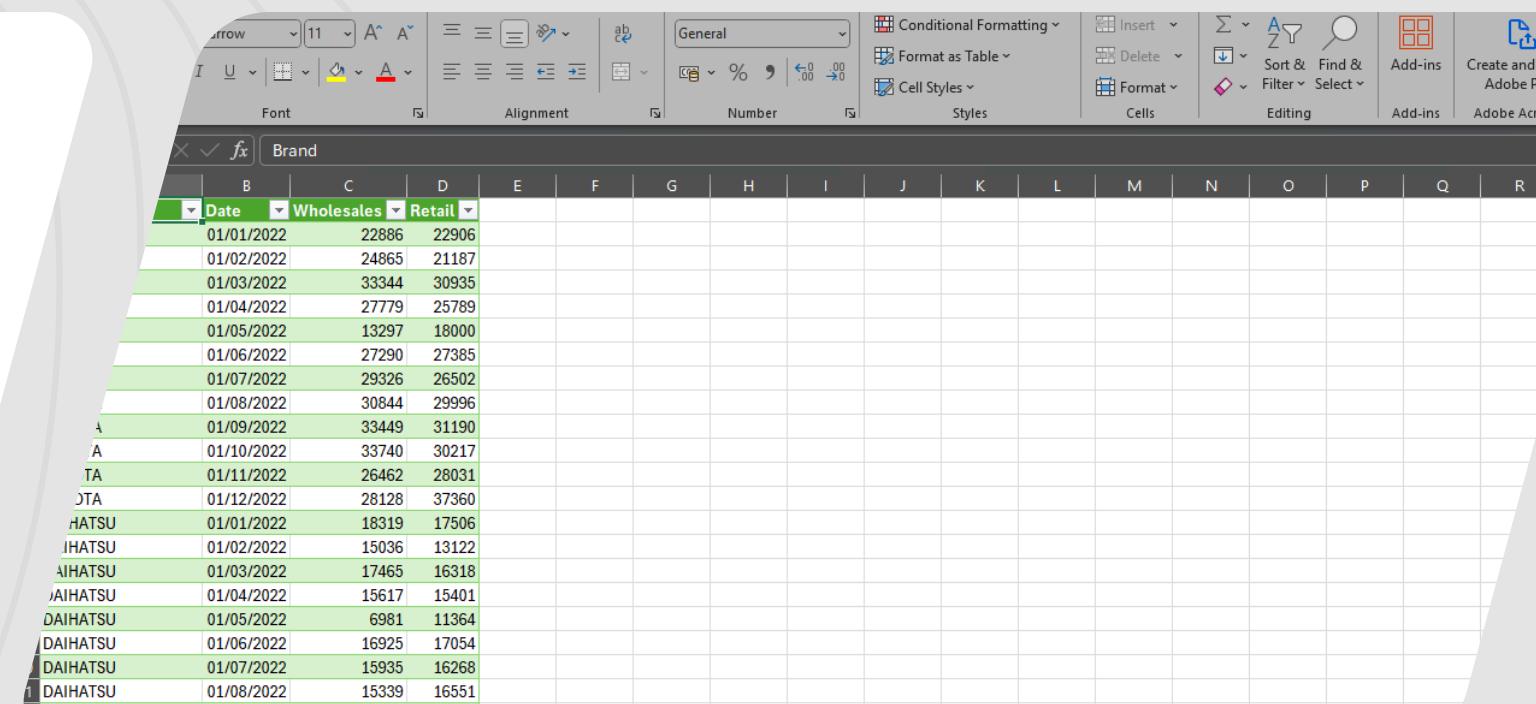
Data Cleaning

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.

BY BRAND JAN DEC 2026																
NO.	BRAND	MONTH												SALES 2026	SHARE %	
		JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC			
1	TOYOTA	22,982	24,367	22,476	16,077	20,965	17,420	18,905	18,528	20,738	21,642	26,412	28,451	31,2%		
2	DAIHATSU	11,305	12,501	13,111	9,807	9,987	10,001	11,220	11,908	12,218	12,750	12,555	13,858	16,8%		
3	MITSUBISHI MOTORS	6,028	6,884	5,789	3,791	4,756	5,053	5,011	6,781	6,023	7,402	7,485	71,751	8,0%		
4	SUZUKI	4,982	4,750	4,442	4,940	5,012	5,012	5,145	6,012	6,102	10,446	68,348	6,3%			
5	NISSAN	7,291	7,429	7,584	7,584	7,584	7,584	7,584	7,584	7,584	7,584	7,584	7,584	7,584		
6	BYD	1,114	1,160	3,205	3,496	2,795	2,076	2,335	2,965	1,088	13,505	9,481	8,500	46,711	0,8%	
7	MITSUBISHI FUSO	2,105	2,106	1,654	1,454	1,454	1,454	1,454	1,454	2,425	2,524	2,418	2,554	28,228	3,1%	
8	WILLING	1,029	1,029	1,029	1,029	1,029	1,029	1,029	1,029	1,029	1,029	1,029	1,029	1,029	1,029	
9	CHERY	1,152	1,459	1,829	1,829	1,829	2,271	1,569	1,569	2,126	1,960	1,211	1,480	18,351	2,4%	
10	HYUNDAI - HMD	2,938	2,226	2,424	1,857	1,852	1,292	1,493	1,412	1,954	1,303	1,110	18,007	2,4%		
11	HINO	1,029	1,029	1,029	1,029	1,029	1,029	1,029	1,029	1,029	1,029	1,029	1,029	1,029	1,029	
12	HINO	1,285	1,167	1,153	1,085	1,537	1,456	1,424	1,450	1,081	1,087	2,257	18,367	2,2%		
13	VINFAT	18	2	1,268	1,161	231	2,562	2,562	1,381	1,566	2,062	68	7,758	18,388	1,4%	
14	TOYOTA	25	975	1,045	1,045	1,045	1,045	1,045	1,045	1,045	1,045	1,045	1,045	1,045	1,045	
15	AVON	83	186	959	962	962	421	725	564	417	343	1,674	8,359	0,9%		
16	MASDA	180	206	281	195	286	286	271	317	361	250	279	3,989	0,4%		
17	TOYOTA - HMD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
18	GEELEY	-	96	176	165	227	240	209	224	157	185	358	4,04	2,4%		
19	MITSUBISHI SAVAGE	145	227	174	113	145	151	145	145	145	145	145	145	145	145	
20	BYD	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	
21	GWM	62	105	164	35	88	29	241	213	261	224	178	1,628	0,2%		
22	UD TRUCKS	210	218	180	148	148	125	96	73	72	53	53	1,627	0,2%		
23	TOYOTA - L	185	185	185	185	185	185	185	185	185	185	185	185	185	185	
24	LEXUS	50	106	142	191	246	218	103	97	53	81	81	1,519	0,2%		
25	MERCEDES-BENZ CV	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	
26	FAW	59	57	50	67	67	63	72	258	63	144	95	159	1,196	0,1%	
27	MERCEDES-BENZ PS	54	108	92	68	104	139	158	73	73	60	75	1,081	0,1%		
28	TOYOTA - C	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
29	XPENG	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
30	JETOUR	-	62	64	20	20	20	68	59	97	68	103	1,653	0,1%		
31	TOYOTA - L	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	
32	FORD	52	52	61	62	71	52	61	64	62	61	79	81	790	0,1%	
33	BAC	21	61	58	41	38	46	54	76	52	58	88	74	698	0,1%	
34	NISSA	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	
35	SCANA	81	87	40	52	40	41	38	32	44	18	13	468	0,1%		
36	MINI	14	95	25	21	48	25	38	75	38	25	37	468	0,1%		
37	POLO	45	101	5	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
38	MAZUS	45	101	5	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
39	SUBARU	16	17	54	12	8	17	20	48	20	12	10	25	277	0,0%	
40	VOLVO CARS	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
41	VOLVO CARS	6	101	7	101	11	8	10	10	10	15	22	40	174	0,0%	
42	SERIES	6	9	8	15	20	15	2	20	15	5	11	132	0,0%		
43	AIA	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	
44	AUDI	-	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	3	17	0,0%	
45	CHANGAN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
46	PROTON	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
47	JEEP	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
48	TOYOTA - FA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	GRAND TOTAL	82,984	77,196	71,089	62,106	60,363	60,857	61,771	62,086	74,131	64,760	60,667	100%			
	CUMULATIVE	82,984	134,440	205,539	257,847	318,344	376,707	437,544	480,318	561,408	635,458	709,567	803,687			



Power Query



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

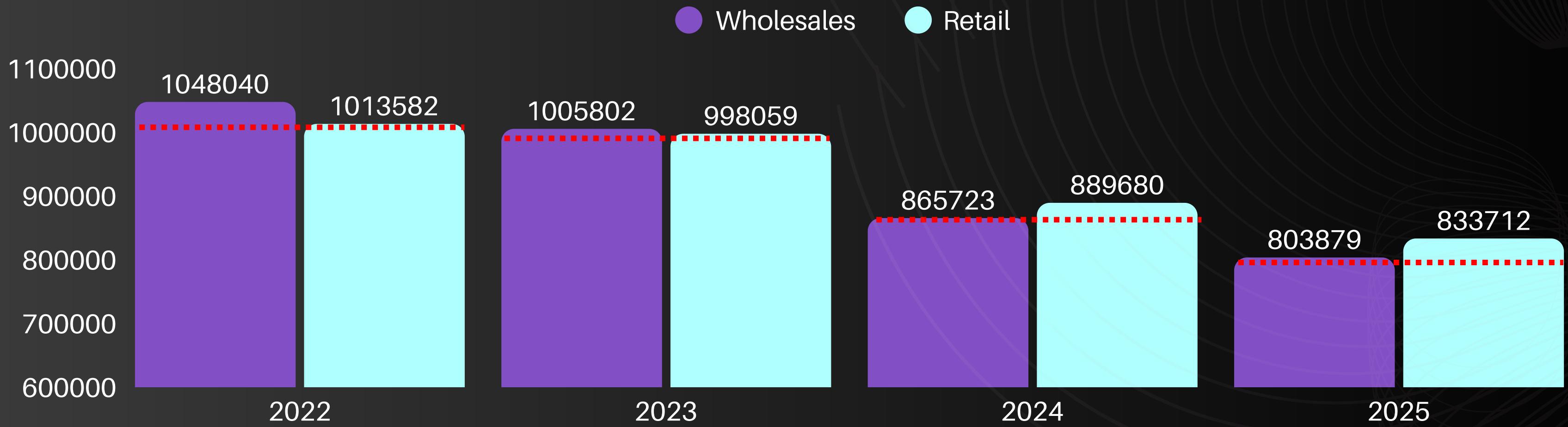


**Dashboard
Creating**



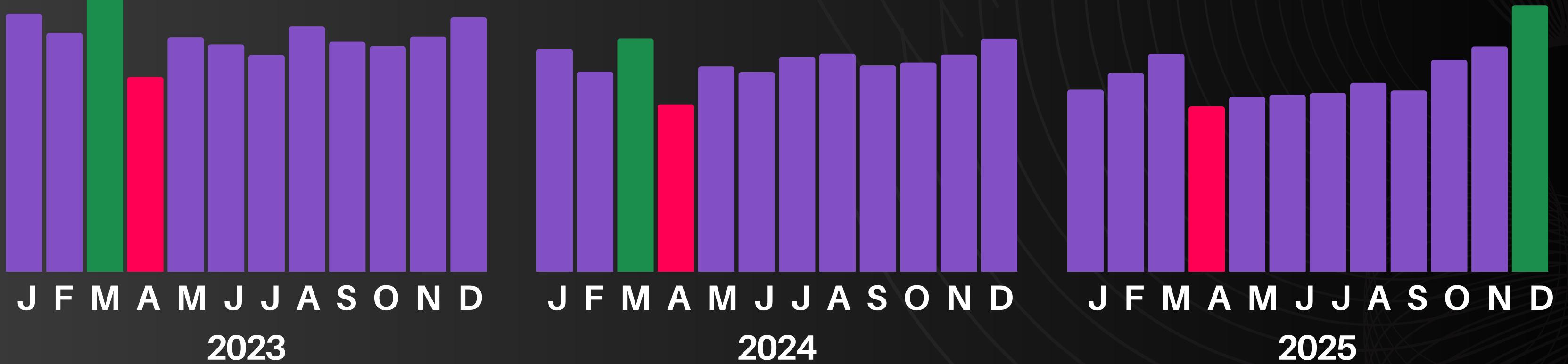
**Dashboard
Design**

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 penggereman 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.

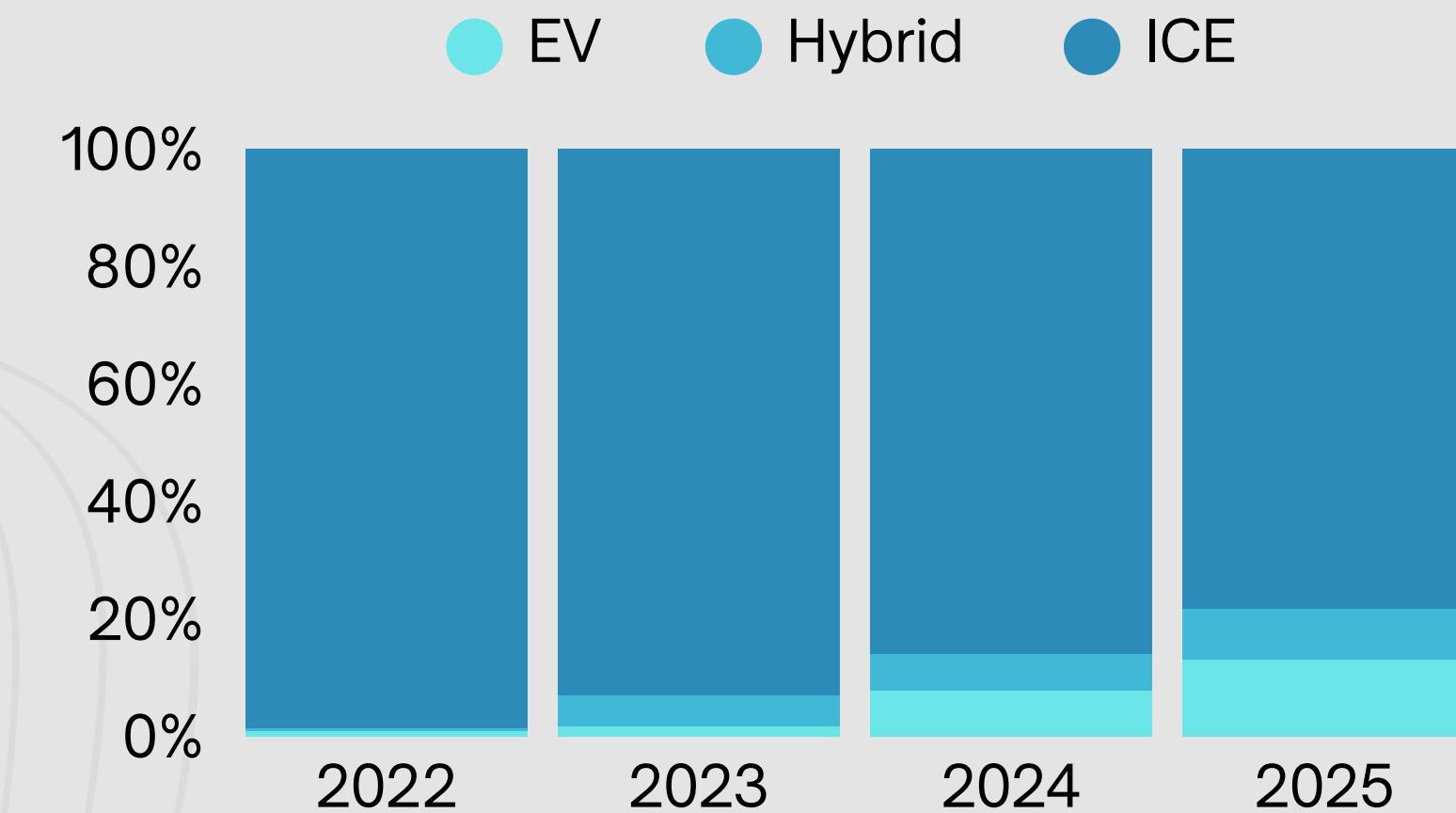
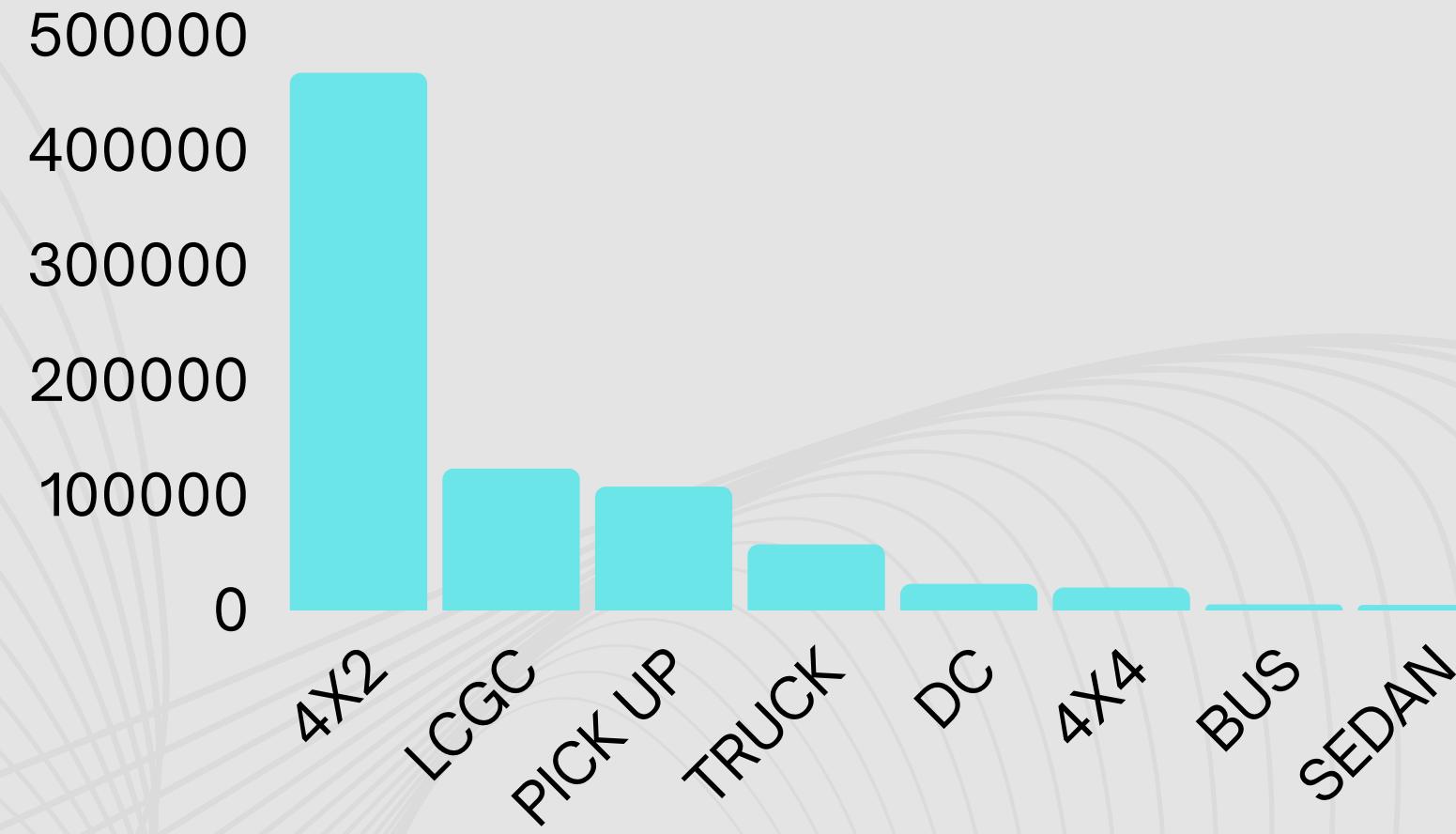
The Challenger



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



TOYOTA

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



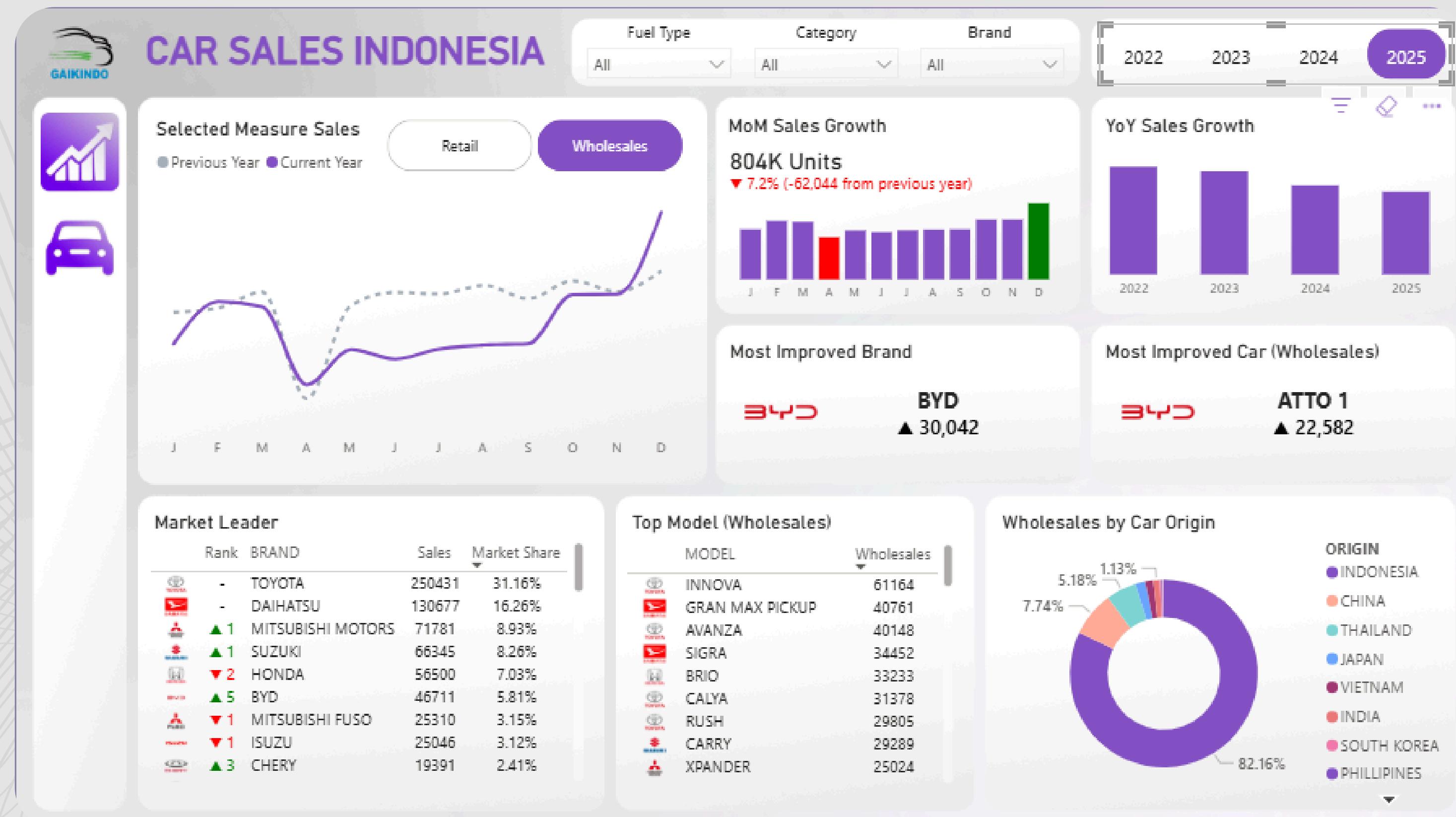
2023	2024	2025
43197	42122	40761

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