

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan Industri otomotif di Indonesia sangat cepat dan cenderung berkembang tiap tahunnya, seiring dengan kebutuhan dan permintaan masyarakat akan sarana transportasi yang memadai. Pesatnya pertumbuhan industri sepeda motor di Indonesia juga dipengaruhi oleh masuknya sejumlah produsen sepeda motor dari luar yang rata-rata berasal dari Jepang dan Cina, salah satu contohnya adalah produk Yamaha yang terus mengalami peningkatan jumlah variasi produk maka banyak orang membuka usaha jasa servis yaitu berupa bengkel resmi Yamaha maupun bengkel-bengkel tidak resmi.

Dalam setiap penggunaan kendaraan bermotor, untuk lebih mengoptimalkan kinerja kendaraan maka dalam prosesnya dibutuhkan suatu jenis perawatan-perawatan dan perbaikan-perbaikan yang diberikan pada kendaraan bermotor tersebut. Secara khusus sistem ini dinamakan dengan layanan/service.

PT. Antar Putra Motor adalah dealer resmi motor Yamaha yang terletak di Jl. Raya Lembang No. 200, Lembang 40391, Bandung Barat, yang didirikan pada bulan Agustus tahun 1993 yang bergerak dalam bidang distribusi motor dan servis motor. Kegiatan yang dilakukan oleh dealer resmi ini, antara lain adalah penjualan, perawatan, dan suku cadang.

Sekarang ini semakin banyak perusahaan berkembang, maka persaingan pun akan semakin menjadi lebih ketat, maka hal utama yang harus diperhatikan dan di prioritaskan adalah kepuasan, supaya pelanggan dapat bertahan, dapat bersaing dengan pesaing yang lain dan dapat menguasai pangsa pasar. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan mementingkan bauran pemasaran yang dilihat sebagai kegiatan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat melalui proses menciptakan, mempromosikan, serta menyerahkan barang dan jasa kepada konsumen. Pemasaran merupakan inti dari seluruh aktivitas bisnis,

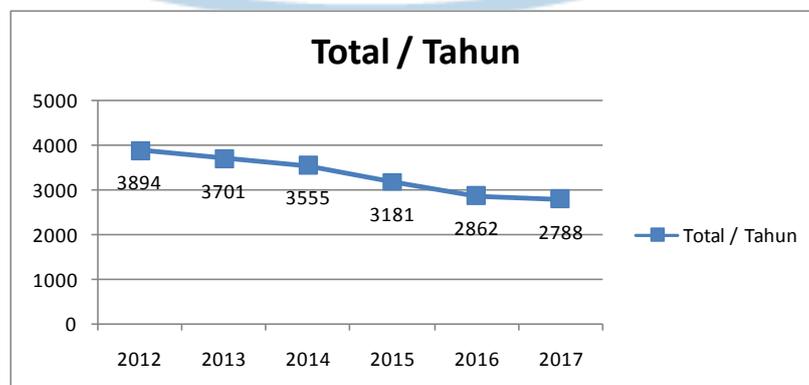
karena pemasaran merupakan penghubung antara perusahaan dan konsumen, sekaligus dengan meningkatkan pelayanan sebaik mungkin, serta memberikan kinerja yang semaksimal mungkin sehingga konsumen akan merasa puas dan perusahaan akan tetap bertahan. Tentunya untuk dapat unggul dalam persaingan tidaklah mudah, selain harus dapat bersaing dengan para kompetitornya, mereka tetap harus dapat memberikan pelayanan yang memuaskan para konsumennya.

PT. Antar Putra Motor saat ini mengalami penurunan jumlah konsumen servis motor, berikut adalah data jumlah konsumen servis motor baik motor merk Yamaha atau dari motor merk lain yang di dapat dari pihak perusahaan dari tahun 2012 sampai 2017 terakhir :

Tabel 1.1
Data Jumlah Konsumen Servis

Tahun	Jumlah Konsumen Servis Motor
2012	3894
2013	3701
2014	3555
2015	3181
2016	2862
2017	2788

Data di atas tersebut menunjukkan penurunan jumlah konsumen yang menandakan minat konsumen untuk servis di PT. Antar Putra Motor menurun.



Gambar 1.1
Grafik Total Konsumen Servis Setiap Tahun

Dari Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa masalah yang terjadi adalah terjadinya penurunan jumlah konsumen, maka dari itu penulis mencoba untuk mengadakan penelitian pada para pelanggan servis sepeda motor, untuk mengetahui faktor-faktor yang membuat para konsumen tertarik untuk menggunakan jasa servis di PT. Antar Putra Motor dan senantiasa menjadi pelanggan tetap serta mampu bersaing dengan pesaing di sekitar tempat servis PT. Antar Putra Motor. Dengan melihat latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk menyusun laporan tugas akhir ini dengan judul “USULAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN DI PT. ANTAR PUTRA MOTOR MENGGUNAKAN METODE *CORRESPONDENCE ANALYSIS*, IPA DAN UJI HIPOTESIS”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil dari pengamatan dan wawancara terhadap pihak PT. Antar Putra Motor, maka didapatkan beberapa identifikasi masalah sebagai berikut :

1. PT. Antar Putra Motor belum mengetahui lebih variabel yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih servis motor di PT. Antar Putra Motor.
2. Faktor kinerja yang kurang baik yang menyebabkan adanya penurunan konsumen tiap tahun di PT. Antar Putra Motor.
3. Belum puasnya konsumen pada kinerja servis motor di PT. Antar Putra Motor.
4. *Segmentasi, Targeting* dan *Positioning* yang dilakukan PT. Antar Putra Motor belum tepat.
5. Tempat servis PT. Antar Putra Motor belum mampu bersaing.
6. Strategi Pemasaran yang diterapkan pada saat ini belum tepat dalam bidang servis di PT. Antar Putra Motor

1.3 Batasan Masalah

Hal – hal yang menjadi pembatasan masalah :

1. Penelitian hanya dilakukan di sekitar kantor pusat PT. Antar Putra Motor yang alamatnya bertepatan di Jl. Raya Lembang No. 200, Lembang 40391, Bandung Barat.

2. Hanya meneliti jumlah konsumen yang servis motor, baik merk motor Yamaha atau merk motor lain.
3. Peneliti tidak mengamati secara khusus pembagian total konsumen untuk merk motor Yamaha atau merk motor lain.

1.4 Perumusan Masalah

1. Faktor – faktor apa sajakah yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih servis motor di PT. Antar Putra Motor?
2. Bagaimana tingkat kinerja dari setiap variabel?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap variabel yang dipaparkan?
4. Bagaimana mengenai *Segmentasi, Targeting* dan *Positioning* yang tepat untuk PT. Antar Putra Motor?
5. Bagaimana posisi tempat servis PT. Antar Putra Motor dibanding dengan pesaing?
6. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan pada tempat servis PT. Antar Putra Motor?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih servis motor di PT. Antar Putra Motor.
2. Untuk mengetahui tingkat kinerja dari setiap variabel.
3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap variabel yang dipaparkan.
4. Untuk mengetahui *Segmentasi, Targeting* dan *Positioning* dari PT. Antar Putra Motor untuk konsumen.
5. Untuk mengetahui posisi tempat servis PT. Antar Putra Motor dibanding dengan pesaing.
6. Untuk memberikan usulan mengenai strategi pemasaran yang harus dilakukan pada tempat servis PT. Antar Putra Motor.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi mengenai berbagai macam referensi dan teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian, pengolahan data, dan menganalisis pada laporan tugas akhir ini.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Bab ini berisi mengenai langkah-langkah yang dilakukan secara sistematis yang digambarkan dalam bentuk *flowchart* dari awal penelitian hingga akhir laporan tugas akhir.

Bab 4 Pengumpulan Data

Bab ini berisi mengenai data umum perusahaan dan data – data penunjang awal yang dibutuhkan untuk melakukan pengolahan data dan menganalisisnya.

Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis

Bab ini berisi tata cara pengolahan data yang telah dikumpulkan, kemudian hasilnya akan dijabarkan dan dianalisis untuk menjelaskan data yang sudah dikumpulkan.

Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan serta saran bagi perusahaan dan penelitian selanjutnya.