

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di negara berkembang dengan populasi penduduk yang sangat banyak seperti di negara Indonesia, transportasi memiliki peranan penting bagi masyarakat untuk menjalankan kehidupannya sehari-hari, namun seiring dengan infrastruktur transportasi umum di negara ini yang masih berkembang, maka kendaraan pribadi menjadi pilihan masyarakat untuk menjalankan segala aktivitasnya, sepeda motor menjadi pilihan transportasi paling laris di berbagai kalangan masyarakat Indonesia, maka dari itu, perusahaan-perusahaan yang menjual sepeda motor saling bersaing untuk meraih pasar penjualan motor di Negara ini.

PT. Antar Putra Motor adalah dealer resmi motor Yamaha yang berlokasi di jalan Cimareme No. 163, Padalarang. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2005 dan bergerak dalam bidang penjualan sepeda motor baru dan bekas, serta jasa servis sepeda motor. Kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan ini adalah penjualan, perawatan, dan penyediaan suku cadang.

Dewasa ini, persaingan di pasar penjualan motor menjadi lebih ketat dengan dipermudahnya regulasi kepemilikan motor, sistem cicilan dan beberapa hal lain yang mempermudah seseorang untuk membeli motor, begitupun dengan motor bekas, semakin banyak motor yang diperjual belikan di pasar, dan PT. Antar Putra Motor Cimareme juga menjadi tujuan masyarakat untuk menjual dan membeli motor bekas, maka hal yang menjadi prioritas perusahaan adalah kepuasan, dengan tujuan perusahaan dapat bersaing di pasar dan mendapatkan penjualan motor yang stabil. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan yang terjadi adalah dengan memperhatikan bauran pemasaran yang adalah suatu strategi penjualan atau pemasaran.

PT. Antar Putra Motor saat ini mengalami penurunan jumlah penjualan motor bekas, berikut adalah data penurunan jumlah penjualan motor bekas periode penjualan tahun 2014 sampai tahun 2018 :

Tabel 1.1
Data penurunan penjualan motor bekas

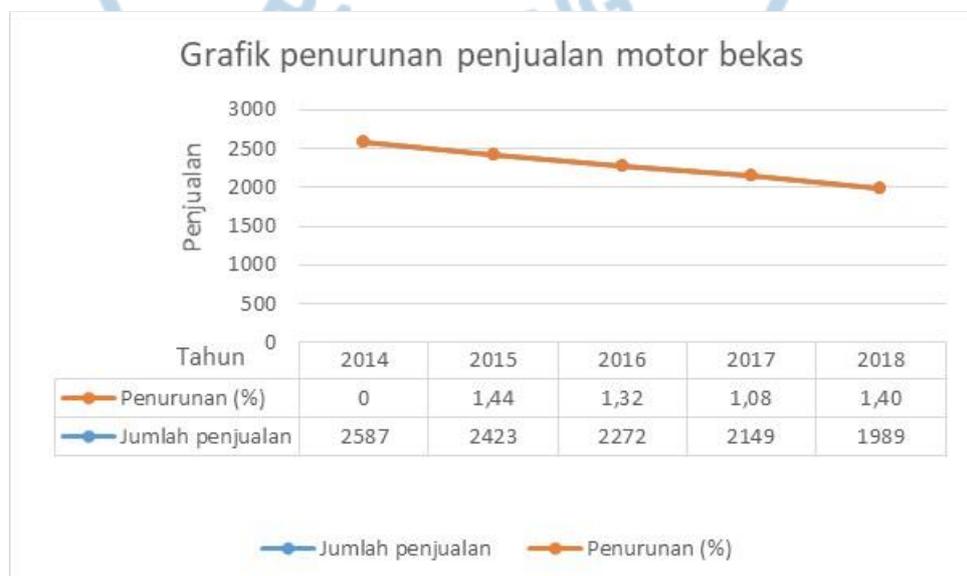
Tahun	Jumlah penjualan
2014	2587
2015	2423
2016	2272
2017	2149
2018	1989
2019 (bulan 1,2,3)	582

Data di atas menunjukkan penurunan jumlah penjualan sepeda motor bekas dari periode penjualan 2014 hingga periode 2019.

Tabel 1.2
Data persentase penurunan penjualan motor bekas

Tahun	Jumlah penjualan
2014	2587
2015	2423
2016	2272
2017	2149
2018	1989
Total	11420

Data di atas menunjukkan persentase penurunan penjualan motor bekas dari periode penjualan 2014 hingga periode 2018. Data penurunan penjualan motor bekas digambarkan oleh grafik dibawah ini.



Gambar 1.1

Grafik penurunan penjualan motor bekas

Dari Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa masalah yang terjadi adalah terjadinya penurunan jumlah penjualan motor bekas dari tahun 2014 hingga tahun 2018 sebesar 23,11%. Dengan perhitungan seperti dibawah ini :

$$\frac{2587-1989}{2587} \times 100\% = \frac{598}{2587} \times 100\% = 0,23112 \rightarrow 23,11\%$$

maka dari itu dilakukan penelitian pada pembeli motor bekas di PT. Antar Putra Motor Cimareme untuk mengetahui strategi pemasaran yang membuat para calon pembeli motor bekas tertarik dan membeli motor bekas di PT. Antar Putra Motor Cimareme, sehingga PT. Antar Putra Motor Cimareme dapat meningkatkan penjualan motor bekas. Dengan melihat latar belakang tersebut maka disusun laporan tugas akhir dengan judul “USULAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN DI PT. ANTAR PUTRA MOTOR CIMAREME UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DENGAN METODE *FACTOR ANALYSIS*, *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* DAN UJI HIPOTESIS ”.

1.2 Identifikasi Masalah

Setelah melakukan wawancara dengan pihak PT. Antar Putra Motor Cimareme, ditentukan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. PT. Antar Putra Motor Cimareme belum mengetahui variabel apa yang dianggap penting oleh pelanggan yang membeli sepeda motor bekas di PT. Antar Putra Motor.
2. PT. Antar Putra Motor Cimareme belum mengetahui tingkat kinerja dari variabel-variabel yang dianggap penting oleh konsumen.
3. Adanya ketidakpuasan pelanggan yang membeli motor di PT. Antar Putra Motor Ciareme.
4. PT. Antar Putra Motor Cimareme belum menentukan *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* dalam pemasaran.
5. Strategi Pemasaran yang diterapkan pada saat ini belum tepat.
6. Tren pasar penjualan motor yang menurun.

1.3 Batasan Masalah

Dalam melakukan penelitian, penulis menetapkan beberapa batasan dengan tujuan agar penelitian tidak terlalu luas sehingga penelitian lebih terarah dan lebih tepat dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi pada perusahaan, Batasan yang ditetapkan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya mengamati hasil persepsi dan penilaian yang dilakukan oleh konsumen yang membeli motor bekas di PT. Antar Putra Motor Cimareme.
2. Penyebaran kuesioner dan penelitian dilakukan di PT. Antar Putra Motor Cimareme yang berlokasi di jalan cimareme no 163, padalarang.
3. Tidak meneliti tren pasar penjualan motor yang menurun.

1.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang yaitu sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen yang membeli sepeda motor bekas di PT. Antar Putra Motor Cimareme?
2. Bagaimana tingkat kinerja dari variabel-variabel yang dianggap penting oleh konsumen ?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen diukur dari setiap variabel?
4. Bagaimana *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* yang dilakukan PT. Antar Putra Motor Cimareme dalam pemasaran?
5. Apa saja strategi pemasaran yang diusulkan dalam menjual sepeda motor bekas di PT. Antar Putra Motor Cimareme?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam membeli sepeda motor di PT. Antar Putra Motor Cimareme.
2. Untuk mengetahui tingkat kinerja dari variabel-variabel yang dianggap penting oleh konsumen.
3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap variabel-variabel yang termasuk ke dalam faktor-faktor.

4. Untuk mengetahui dan menentukan *segmentation, targeting, dan positioning* yang dilakukan oleh PT. Antar Putra Motor dalam pemasaran.
5. Untuk memberikan usulan mengenai strategi pemasaran yang harus dilakukan dalam menjual motor bekas di PT. Antar Putra Motor Cimareme.

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 teori dan referensi yang digunakan untuk mendukung penelitian, pengolahan data, analisis 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 hingga akhir laporan tugas akhir.

Bab 4 Pengumpulan Data

Bab ini berisi data perusahaan sebagai data awal yang digunakan dalam pengolahan data dan analisis.

Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis

Bab ini berisi pengolahan data terhadap data-data yang telah dikumpulkan dan analisis nya.

Bab 6 Kesimpulan dan Saran

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