

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin hari jumlah kendaraan beroda empat di kota Bandung bertambah banyak. Hal ini merupakan salah satu hal yang menyebabkan kemacetan semakin sering terjadi di kota Bandung. Melihat situasi seperti demikian maka usaha bidang otomotif di kota Bandung tampak menjanjikan untuk meraup keuntungan yang besar karena kebutuhan akan produk dan jasa di bidang otomotif semakin meningkat. Oleh karena itu, semakin banyak bermunculan perusahaan yang bergerak di bidang otomotif yang mengakibatkan persaingan antar perusahaan semakin ketat.

Auto City merupakan suatu perusahaan yang menawarkan berbagai macam produk dan jasa dimana produk dan jasa yang ditawarkan berhubungan dengan bidang otomotif. Pemilik perusahaan yang terletak di Jl. Surya Sumantri no.108 ini yaitu Risky Herjanto telah menjalani usahanya sejak bulan Maret tahun 2006. Risky Herjanto merupakan salah satu warga Bandung yang menyadari bahwa usaha bidang otomotif di kota Bandung memiliki prospek yang cerah. Motto dari Auto City adalah "*All About Car*". Auto City menyediakan produk dan jasa bagi kebutuhan mobil-mobil seperti penjualan aksesoris mobil, pencucian mobil, pemasangan alarm, mengganti kaca film mobil, memasang atau memperbaiki *tape*, *sound system*, plat, lampu, dan alarm mobil.

Tidaklah mudah untuk perusahaan seperti Auto City yang belum terlalu lama dirintis untuk menghadapi persaingan dengan perusahaan di bidang sejenis yang telah ada sebelumnya. Auto City memiliki pesaing utama yaitu Butik Otomotif Mania Bandung yang letaknya sangat berdekatan dan selama ini memiliki jumlah konsumen yang cukup banyak. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik perusahaan pada bulan Juli 2008, jika dibandingkan dengan Butik Otomotif Mania Bandung maka jumlah konsumen yang dimiliki Auto City saat ini jauh lebih sedikit. Rata-rata perhari jumlah pengunjung yang datang ke Auto

City berkisar antara 50 hingga 60 buah mobil sedangkan rata-rata perhari jumlah pengunjung yang datang ke Butik Otomotif Mania Bandung berkisar antara 65 hingga 80 buah mobil. Auto City dituntut untuk segera mengatasi masalah persaingan ini demi kelangsungan perusahaan karena pada kenyataannya hingga saat ini Auto City belum terlalu dikenal oleh masyarakat sebagaimana masyarakat mengenal Butik Otomotif Mania Bandung. Oleh karena itu, Auto City harus berusaha memperbaiki serta meningkatkan kualitas pelayanannya untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumen yang datang.

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah yang dapat diidentifikasi setelah dilakukan penelitian pendahuluan melalui observasi, wawancara dengan pihak pemilik perusahaan dan penyebaran 30 kuesioner pendahuluan yaitu :

1. Tingkat persepsi konsumen terhadap Auto City masih berada dibawah Butik Otomotif Mania Bandung (BOMB). Hal ini dapat dilihat dari hasil penyebaran kuesioner pendahuluan pada bulan Agustus 2008.
 - a) Berdasarkan hasil kuesioner diperoleh bahwa Butik Otomotif Mania Bandung merupakan bengkel yang menyediakan fasilitas pencucian mobil dengan sistem hidrolik, salon mobil, dan aksesoris mobil yang paling diingat (*Top of Mind*) sedangkan Auto City menempati posisi kedua.

Tabel 1.1

Top Of Mind

Sebutkan bengkel mobil yang menyediakan fasilitas pencucian mobil dengan sistem hidrolik, salon mobil, dan aksesoris mobil dikota Bandung yang paling Anda ingat		
Nama bengkel	Jumlah	Persentase (%)
Butik Otomotif Mania Bandung	16	53,33
Auto City	11	36,67
Raka	3	10
Total	30	100

Sumber : Kuesioner Pendahuluan, 2008

- b) Dilihat dari kuesioner yang telah disebarakan diketahui bahwa bengkel mobil yang menyediakan fasilitas pencucian mobil dengan sistem hidrolik, salon mobil, dan aksesoris mobil yang disebut setelah bengkel mobil yang paling diingat (*Brand Recall*) adalah Auto City sedangkan Butik Otomotif Mania Bandung menempati posisi berikutnya.

Tabel 1.2
Brand Recall

Selain bengkel mobil yang Anda sebutkan diatas, bengkel mobil yang menyediakan fasilitas pencucian mobil dengan sistem hidrolik, salon mobil, dan aksesoris mobil mana lagi yang Anda ingat	
Nama bengkel	Jumlah
Auto City	13
Butik Otomotif Mania Bandung	12
Raka	5
New kartika	3
Prima Jaya	2
N'Do	1
Precision	1

Sumber : Kuesioner Pendahuluan, 2008

- c) Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu sebanyak 13 responden telah mengetahui keberadaan Auto City namun tidak pernah mencoba pelayanan di Auto City. Responden yang telah mengetahui serta pernah mencoba pelayanan di Auto City adalah sebanyak 11 orang. Selain itu pada kenyataannya masih ada responden yang tidak mengenal Auto City sama sekali yaitu sebanyak 6 orang. Hal ini menunjukkan bahwa belum semua responden mengenal Auto City.

Tabel 1.3
Brand Recognition

Apakah Anda mengetahui tentang bengkel mobil yang terletak di Surya Sumantri no 108 bernama Auto City?		
Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
Ya,mengetahui dan pernah mencoba	11	36,67
Ya,mengetahui tapi tidak pernah mencoba	13	43,33
Tidak mengetahui	6	20,00
Total	30	100

Sumber : Kuesioner Pendahuluan, 2008

- d) Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, diketahui pula faktor-faktor yang menjadi bahan pertimbangan responden saat memilih bengkel mobil yang menyediakan fasilitas pencucian mobil dengan sistem hidrolik, salon mobil, dan aksesoris mobil yaitu sebanyak 10 faktor dimana kebersihan pencucian merupakan jawaban responden terbanyak yaitu sebanyak 18 responden.

Tabel 1.4
Faktor Penentu Pemilihan Bengkel

Faktor-faktor apa saja yang menjadi bahan pertimbangan Anda saat memilih bengkel mobil yang menyediakan fasilitas pencucian mobil dengan sistem hidrolik, salon mobil, dan aksesoris mobil?	
Jawaban	Jumlah
Tingkat harga	9
Kebersihan pencucian mobil	18
Waktu pelayanan	15
Aksesoris yang dijual beragam / banyak	7
Hasil servis mobil	11
Suasana bengkel	3
Keamanan barang dalam mobil	6
Jasa yang disediakan lengkap	8
Kemudahan transaksi	2
Area parkir	5

Sumber : Kuesioner Pendahuluan, 2008

2. Auto City merupakan perusahaan yang belum terlalu lama didirikan dimana masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan Auto City sedangkan Auto City memiliki pesaing utama yang telah berdiri lebih lama dan sudah memiliki jumlah konsumen yang cukup banyak.
3. Auto City belum memiliki pelanggan tetap. Sebagian besar konsumen yang mendatangi Auto City adalah konsumen yang tidak sabar dan tidak mempunyai cukup waktu untuk menunggu antrian di Butik Otomotif Mania Bandung saat ramai serta konsumen yang ingin mencoba pelayanan di Auto City.
4. Jasa yang ditawarkan Auto City belum selengkap jasa yang ditawarkan oleh Butik Otomotif Mania Bandung seperti tidak adanya jasa *tune-up*, *spooring* dan *balancing*. Selain itu, produk-produk yang dijual di Auto City seperti *velg* atau aksesoris mobil lainnya pun tidak sebanyak di Butik Otomotif Mania Bandung.
5. Adanya keluhan dari konsumen yang datang ke Auto City antara lain :
 - a. Waktu pelayanan yang dirasakan konsumen cukup lama karena kurangnya ketrampilan yang dimiliki karyawan membuat waktu pengerjaan menjadi lebih lama
 - b. Pelayanan pembayaran seperti penulisan nota / bon pembayaran yang masih manual sehingga memakan waktu yang lebih lama dibandingkan bila menggunakan sistem komputerisasi.

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

1.3.1 Pembatasan Masalah

Penulis ingin agar dalam melakukan penelitian ini lebih terarah dan juga mengatasi keterbatasan kemampuan, biaya, dan waktu maka diberikan batasan yaitu :

1. Pesaing Auto City yang diteliti yaitu Butik Otomotif Mania Bandung.
2. Area penyebaran kuesioner pendahuluan dilakukan disekitar Auto City yang berada di Jl. Surya Sumantri.

3. Penelitian tidak melakukan perbandingan biaya antara produk dan jasa yang ditawarkan di Auto City dan Butik Otomotif Mania Bandung.

1.3.2 Asumsi

Asumsi yang digunakan didalam penelitian yaitu bahwa kondisi Auto City dan Butik Otomotif Mania Bandung diasumsikan tetap / tidak berubah sejak tahap pengambilan data untuk penelitian hingga penelitian selesai dilakukan.

1.4 Perumusan Masalah

Setelah melakukan identifikasi masalah maka dapat dirumuskan beberapa masalah yang akan diteliti dan dibahas yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Auto City?
2. Bagaimana perbandingan tingkat persepsi kualitas antara Auto City dengan bengkel pesaing (Butik Otomotif Mania Bandung)?
3. Bagaimana usulan untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumen yang datang ke Auto City?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penulis adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Auto City.
2. Mengetahui perbandingan tingkat persepsi kualitas antara Auto City dengan bengkel pesaing (Butik Otomotif Mania Bandung).
3. Mengetahui usulan untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumen yang datang ke Auto City.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab 1 Pendahuluan menguraikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

Bab 2 Tinjauan Pustaka menguraikan mengenai teori-teori yang berguna sebagai landasan dalam pembahasan dan pemecahan masalah.

Bab 3 Metodologi Penelitian menguraikan mengenai langkah – langkah yang dilakukan selama penelitian dari awal hingga akhir.

Bab 4 Pengumpulan Data menguraikan mengenai data yang dikumpulkan untuk mencapai tujuan penelitian.

Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis menguraikan mengenai pengolahan data yang telah dikumpulkan kemudian melakukan analisis terhadap hasil pengolahan data.

Bab 6 Kesimpulan dan Saran menguraikan mengenai kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil penelitian dan memberikan saran yang dapat berguna di masa yang akan datang.