

***Analisis dan Usulan Strategi Pemasaran Untuk Menghadapi Persaingan
(Studi Kasus : Bengkel Jaya Motor)
Jurusan Teknik Industri – Universitas Kristen Maranatha***

***Analysis and Proposed Marketing Strategies for Dealing with Competition
(Case Studies : Jaya Motor)
Industrial Engineering – Maranatha Christian University***

Leslie Christian Saputra & Jimmy Gozaly

Email : saputralesliechristian@yahoo.com & jimmy.gozaly@eng.maranatha.edu

Abstrak

Bengkel Jaya Motor berdiri pada tahun 2004 di kota Bandung menjual berbagai macam suku cadang serta service untuk sepeda motor. Bengkel Jaya Motor mengalami penurunan pendapatan penjualan sebesar 7% pada tahun 2008, 10% pada tahun 2009, 16% pada tahun 2010, 21% pada tahun 2011, dan 24% pada tahun 2012. Menurut pihak Bengkel Jaya Motor salah satu faktor utamanya adalah berdirinya Bengkel Rajawali yang terletak tidak jauh dari Bengkel Jaya Motor.

Penelitian ini dilakukan dengan cara observasi langsung ke Bengkel Jaya Motor serta Bengkel Rajawali dan penyebaran kuesioner. Pembuatan kuesioner menggunakan teori marketing mix (7P).

Setelah melalui proses pengumpulan data, data tersebut diolah menggunakan Pengujian Hipotesis tingkat kepuasan, Importance Performance Analysis, dan Correspondence Analysis. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan Analisis IPA didapatkan bahwa variabel yang berada pada kuadran 1 terdapat 7 variabel, kuadran 2 terdapat 7 variabel, kuadran 3 terdapat 8 variabel, dan kuadran 4 terdapat 8 variabel. Kemudian berdasarkan hasil uji hipotesis membuktikan bahwa terdapat 16 variabel dimana konsumen puas dan berdasarkan pengolahan data menggunakan CA, maka didapatkan hasil bahwa 16 variabel Jaya Motor kalah dengan Rajawali.

Berdasarkan hasil penelitian, diberikan beberapa usulan kepada Bengkel Jaya Motor, yaitu memberikan discount, menyediakan lahan parkir yang memadai, lebih melakukan training ulang terdapat para karyawan, membuat paket-paket penjualan, dan menyesuaikan harga dengan kompetitor.

Kata kunci : Penurunan penjualan, Uji Z, Importance Performance Analysis, Correspondence Analysis.

Abstract

Jaya Bike Shop established in 2004 on Bandung sells a wide range of spareparts and services for motorcycles only. Jaya Bike Shop has a decreased selling percentage about 7% on 2008, 10% on 2009, 16% on 2010, 21% on 2011, and 24% on 2012. According to the owner of Jaya Bike Shop, one of the main factor is because the establishment of Rajawali Bike Shop which near from Jaya Bike Shop.

This research did with the direct observation into Jaya and Rajawali Bike Shop then distributing questionnaires. The questionnaires made using marketing mix methods (7P).

After going through the process of datas collection, that datas processed using a Z Distribution, Importance Performance Analysis, and Correspondences Analysis. According to the result of datas processed using IPA, there are 7 variables on first quadrant, 7 variables on second quadrant, 8 variables on third quadrant, and 8 variables also on fourth quadrant. And then according to the result of data processed using Z Distribution, there are 16 variables which the konsumen satisfied with Jaya's performances and according to the result from CA's analysis, there are 16 variables which Jaya lose with Rajawali.

The proposed from Jaya are giving a discount, provide the parking area, re-training all of the employee, make a economic package, and adjust the price from competitor.

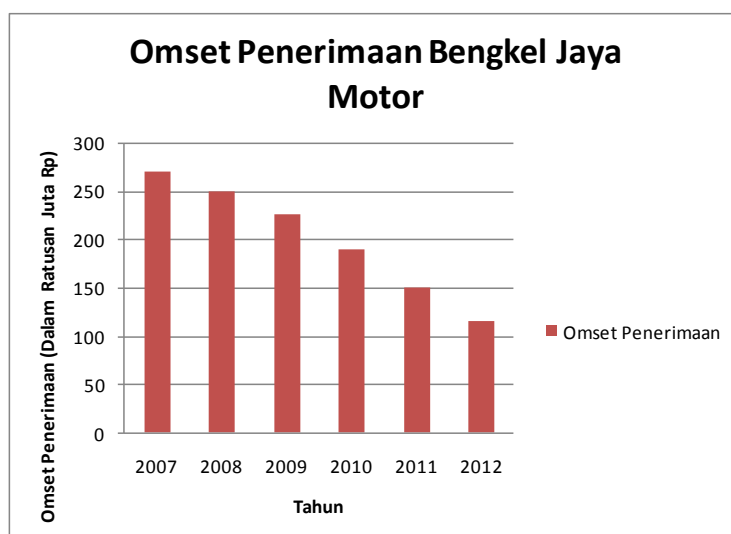
Keywords : *The decrease of selling, Z Distribution, Importance Performance Analysis, Correspondence Analysis.*

1. Pendahuluan

Bengkel “Jaya Motor” merupakan bengkel yang menyediakan layanan *service* sepeda motor dan menjual berbagai *sparepart* hingga asesoris-asesoris untuk sepeda motor. Bengkel yang berdiri pada tahun 2004 dan berlokasi di Taman Kopo Indah, merupakan bengkel terbesar yang ada di kompleks perumahan Taman Kopo Indah pada masa itu. Sampai dengan saat ini, bengkel “Jaya Motor” masih berdiri dan tetap memiliki *rating* yang cukup baik dimata masyarakat setempat.

Dalam penelitian ini, dilakukan penelitian terhadap bengkel “Jaya Motor” yang terletak di Bandung dimana pada awalnya bengkel ini memiliki *rating* yang baik di kompleks Taman Kopo Indah. Selain layanannya yang baik, berbagai penawaran menarik sering ditawarkan sehingga para pelanggan begitu dimanjakan oleh segala macam hal yang ada di bengkel “Jaya Motor” ini. Dari tahun ke tahun bengkel “Jaya Motor” ini tidak pernah kesepian oleh pengunjungnya, omset bengkel ini pun kian meningkat dari tahun ke tahunnya sehingga pada tahun 2007 bengkel ini mampu mengekspansi lahannya menjadi hampir dua kali lipatnya. Walau hanya melayani sepeda motor saja, bengkel “Jaya Motor” ini dapat mempekerjakan 5 orang karyawan teknisi dan 2 orang karyawan yang bertugas sebagai bagian administrasi.

Hingga memasuki tahun 2008 berdirilah sebuah bengkel baru yang terletak tidak jauh dari lokasi bengkel “Jaya Motor”, yaitu bengkel “Rajawali”. Pada pertama kali buka, bengkel “Rajawali” ini memiliki luas tanah yang lebih besar dibandingkan dengan bengkel “Jaya Motor” sehingga bengkel “Rajawali” tentunya memiliki daya tarik yang lebih besar dibanding bengkel “Jaya Motor”. Tidak lama sejak berdiri, bengkel “Rajawali” membuka tempat penjualan helm serta asesoris motor yang tidak dimiliki oleh bengkel “Jaya Motor”. Terbentuknya bengkel “Rajawali” pada tahun 2008, merupakan awal dimana bengkel “Jaya Motor” mengalami penurunan pada tingkat penjualan berbagai *sparepart* serta layanan *service* motor dimana penurunan penjualan sangat terlihat jelas pada omset penjualan maupun service motor semenjak berdirinya bengkel “Rajawali” yaitu sebesar 7% pada tahun 2007-2008, 10% pada tahun 2008-2009, 16% pada tahun 2009-2010, 21% pada tahun 2010-2011, dan 24% pada tahun 2011-2012 yang dapat ditampilkan menggunakan grafik sebagai berikut:



Gambar 1
Grafik Omset Penerimaan Bengkel Jaya Motor

2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang akan dilakukan bertujuan untuk mengetahui/memperkirakan faktor-faktor yang mungkin menyebabkan penurunan omset penjualan dan kedatangan konsumen karena datangnya pesaing baru. Hal ini mungkin dikarenakan beberapa hal sebagai berikut:

1. Segmentasi, *targeting* dan *positioning* bengkel yang kurang tepat.
2. Ketidakpuasan konsumen terhadap bengkel.
3. Berdirinya perusahaan yang baru yang juga bergerak di bidang yang sama, sehingga menimbulkan persaingan.
4. Strategi *marketing mix* yang masih kurang tepat.
5. Daya beli konsumen menurun, sehingga mempengaruhi tingkat penjualan.

3. Pembatasan Masalah

- Masalah penurunan daya beli tidak diamati pada penelitian ini.

4. Perumusan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah dan pembatasan masalah telah disebutkan, maka dapat dirumuskan permasalahan yang terjadi sebagai berikut :

1. Bagaimana segmentasi, *targeting*, dan *positioning* dari bengkel “Jaya Motor” berdasarkan penelitian?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja bengkel “Jaya Motor”?
3. Apa saja kelebihan dan kekurangan bengkel “Jaya Motor” dibandingkan dengan bengkel “Rajawali” berdasarkan variabel-variabel di dalam penelitian?
4. Bagaimana strategi *marketing mix* yang tepat untuk bengkel “Jaya Motor”?

5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui apa yang ingin diketahui oleh penulis sehingga melakukan penelitian terhadap bengkel “Jaya Motor”.

1. Mengetahui segmentasi, *targeting*, dan *positioning* dari bengkel “Jaya Motor” berdasarkan penelitian
2. Mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja bengkel “Jaya Motor” dilihat dari tingkat kepentingan dan tingkat performansi menurut penelitian.
3. Mengetahui apa saja kelebihan dan kekurangan bengkel “Jaya Motor” dibandingkan dengan bengkel “Rajawali” berdasarkan penelitian.
4. Mengetahui strategi bisnis yang tepat.

6. Tinjauan Pustaka

6.1. Definisi Pemasaran

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen.

6.2. Bauran Pemasaran

- a) *Product (Produk)*
- b) *Price (Harga)*
- c) *Promotion (Promosi)*
- d) *Saluran Distribusi (Place)*
- e) *People*
- f) *Process*
- g) *Physical Evidence*

6.3. Definisi Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan

tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

6.4. Definisi Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Hasil data valid memiliki arti bahwa terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang didapatkan sesuai dengan kenyataan pada obyek/subyek yang diteliti dan instrumen yang reliabel adalah instrumen yang diukur berulang kali menghasilkan data yang sama.

6.5. *Correspondence Analysis (CA)*

Hubungan interdependen atau saling ketergantungan antarvariabel atau data dapat dilakukan dengan *Multi Dimensional Scalling (MDS)* dan *Correspondence Analysis (CA)*. MDS dan CA lebih berhubungan dengan objek dari suatu penelitian. Dalam terminologi (peristilahan) SPSS, kedua alat ini khususnya MDS akan memproses isi baris dan kolom sekaligus. Hasil utama yang diperoleh melalui MDS dan CA ini adalah dalam bentuk GRAFIK.

6.6. Segmentasi, *Targeting* dan *Positioning*

- **Segmentasi**

Segmen pasar terdiri dari kelompok pelanggan yang memiliki seperangkat keinginan yang sama. Terdapat 4 variabel segmentasi utama yang digunakan untuk mengenali perbedaan pelanggan, yaitu :

- a) Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis mengharuskan pembagian pasar menjadi unit - unit geografis yang berbeda, seperti negara bagian, wilayah, provinsi, kota, ukuran kota, kepadatan, iklim, atau lingkungan rumah tangga.

- b) Segmentasi Demografis

Dalam segmentasi demografis, pasar dibagi menjadi kelompok – kelompok berdasarkan variabel, seperti usia, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, kewarganegaraan, dan kelas sosial.

- c) Segmentasi Psikografis

Psikografis adalah ilmu yang menggunakan psikologi dan demografi untuk lebih memahami konsumen. Dalam segmentasi psikografis, para pembeli dibagi menjadi kelompok yang berbeda berdasarkan gaya hidup atau kepribadian. Orang – orang dalam kelompok demografis yang sama dapat menunjukkan gambaran psikografis yang sangat berbeda.

- d) Segmentasi Perilaku

Dalam segmentasi perilaku, pembeli dibagi menjadi kelompok – kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, pemakaian, atau tanggapan mereka terhadap produk tertentu. Banyak pemasar yakin bahwa variabel perilaku, seperti kejadian, manfaat, status pemakai, tingkat pemakaian, status kesetiaan, tahap kesiapan pembeli, dan sikap merupakan titik awal terbaik dalam membentuk segmen pasar.

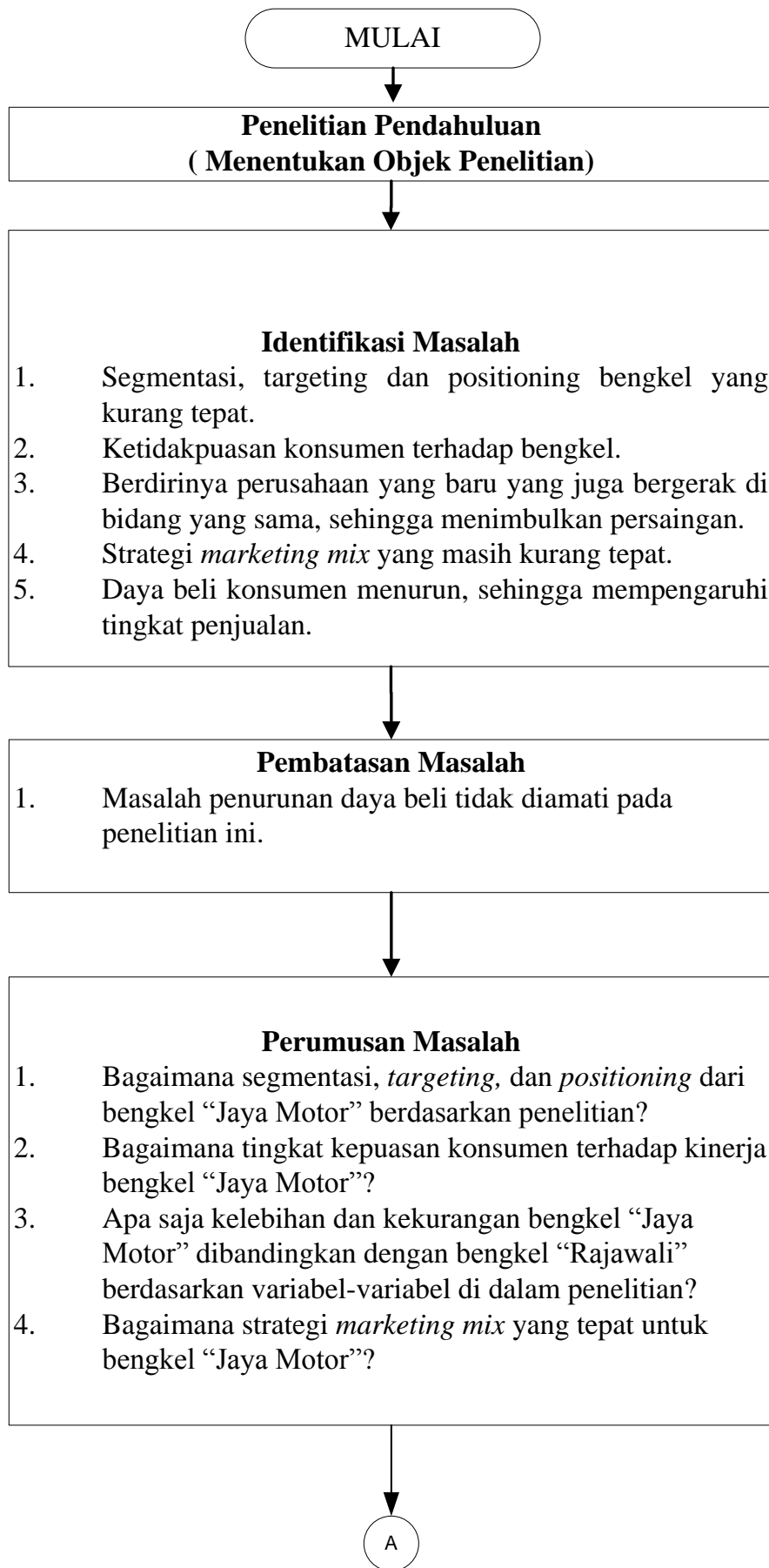
- ***Targeting***

Targeting adalah tindakan dalam memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki atau dilayani.

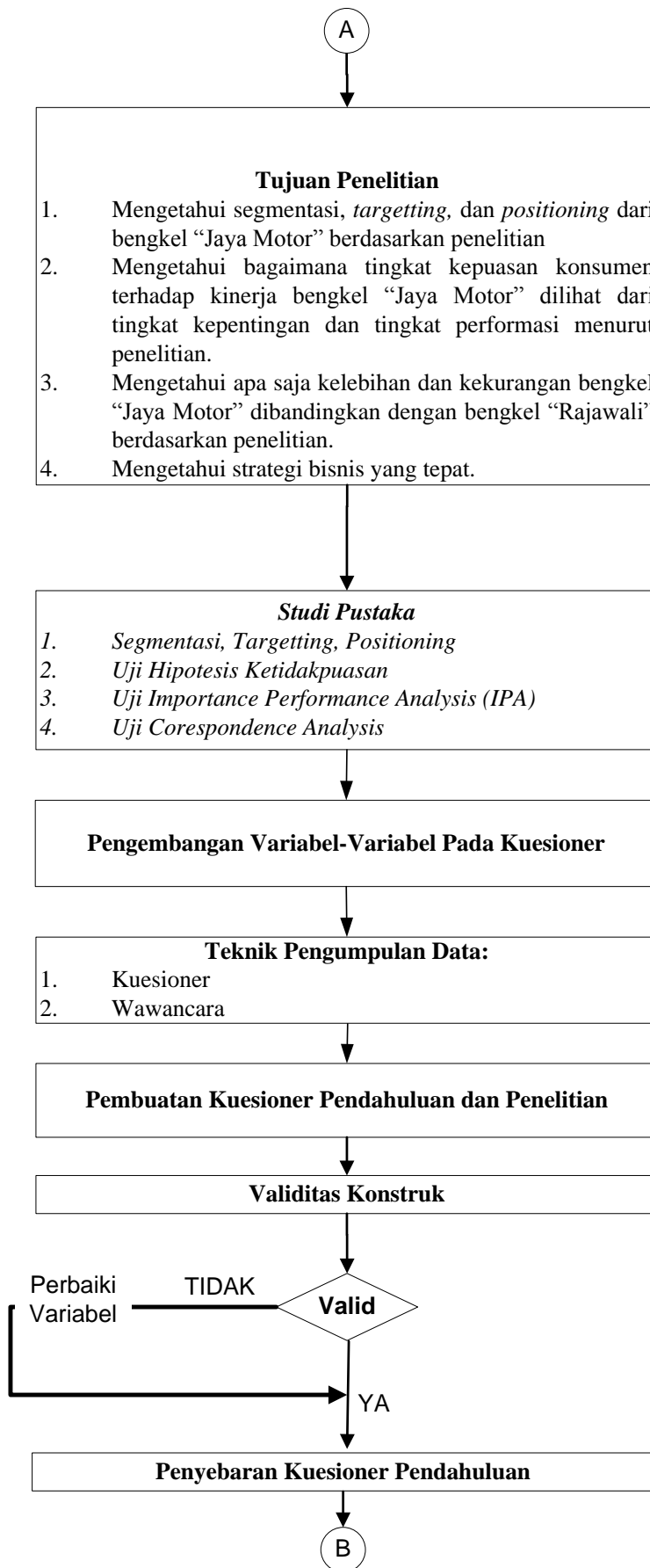
- ***Positioning***

Positioning merupakan tindakan merancang tawaran dan citra perusahaan sehingga menempati posisi yang khas (di antara para pesaing) di dalam benak pelanggan targetnya. Hasil akhir penetapan posisi adalah keberhasilan penciptaan proporsi nilai yang berfokus pada pelanggan, yaitu alasan yang meyakinkan mengapa pasar sasaran harus membeli produk itu.

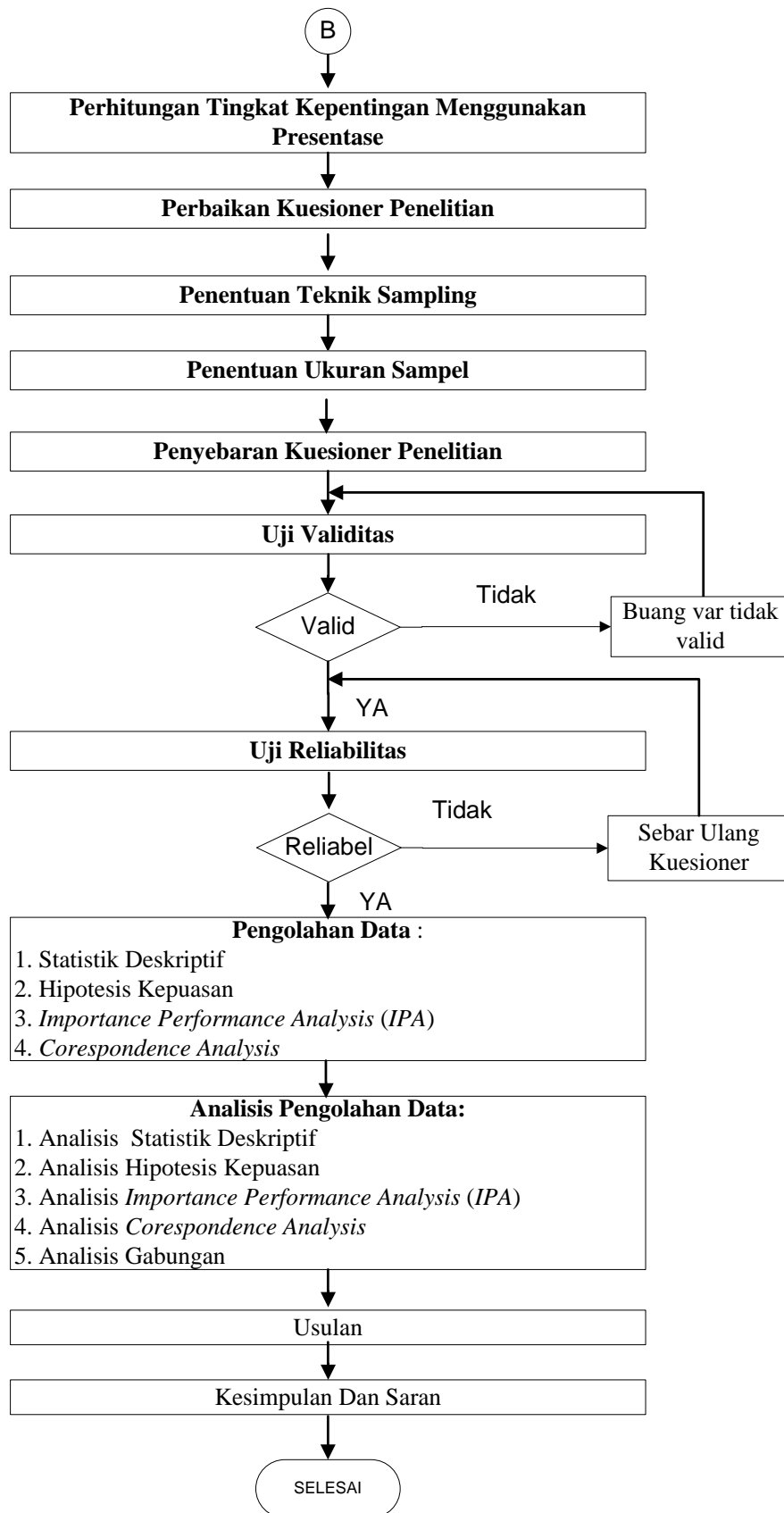
7. Metodologi Penelitian



Gambar 2
Flowchart Penelitian



Gambar 3
Flowchart Penelitian (lanjutan)



Gambar 4
Flowchart Penelitian (lanjutan)

8. Pengumpulan Data

Profil Responden

1. Jenis Kelamin

Tabel 1

Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden Yang Memilih
Pria	79
Wanita	21

2. Jenis Pekerjaan

Tabel 2

Jenis Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden Yang Memilih
Pelajar/Mahasiswa/Mahasiswi	31
Ibu Rumah Tangga	17
Bekerja	43
Wirausaha	8
Dll	1

3. Frekuensi Kedatangan

Tabel 3

Frekuensi Kedatangan

Frekuensi	Jumlah Responden Yang Memilih
0-2 kali	42
3-4 kali	46
5-6 kali	6
7-8 kali	4
> 8 kali	2

4. Kisaran Harga Service Motor

Tabel 4

Kisaran Harga Service Motor

Kisaran Harga	Jumlah Responden Yang Memilih
\leq Rp 30.000,00	22
Rp 30.000,00 < harga \leq Rp 60.000,00	31
Rp 60.000,00 < harga \leq Rp 90.000,00	21
Rp 90.000,00 < harga \leq Rp 120.000,00	20
> Rp 120.000,00	6

5. Kisaran Harga Suku Cadang

Tabel 5
Kisaran Harga Suku Cadang

Kisaran Harga	Jumlah Responden Yang Memilih
\leq Rp 50.000,00	4
Rp 50.000,00 < harga \leq Rp 100.000,00	25
Rp 100.000,00 < harga \leq Rp 150.000,00	38
Rp 150.000,00 < harga \leq Rp 200.000,00	28
> Rp 200.000,00	5

6. Kisaran Harga Asesoris Motor

Tabel 6
Kisaran Harga Asesoris Motor

Kisaran Harga	Jumlah Responden Yang Memilih
\leq Rp 50.000,00	3
Rp 50.000,00 < harga \leq Rp 100.000,00	24
Rp 100.000,00 < harga \leq Rp 150.000,00	33
Rp 150.000,00 < harga \leq Rp 200.000,00	36
> Rp 200.000,00	4

7. Lama Menunggu Selesai Service Motor

Tabel 7
Lama Menunggu Selesai Service Motor

Lama Menunggu	Jumlah Responden Yang Memilih
\leq 20 menit	8
20 menit < waktu \leq 40 menit	31
40 menit < waktu \leq 60 menit	44
60 menit < waktu \leq 80 menit	9
> 80 menit	8

8. Minat Mengunjungi

Tabel 8
Minat Mengunjungi

Tujuan Utama	Jumlah Responden Yang Memilih
Untuk service motor	52
Untuk ganti oli	27
Untuk membeli asesoris motor (helm, sarung tangan, dll)	15
Untuk mengganti bagian-bagian pada motor (modifikasi)	6
Dll	0

9. Pengolahan Data dan Analisis

10.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Dari uji validitas yang dilakukan menggunakan SPSS didapatkan hasil *corrected item-total correlation* dari tingkat kepentingan dan tingkat performansi Bengkel Jaya Motor

menunjukkan $r_{hitung} > 0.195$, sehingga didapatkan kesimpulan bahwa semua pernyataan / variabel dikatakan valid dan analisis dilanjutkan pada uji reliabilitas.

Dari uji validitas yang telah dilakukan menggunakan SPSS maka dilanjutkan tahap uji reliabilitas yang bertujuan untuk mengukur sejauh mana pengukuran bersifat tetap. Data dapat disimpulkan reliabel jika *cronbach's alpha* > 0.7. Sehingga didapatkan kesimpulan bahwa data tingkat kepentingan dan tingkat performansi Bengkel Jaya Motor dikatakan reliabel karena lebih besar dari 0,7.

10.2 Pengujian Hipotesis

Tabel 9

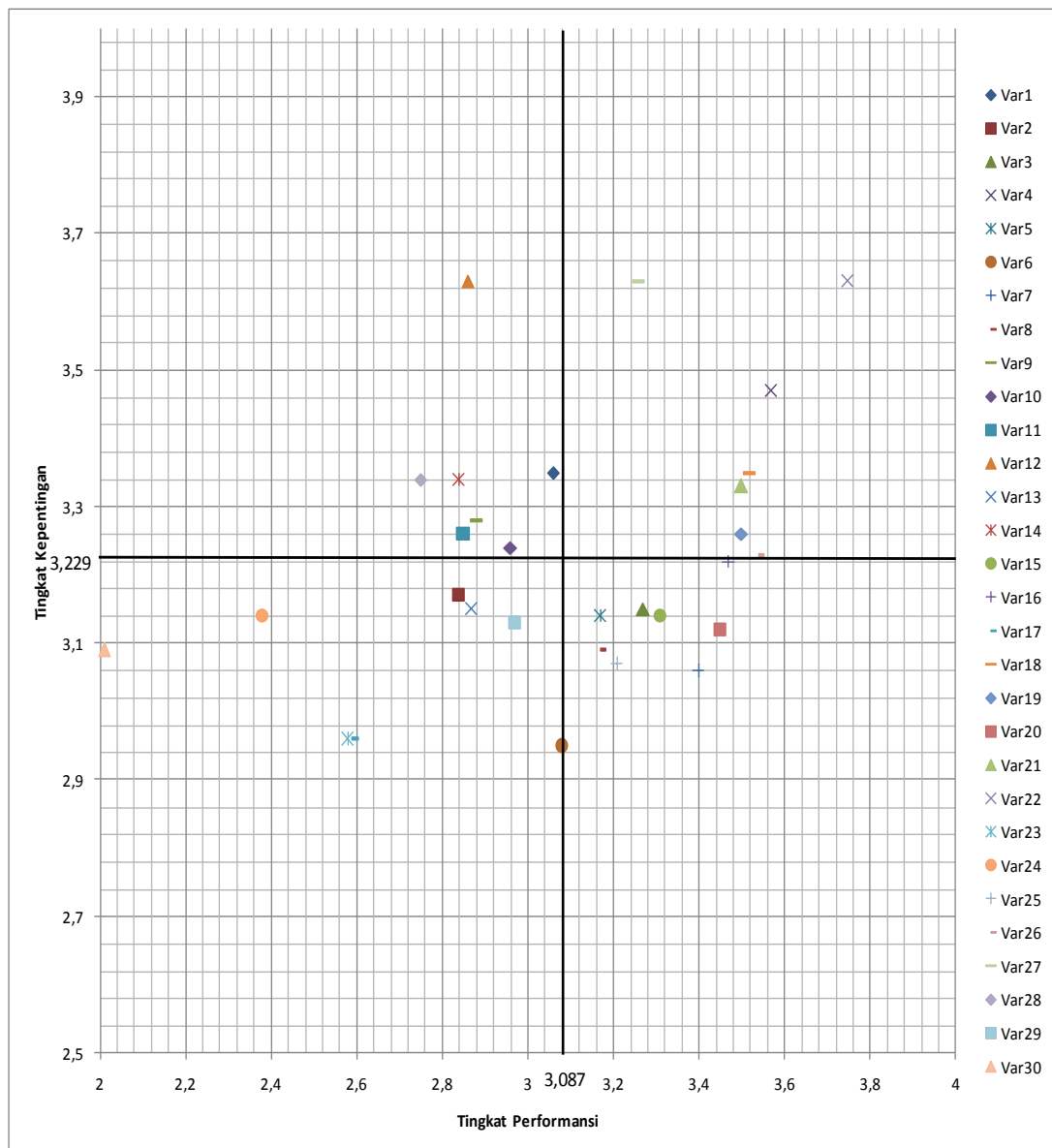
Uji Hipotesis

No	Pernyataan	Performansi					Kepuasan					Z Hitung	Kapasitas	Kesimpulan
		\bar{X}_1	\bar{X}_2	\bar{X}_3	\bar{X}_4	\bar{X}_5	\bar{X}_6	\bar{X}_7	\bar{X}_8	\bar{X}_9	$(\bar{X}_1 - \bar{X}_2)$			
1	Kecamatan regasi assens sepeda motor (helm, sarung tangan, dll)	3,06	0,862	0,744	3,35	0,557	0,311	-0,29	-2,824	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Responden Tidak Pius Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor
2	Kedang apas satu cabang (di, shock breaker, pedal rem, busi, dll)	2,84	0,809	0,722	3,17	0,682	0,466	-0,33	-3,028	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Responden Tidak Pius Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor
3	Borang yang dibuat bertamatis bak	3,27	0,729	0,280	3,15	0,642	0,412	0,12	1,443	Tamam	Tamam	Tamam	Tamam	Responden Pius Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor
4	Kecamatan satu cabang asl dan busan	3,57	0,537	0,288	3,47	0,559	0,312	0,1	1,291	Tamam	Tamam	Tamam	Tamam	Responden Pius Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor
5	Kualitas pelayanan service motor yang diberikan	3,17	0,682	0,466	3,14	0,697	0,465	0,03	0,308	Tamam	Tamam	Tamam	Tamam	Responden Pius Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor
6	Ilirga satu cabang yang terangkai	3,08	0,787	0,620	2,95	0,770	0,593	0,13	1,180	Tamam	Tamam	Tamam	Tamam	Responden Pius Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor
7	Ilirga assens yang terangkai	3,4	0,569	0,323	3,06	0,694	0,481	0,34	3,791	Tamam	Tamam	Tamam	Tamam	Responden Pius Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor
8	Ilirga pelayanan service motor yang terangkai	3,17	0,726	0,526	3,09	0,712	0,507	0,08	0,787	Tamam	Tamam	Tamam	Tamam	Responden Pius Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor
9	Ilirga satu cabang yang sesuai dengan kualitas	2,88	0,946	0,895	3,28	0,697	0,486	-0,4	-3,404	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Responden Tidak Pius Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor
10	Ilirga pelayanan service motor yang sesuai dengan kualitas	2,96	0,777	0,604	3,24	0,668	0,447	-0,28	-2,731	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Responden Tidak Pius Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor
11	Lokasi bengkel di daerah yang ramai	2,85	0,925	0,856	3,26	0,597	0,356	-0,41	-3,724	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Responden Tidak Pius Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor
12	Kecamatan disosial pada bengkel	2,86	1,085	1,071	3,63	0,544	0,296	-0,77	-6,385	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Responden Tidak Pius Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor
13	Ilirga paket-paket perbaikan dengan harga yang lebih terjangkau	2,87	0,884	0,781	3,15	0,809	0,654	-0,28	-2,337	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Responden Tidak Pius Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor
14	Pemasangan iklan media dan media cetak	2,84	0,775	0,600	3,34	0,670	0,449	-0,5	-4,881	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Responden Tidak Pius Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor
15	Kesimpulan customer service dan pelayanan konsumen	3,31	0,647	0,418	3,14	0,739	0,546	0,17	1,732	Tamam	Tamam	Tamam	Tamam	Responden Pius Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor

Tabel 10
Uji Hipotesis (lanjutan)

No	Pernyataan	Performansi				Kepuasan				$(\bar{X}_1 - \bar{X}_2)$	Z Hitung	Keputusan	Kesimpulan
		\bar{X}_1	S_1	S_1^2	\bar{X}_2	S_2	S_2^2						
16	Kemudahan customer service dalam melayani konsumen	3,47	0,674	0,454	3,22	0,760	0,577	0,25	2,462	Terima Ho	Responden Puas Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor		
17	Keterampilan montir dalam menyelesaikan setiap pekerjaan (terutama service motor)	2,59	0,805	0,648	2,96	0,737	0,544	-0,37	-3,389	Tolak Ho	Responden Tidak Puas Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor		
18	Kesediaan pemilik bengkel untuk menampung keluhan konsumen	3,52	0,541	0,293	3,35	0,687	0,472	0,17	1,944	Terima Ho	Responden Puas Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor		
19	Kesediaan montir dalam menampung keluhan konsumen	3,5	0,541	0,293	3,26	0,661	0,437	0,24	2,810	Terima Ho	Responden Puas Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor		
20	Penggunaan customer service tentang produk/promo yang ada	3,45	0,626	0,391	3,12	0,832	0,693	0,33	3,170	Terima Ho	Responden Puas Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor		
21	Kejujuran montir dalam memberikan pelayanan	3,5	0,541	0,293	3,33	0,697	0,486	0,17	1,926	Terima Ho	Responden Puas Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor		
22	Ketepatan dalam proses pembayaran	3,75	0,458	0,210	3,63	0,544	0,296	0,12	1,688	Terima Ho	Responden Puas Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor		
23	Ketersediaan pembayaran non-tunai (Debit, Kartu Kredit, Flazz, dll)	2,58	0,819	0,670	2,96	0,737	0,544	-0,38	-3,449	Tolak Ho	Responden Tidak Puas Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor		
24	Ketersediaan bukti pembayaran/nota	2,38	0,885	0,783	3,14	0,682	0,465	-0,76	-6,802	Tolak Ho	Responden Tidak Puas Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor		
25	Kecaplan customer service dalam melayani konsumen	3,21	0,498	0,248	3,07	0,590	0,349	0,14	1,812	Terima Ho	Responden Puas Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor		
26	Kecaplan montir dalam melayani konsumen	3,54	0,521	0,271	3,23	0,694	0,482	0,31	3,572	Terima Ho	Responden Puas Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor		
27	Ketersedian ruang tunggu	3,26	0,661	0,437	3,63	0,544	0,296	-0,37	-4,322	Tolak Ho	Responden Tidak Puas Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor		
28	Ketersediaan lahan parkir yang memadai	2,75	0,936	0,876	3,34	0,670	0,449	-0,59	-5,125	Tolak Ho	Responden Tidak Puas Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor		
29	Ketersediaan toilet pada bengkel	2,97	0,703	0,494	3,13	0,691	0,478	-0,16	-1,623	Terima Ho	Responden Puas Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor		
30	Ketersediaan mushola pada bengkel	2,01	0,628	0,394	3,09	0,712	0,507	-1,08	-11,379	Tolak Ho	Responden Tidak Puas Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor		

10.3 Importance Performance Analysis (IPA)

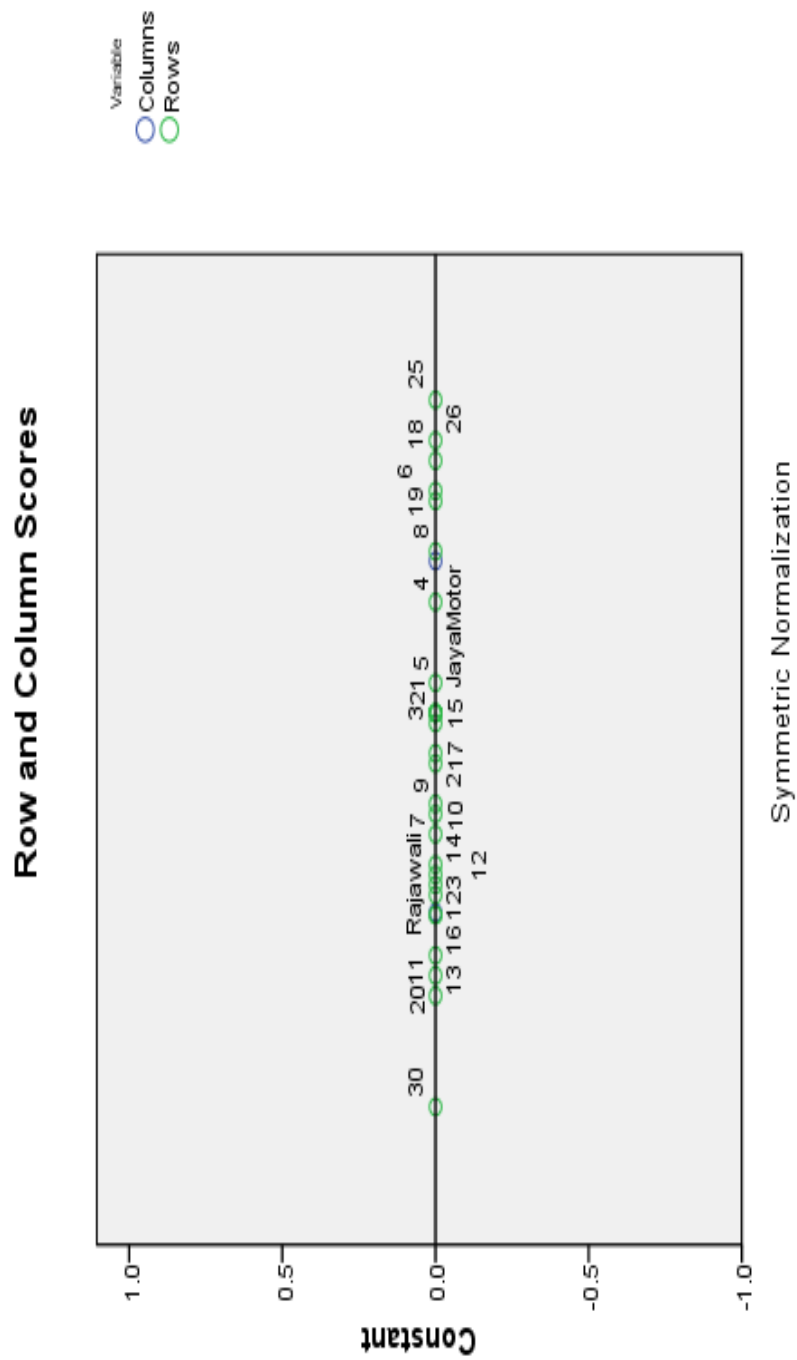


Gambar 5
Grafik Importance Performance Analysis (IPA)

Tabel 11
Rangkuman IPA

Prioritas 1 (Kuadran 1)		Prioritas 2 (Kuadran 2)	
No	Pernyataan	No	Pernyataan
1	Ketersediaan ragam asesoris sepeda motor (helm, sarung tangan, dll)	4	Ketersediaan suku cadang asli atau tiruan
9	Harga suku cadang yang sesuai dengan kualitas	18	Kesediaan pemilik bengkel untuk menampung keluhan konsumen
10	Harga pelayanan/service motor yang sesuai dengan kualitas	19	Kesediaan montir dalam menampung keluhan konsumen
11	Lokasi terdapat di daerah yang ramai	21	Kejujuran montir dalam memberikan pelayanan
12	Ketersediaan discount pada bengkel	22	Ketepatan dalam proses pembayaran
14	Pemasangan iklan melalui media cetak	26	Kecepatan montir dalam melayani konsumen
28	Ketersediaan lahan parkir yang memadai	27	Kebersihan ruang tunggu
Prioritas 3 (Kuadran 3)		Prioritas 4 (Kuadran 4)	
No	Pernyataan	No	Pernyataan
2	Kelengkapan suku cadang (aki, shock breaker, pedal rem, busi, dll)	3	Barang yang dibeli berkualitas baik
6	Harga suku cadang yang terjangkau	5	Kualitas pelayanan/service motor yang diberikan
13	Adanya paket-paket penjualan dengan harga yang lebih terjangkau	16	Keramahan customer service dalam melayani konsumen
17	Keterampilan montir dalam menyelesaikan setiap pekerjaan (terutama service motor)	7	Harga asesoris yang terjangkau
23	Ketersediaan pembayaran non-tunai (Debit, Kartu Kredit, Flazz, dll)	8	Harga pelayanan/service motor yang terjangkau
24	Ketersediaan bukti pembayaran/nota	15	Kesopanan customer service dalam melayani konsumen
29	Ketersediaan toilet pada bengkel	20	Pengetahuan customer service tentang produk/paket/promo yang ada
30	Ketersediaan mushola pada bengkel	25	Kecepatan customer service dalam melayani konsumen

Gambar 6
Correspondence Analysis (CA)



Tabel 12
Tabel Persaingan

Pernyataan	Bengkel Jaya Motor	Bengkel Rajawali
1	2	1
2	2	1
3	1	2
4	1	2
5	1	2
6	1	2
7	2	1
8	1	2
9	2	1
10	2	1
11	2	1
12	2	1
13	2	1
14	2	1
15	1	2
16	2	1
17	2	1
18	1	2
19	1	2
20	2	1
21	1	2
22	1,5	1,5
23	2	1
24	1,5	1,5
25	1	2
26	1	2
27	2	1
28	2	1
29	1,5	1,5
30	2	1

10. Kesimpulan dan Saran

10.1 Kesimpulan

1. Hasil Segmentasi, *Targeting* dan *Positioning* Bengkel Jaya Motor :

• Segmentasi

- Jenis Kelamin : Pria dan Wanita.
- Jenis Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa/Mahasiswi, Ibu Rumah Tangga, Bekerja, Wirausaha, dan lainnya.
- Frekuensi Kedatangan : 0-2 kali, 3-4 kali, 5-6 kali, 6-7 kali, 7-8 kali dalam sebulan, >8 kali.
- Kisaran harga *service* motor : \leq Rp.30.000,- , Rp.30.000,- < harga \leq Rp.60.000,- , Rp.60.000,- < harga \leq Rp.90.000,- , Rp.90.000,- < harga \leq Rp.120.000,- , > Rp.120.000,-.
- Kisaran harga suku cadang : \leq Rp.50.000,- , Rp.50.000,- < harga \leq Rp.100.000,- , Rp.100.000,- < harga \leq Rp.150.000,- , Rp.150.000,- < harga \leq Rp.200.000,- , > Rp.200.000,-.

- f. Kisaran harga asesoris motor : \leq Rp.50.000,- , Rp.50.000,- < harga \leq Rp.100.000,- , Rp.100.000,- < harga \leq Rp.150.000,- , Rp.150.000,- < harga \leq Rp.200.000,- , > Rp.200.000,-.
- g. Kisaran lama menunggu selesainya *service* motor : \leq 20 menit , 20 menit < waktu \leq 40 menit , 40 menit < harga \leq 60 menit , 60 menit < harga \leq 80 menit , > 80 menit.
- h. Minat mengunjungi : untuk *service* motor, untuk ganti oli, untuk membeli asesoris motor (helm, sarung tangan, dll), untuk mengganti bagian-bagian pada motor (memodifikasi), dan lain-lain.

- **Targeting**

- a. Jenis Kelamin : Pria.
- b. Jenis Pekerjaan : Bekerja dan Pelajar/Mahasiswa/Mahasiswi.
- c. Frekuensi Kedatangan : 3-4 kali dan 0-2 kali.
- d. Kisaran Harga *Service* Motor : Rp.30.000,- < harga \leq Rp.60.000,- dan \leq Rp.30.000,- .
- e. Kisaran Harga Suku Cadang : Rp.100.000,- < harga \leq Rp.150.000,- dan Rp.50.000,- < harga \leq Rp.100.000,-.
- f. Kisaran Harga Asesoris : Rp.150.000,- < harga \leq Rp.200.000,- dan Rp.100.000,- < harga \leq Rp.150.000,- .
- g. Kisaran lama menunggu selesainya *service* motor : 40 menit < waktu \leq 60 menit dan 20 menit < waktu \leq 40 menit.
- h. Tujuan / minat mengunjungi : Untuk *service* motor.

- **Positioning**

Berdasarkan hasil dari segmentasi, targeting dan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan beberapa metode maka diberikan slogan kepada Bengkel Jaya Motor, yaitu “*Best Quality, Best Price*”.

2. Hasil tingkat kepuasan konsumen terhadap Bengkel Jaya Motor :
Terdapat 16 variabel yang menunjukkan bahwa konsumen merasa puas pada performansi Bengkel Jaya Motor, variabel tersebut adalah

Tabel 13

Tabel Variabel Responden Puas Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor

No Variabel	Variabel
16	Keramahan <i>costumer service</i> dalam melayani konsumen
20	Pengetahuan <i>costumer service</i> tentang produk/paket/promo yang ada
7	Harga asesoris yang terjangkau
22	Ketepatan dalam proses pembayaran
29	Ketersediaan toilet pada bengkel
4	Ketersediaan suku cadang asli atau tiruan
21	Kejujuran montir dalam memberikan pelayanan
18	Kesediaan pemilik bengkel untuk menampung keluhan konsumen
19	Kesediaan montir dalam menampung keluhan konsumen
26	Kecepatan montir dalam melayani konsumen
6	Harga suku cadang yang terjangkau
5	Kualitas pelayanan/ <i>service</i> motor yang diberikan
8	Harga pelayanan/ <i>service</i> motor yang terjangkau
3	Barang yang dibeli berkualitas baik
15	Kesopanan <i>customer service</i> dalam melayani konsumen
25	Kecepatan <i>customer service</i> dalam melayani konsumen

Tabel 14

Tabel Variabel Responden Tidak Puas Terhadap Kinerja Bengkel Jaya Motor

No Variabel	Variabel
12	Ketersediaan <i>discount</i> pada bengkel
28	Ketersediaan lahan parkir yang memadai
14	Pemasangan iklan pada media cetak
11	Lokasi terdapat di daerah yang ramai
9	Harga suku cadang yang sesuai dengan kualitas
1	Ketersediaan ragam asesoris sepeda motor (helm, sarung tangan, dll)
10	Harga pelayanan/ <i>service</i> motor yang sesuai dengan kualitas
27	Kebersihan ruang tunggu
30	Ketersediaan mushola pada bengkel
23	Ketersediaan pembayaran <i>non</i> -tunai (Debit, Kartu Kredit, Flazz, dll)
17	Keterampilan montir dalam menyelesaikan setiap pekerjaan (terutama <i>service</i> motor)
2	Kelengkapan suku cadang (aki, <i>shock breaker</i> , pedal rem, busi, dll)
13	Adanya paket-paket penjualan dengan harga yang lebih terjangkau
24	Ketersediaan bukti pembayaran/nota

3. Keunggulan, kelemahan dan persaingan Bengkel Jaya Motor terhadap Bengkel Rajawali :
- Terdapat 11 variabel yang menunjukkan keunggulan Bengkel Jaya Motor dibandingkan dengan Bengkel Rajawali.

Tabel 15

Tabel Keunggulan Bengkel Jaya Motor Dibandingkan Bengkel Rajawali

Variabel ke -	Pernyataan
3	Barang yang dibeli berkualitas baik
4	Ketersediaan suku cadang asli atau tiruan
5	Kualitas pelayanan/ <i>service</i> motor yang diberikan
6	Harga suku cadang yang terjangkau
8	Harga pelayanan/ <i>service</i> motor yang terjangkau
15	Kesopanan customer service dalam melayani konsumen
18	Kesediaan pemilik bengkel untuk menampung keluhan konsumen
19	Kesediaan montir dalam menampung keluhan konsumen
21	Kejujuran montir dalam memberikan pelayanan
25	Kecepatan customer service dalam melayani konsumen
26	Kecepatan montir dalam melayani konsumen

- Terdapat 16 variabel yang menunjukkan kelemahan Bengkel Jaya Motor dibandingkan dengan Bengkel Rajawali.

Tabel 16

Tabel Kelemahan Bengkel Jaya Motor Dibandingkan Bengkel Rajawali

Variabel ke -	Pernyataan
1	Ketersediaan ragam asesoris sepeda motor (helm, sarung tangan, dll)
2	Kelengkapan suku cadang (aki, shock breaker, pedal rem, busi, dll)
7	Harga asesoris yang terjangkau
9	Harga suku cadang yang sesuai dengan kualitas
10	Harga pelayanan/service motor yang sesuai dengan kualitas
11	Lokasi terdapat di daerah yang ramai
12	Ketersediaan discount pada bengkel
13	Adanya paket-paket penjualan dengan harga yang lebih terjangkau
14	Pemasangan iklan melalui media cetak
16	Keramahan customer service dalam melayani konsumen
17	Keterampilan montir dalam menyelesaikan setiap pekerjaan (terutama service motor)
20	Pengetahuan customer service tentang produk/paket/promo yang ada
23	Ketersediaan pembayaran non-tunai (Debit, Kartu Kredit, Flazz, dll)
27	Kebersihan ruang tunggu
28	Ketersediaan lahan parkir yang memadai
30	Ketersediaan mushola pada bengkel

- Terdapat 3 variabel yang menunjukkan variabel-variabel yang bersaing antara Bengkel Jaya Motor dengan Bengkel Rajawali.

Tabel 17

Tabel Bersaing Bengkel Jaya Motor Dibandingkan Bengkel Rajawali

Variabel ke -	Pernyataan
22	Ketepatan dalam proses pembayaran
24	Ketersediaan bukti pembayaran/nota
29	Ketersediaan toilet pada bengkel

4. Usulan yang diberikan berdasarkan *Marketing Mix* :
 - i. Berdasarkan *Product*
 - Menyediakan ragam asesoris motor agar lebih variatif lagi.
 - Menyediakan jenis suku cadang yang lebih lengkap lagi (terutama bagian-bagian motor yang diperlukan).
 - ii. Berdasarkan *Place*
 - Melakukan pemindahan lokasi bengkel ke tempat yang lebih ramai dikunjungi oleh penduduk sekitar.
 - iii. Berdasarkan *Promotion*
 - Membuat paket-paket penjualan yang harganya lebih terjangkau / lebih murah dari pembelian terpisah.
 - Pemberian *discount* pada penjualan produk maupun jasa.
 - Pemasangan iklan melalui berbagai media cetak agar konsumen lebih mengenal Bengkel Jaya Motor.
 - iv. Berdasarkan *Price*
 - Menyesuaikan harga penjualan suku cadang dengan kualitas yang ada juga mencari agen-agen penyalur suku cadang yang lebih ekonomis dalam perihal harga serta baik dalam kualitas.
 - Mempertimbangkan kembali antara harga yang diberikan oleh bengkel dengan kinerja para montir yang ada sehingga para konsumen merasa puas dan sesuai antara harga yang mereka bayar dengan kualitas dari *service* Bengkel Jaya Motor.
 - Menyesuaikan harga dengan kompetitor.

- Mencari agen penyalur asesoris yang memberikan harga terjangkau (perlu diadakan perbandingan antara harga dengan kualitas), mengadakan *survey* ke beberapa bengkel pesaing mengenai harga asesoris yang mereka jual agar harga yang ditetapkan oleh Bengkel Jaya Motor tepat (tidak terlalu tinggi atau tidak terlalu rendah).
- vi. Berdasarkan *People*
 - Melakukan *training* ulang terhadap para karyawan (montir maupun *customer service*).
- vi. Berdasarkan *Process*
 - Menyediakan layanan untuk pembayaran *non-tunai*.
 - Pemasangan pamflet-panflet di sekitar kasir yang menginformasikan agar konsumen turut melakukan *checking* ulang antara ketepatan penulisan nota dengan barang yang dibeli, penulisan harga, serta jumlah nominal Rupiah yang harus dibayarkan sebelum meninggalkan bengkel agar tidak terjadi kesalahan pembayaran.
 - Menyediakan nota untuk setiap konsumen yang membeli barang ataupun jasa di Bengkel Jaya Motor.
- vii. Berdasarkan *Physical Evidence*
 - Menyediakan ruang tunggu yang bersih.
 - Mendesain ulang tata letak bengkel sehingga dimungkinkan adanya lahan parkir yang memadai.
 - Menyediakan mushola.
 - Menyediakan toilet yang dapat digunakan oleh konsumen Bengkel Jaya Motor.

10.2 Saran

10.2.1 Saran Untuk Bengkel Jaya Motor

Dari hasil pengolahan data dan analisis didapatkan beberapa usulan yang diberikan seperti pada kesimpulan di atas. Dengan landasan hasil pengolahan data maka penulis memberikan beberapa saran untuk Bengkel Jaya Motor agar:

- a. Melakukan training-training kembali untuk para karyawannya, agar karyawan lebih mengetahui tentang paket/promo/harga yang ada. Jika diperlukan, penambahan tenaga kerja berupa *customer service* yang kompeten diperlukan dalam hal ini.
- b. Bengkel Jaya Motor harus lebih memperhatikan pesaing, dalam penelitian ini yaitu Bengkel Rajawali. Karena dalam penelitian ini sangat terlihat bahwa Bengkel Rajawali memiliki banyak keunggulan dibandingkan Bengkel Jaya Motor dan keunggulan-keunggulan tersebut merupakan hal-hal yang dianggap penting oleh konsumen untuk menarik niat konsumen untuk datang ke suatu bengkel *non-resmi*.

10.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa kekurangan yang dirasakan jika diadakan penelitian lebih lanjut mengenai Bengkel Jaya Motor ini, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Kisaran harga penjualan suku cadang dan asesoris dapat diuraikan lebih terperinci untuk menghindari keambiguan terhadap jenis suku cadang yang dimaksud.
- b. Perlunya mempertimbangkan faktor loyalitas serta daya beli konsumen agar penyebab penurunan dapat lebih akurat.