

BAB I

PENDAHULUAN

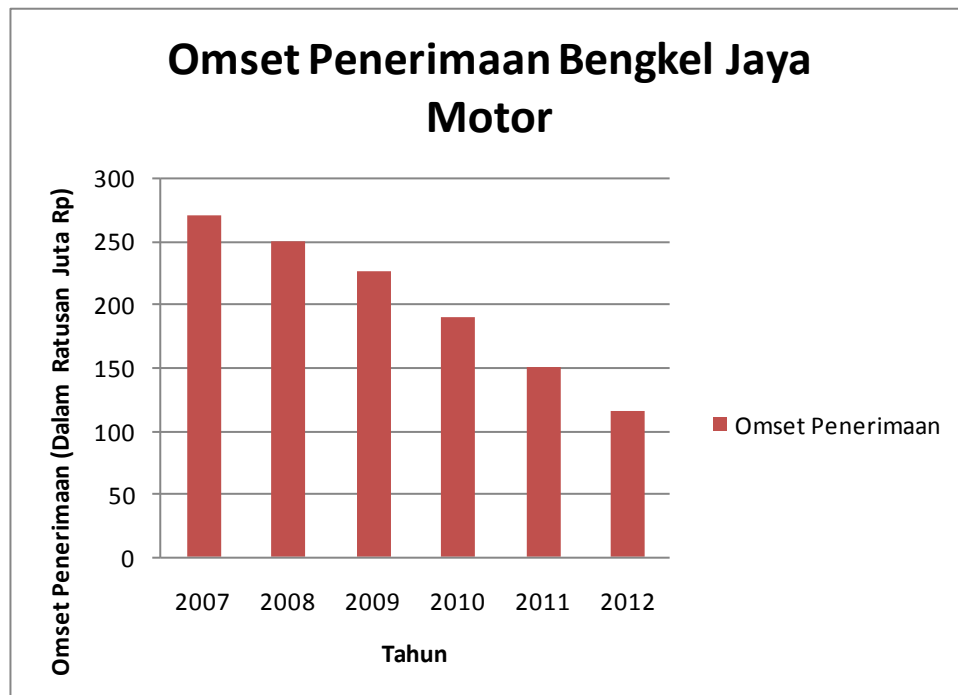
1.1 Latar Belakang Masalah

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 1.1
Grafik Omset Penerimaan Bengkel Jaya Motor

1.2 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.

1.3 Pembatasan Masalah

Dalam penyusunan laporan ini melihat dari luasnya bidang penelitian, keterbatasan waktu dan keterbatasan kemampuan, maka diberikan/dilakukan pembatasan permasalahan yang terjadi agar tidak menyimpang dari pencapaian tujuan penelitian dan lingkup penelitian/pembahasan. Batasan yang diberikan adalah sebagai berikut :

- Masalah penurunan daya beli tidak diamati pada penelitian ini.

1.4 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”?

1.5 Tujuan Penelitian

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

1. Mengetahui segmentasi, *targetting*, 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 performasi menurut penelitian.
3. Mengetahui apa saja kelebihan dan kekurangan bengkel “Jaya Motor” dibandingkan dengan bengkel “Rajawali” berdasarkan penelitian.
4. Mengetahui strategi bisnis yang tepat.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk dapat memberikan gambaran secara jelas tentang Tugas Akhir ini, maka penulis menyusun laporan yang dibagi dalam beberapa bab yang merupakan kesatuan yang saling berkaitan. Adapun sistematika penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

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

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan digunakan sebagai dasar pemikiran penulis dalam memecahkan permasalahan.

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan kerangka pemikiran dan langkah-langkah sistematis dalam penyusunan laporan tugas akhir yang disertai dengan flow chart.

BAB 4: PENGUMPULAN DATA

Bab ini berisikan data-data hasil pengamatan yang telah dikumpulkan sebagai bahan pemecahan masalah.

BAB 5 : PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini berisikan tentang pengolahan data dan analisis terhadap hasil pengumpulan dan pengolahan data

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan memberi saran-saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk perusahaan.